



Prensa agraria e imaginación tecnológica. Un dispositivo tecnodifusor

Edgardo Carniglia

Resumo: A partir da análise de filmes de diferentes épocas, pretende-se compreender os discursos que vêm sendo construídos no cinema brasileiro sobre a marginalidade urbana. Busca-se, com isso, perceber os discursos que vêm sendo construídos sobre o espaço da favela, tanto de um ponto de vista estético quanto de abordagem do tema.

Palavras-chave: Cinema - Discurso - Exclusão

Abstract: The aim of this article is to analyze films made in different periods to understand the discourses that are being produced in the Brazilian cinema about the urban marginality. It is intended to perceive the discourses that are being constructed about the shanty town space, both in terms of aesthetics, and the approach to the issue.

Key words: Cinema - Discourse - Exclusion

Resumen: A partir del análisis de filmes de distintas épocas, se pretende comprender los discursos que vienen siendo construidos en el cine brasileño sobre la marginalidad urbana. Se busca, con eso, percibir los discursos que vienen siendo construidos sobre el espacio de la callampa, tanto desde un punto de vista estético como del abordaje del asunto.

Palabras claves: Cine - Discurso - Exclusión.

Edgardo Carniglia es docente-investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina). Doctor en Ciencias Sociales, tiene maestría en Extensión Rural por la Universidade Federal de Santa Maria (Brasil). *e-mail:* ecarniglia@hum.unrc.edu.ar

Introducción

La difusión o divulgación de tecnología ha sido una función clásica y es una funcionalidad renovada de la prensa agraria (DIEZ RODRÍGUEZ, 1980; TUCUNDUVA NETO, 1987; REISNER y WALTER, 1994; CARNIGLIA, 2001, 2004b).¹ Desde los primeros medios impresos relacionados con la problemática rural hasta la variada manifestación actual de dicha alternativa de periodismo especializado ha interesado la diseminación de ideas, productos, procesos y prácticas relacionados con la tecnología. Alternativas productivas, formas de cultivo, insumos, herramientas, técnicas, etc. componen el amplio conjunto de tecnologías que se han difundido y se difunden entre todos aquellos relacionados con el medio rural, en particular las distintas categorías de agricultores (empresarios, campesinos, trabajadores dependientes, etc.) y los técnicos y profesionales del sector agropecuario (agronomos, veterinarios, etc.).

El abordaje de la ruralidad por los medios de comunicación, en particular la prensa, con fines de difusión de agrotecnología constituye una intervención sociocomunicacional asociada a cierta perspectiva del desarrollo rural. Acaso la mirada del desarrollo rural supuesta se acote a pensar que la incorporación de tecnología, a alcanzar con la difusión de dichos elementos en el tiempo y el espacio agrarios, es una vía para la mejora de las condiciones del mundo rural pero con ello se asume un riesgo, entre otros, de que la intervención para el desarrollo rural confunda los medios con los fines.

En este sentido, el presente trabajo pretende iniciar el reconocimiento de cómo, en uno de los periódicos especializados más importantes de Argentina, se concreta dicha finalidad de difusión agrotecnológica a través del tratamiento de la información agropecuaria. Como tal el artículo comienza con una referencia, basada en un trabajo previo, a una primera constatación y una hipótesis derivada de ella que postula la presencia de una estrategia tecnodifusora específica denominada como “vanguardia tecnológica”. Luego, profundizando la hipótesis, se identifican algunos dispositivos o componentes principales de dicha estrategia y, por último, se introduce al análisis de cómo a través del texto periodístico se constituye uno de dichos dispositivos. La perspectiva adoptada en el estudio supone que la agrotecnología es un instrumento o medio de producción pero también un organizador perceptivo y una matriz social de configuración de mundos.

Un caso de énfasis tecnológico en el tratamiento de la información rural

Si, como se sostiene en este trabajo, la difusión de tecno-

¹DIEZ RODRIGUEZ, Fernando; *Prensa agraria en la España de la Ilustración. El Semanario de Agricultura y Artes dirigido a los Párrocos (1797-1808)*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1980.

TUCUNDUVA NETO, L.; *Evolução histórica e gráfico-editorial da Folha Rural de Londrina, Comunicação & Sociedade*, VII (15), Nov. 1987, p. 41-70.

REISNER, A. y G. WALTER; *Agricultural journalists' assessments of print coverage of agricultural news, Rural Sociology*, 59 (3), 1994, p. 525-537.

CARNIGLIA, E.; *Campos de papel sin agricultores: la investigación de la prensa agraria en Iberoamérica, Comunicação & Sociedade*, Nº 35, 2001, p. 43-82.

CARNIGLIA, E.; *Vanguardia tecnológica: una estrategia tecnodifusora de la prensa agraria*. In CIMADEVILLA, G. (Comp.); *Comunicación, tecnología y desarrollo. Debates actuales*, Río Cuarto, UNRC, 2004b, p. 107-119.

² El tratamiento de la ruralidad en estas publicaciones especializadas de la prensa comercial (es decir, financiada por la publicidad y la venta de ejemplares) supone la posibilidad de llevar noticias, comentarios, opiniones y publicidades de la ciudad, el espacio social en el cual se editan el diario y su suplemento agropecuario, a los actores sociales vinculados al campo. Sin embargo, dicho tratamiento también implica el camino inverso: traer contenidos diversos del campo a la ciudad.

logía es reconocida como uno de los propósitos de la prensa agraria, cabe previamente mostrar que la temática tecnológica ocupa un papel de alguna relevancia en las publicaciones especializadas en lo rural. En este sentido, como paso previo imprescindible para introducir al análisis de la presencia de una estrategia tecnodifusora en la prensa agraria contemporánea se emprendió un análisis sobre el tratamiento de la ruralidad en uno de sus vehículos más importantes en Argentina y otros países latinoamericanos: los suplementos agropecuarios semanales de diarios de información general.

En las naciones donde la producción agrícola y/o ganadera resulta clave para la provisión de alimentos, materias primas, puestos de trabajo y divisas habitualmente los diarios de información general y de diferente alcance (nacional, regional y local) traen casi a diario información sobre diversos aspectos de la actividad agraria. Algunos medios impresos presentan cotidianamente secciones de información específica del agro y otros periódicos incluyen semanalmente ediciones de “suplementos rurales”. Estas últimas publicaciones especializadas, que también tienen sus equivalentes en la radio y la televisión, contienen uno de los más amplios flujos de noticias, comentarios, opiniones y publicidades sobre el sector rural que circulan entre distintas audiencias específicas o no de la agricultura. Sus páginas son utilizadas desde la emisión y/o la recepción por distintos actores, grupos e instituciones que los consideran un sitio propicio para la divulgación de, entre otros, ideas, productos, prácticas y servicios para el campo.²

La heterogeneidad es una característica que se observa también en una de dichas publicaciones, quizás la más importante, de la prensa agraria: los suplementos rurales semanales de diarios de información general. Su presencia supone un patrón común del periodismo agrario contemporáneo. La noticia sobre hechos o eventos de actualidad se incluye en el cuerpo principal del diario y toda otra forma de noticia menos perecedera se incorpora en las páginas de este semanario. Una publicación que adquiere diferente formato (tabloide, más habitual, y sábana), ámbito de circulación (local, micro-regional, regional, nacional), enfoque temático (difusión de tecnología, problemática agraria, general), estructura editorial (profesionalizada, informal) y utilización por parte de actores y organizaciones del agro (información, publicidad, opinión, etc). En la actualidad, por ejemplo, diarios argentinos de circulación nacional (*Clarín* y *La Nación*), provincial (*La Voz del Interior* de Córdoba y *Diario de Cuyo* de San Juan) y micro-regional (*Puntal* de Río Cuarto, Córdoba) incluyen un suplemento sema-

³ Los suplementos del diario, una publicación intermedia entre éste y la revista, forman parte de la estrategia de supervivencia de matutinos y vespertinos ante la competencia creciente de los medios audiovisuales y electrónicos. En este sentido, durante julio de 2005 *Clarín* publicaba una revista dominical y catorce suplementos de frecuencia casi diaria, semanal o mensual sobre deportes, economía, informática, pequeñas/medianas empresas, mujer, cocina, espectáculos, automóviles, juventud, arquitectura, campo, viajes/turismo, arte/cultura y countries.

⁴ ROBERTS, C. *Text analysis for the social sciences*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1997.

⁵ En el 2001 el llamado "Grupo Clarín" controlaba o tenía participación en 21 empresas a cargo de medios gráficos (diarios, revistas, etc.), audiovisuales (televisión y radios) e interactivos (via internet), sistemas de distribución de televisión (por cable y satelital), telecomunicaciones y rubros afines.

nal especializado (CARNIGLIA, 2001).

Como se dijo, los suplementos agropecuarios de diarios comerciales de información general son uno de los vehículos impresos donde se concreta una mediatización de la ruralidad argentina con referencias más o menos explícitas al problema de la tecnología agropecuaria. Por ejemplo, *Clarín Rural*, suplemento semanal del diario argentino de mayor cantidad de ejemplares editados cotidianamente, desde mayo de 1969 trata en cada una de sus ediciones sabatinas distintos aspectos de la ruralidad argentina.³

Para concretar un estudio preliminar de dicho periódico se realizó un análisis del contenido y estructura de un corpus constituido por 52 ediciones (una de cada semana, publicada el sábado) correspondientes al año 2002. El análisis de contenido en sus dimensiones cuali-cuantitativas, una estrategia sistemática de análisis textual con intenso empleo y extendida trayectoria en las ciencias sociales (ROBERTS, 1997),⁴ constituyó la metodología escogida para el estudio de las representaciones de la ruralidad/tecnología agraria de este complejo texto que, dado su volumen de circulación (venta neta paga) y su pertenencia a uno de los conglomerados multimedia más poderosos y diversificados de Argentina,⁵ constituiría un vehículo significativo de la mediatización de la ruralidad argentina. El análisis aquí propuesto supone que el texto del periódico puede ser portador de representaciones sobre la tecnología rural en Argentina que adquirirían una funcionalidad tecnodivulgadora.

En lo que respecta al análisis de contenido, metodología escogida para identificar las representaciones del suplemento acerca de la ruralidad, se decidió aplicar la técnica al conjunto de artículos de la sección denominada en el periódico como "nota de tapa", por ser ésta la más destacada en *Clarín Rural*, al menos en cuanto a posición en el suplemento (ocupa la portada y la doble página central) y proporción del espacio periodístico que se le asigna (3 de un mínimo de 8 y un máximo de 52 páginas, ambos tamaños límites de la publicación entre 1997 y 2004). Con ese cometido se decidió analizar en cada nota el *tema* (sobre qué se escribe) y el *rema* (qué se dice) de cada una de las 52 notas publicadas cada sábado a lo largo de 2002.

¿Qué representaciones de la ruralidad argentina y la tecnología agropecuaria presenta el suplemento rural analizado?. En este sentido, una mirada a los temas y remas de la "nota de tapa" sería propicia para reconocer las imágenes al respecto que construye la prensa rural. Dos temas son centrales en la mayor parte de los

⁶ Un subconjunto de cuatro notas, agrupadas bajo la tópica "solidaridad alimentaria", cambia la orientación temática principal y se refiere a una de las funciones claves, como se dijo, del campo argentino: la provisión de alimentos. Dichos artículos proponen y muestran iniciativas del sector agrario para contrarrestar la severa crisis alimentaria, agudizada luego de la fuerte devaluación del peso y el muy significativo aumento del precio de los alimentos básicos (carne, pan, leche, etc.) producido desde enero de 2002. Desde esta perspectiva, la situación argentina aparece cada vez más como la paradoja de un país con una amplia producción relativa de alimentos per capita (por ejemplo, alrededor de dos toneladas/año de cereales y oleaginosas por habitante) y significativas dificultades para asegurar una alimentación satisfactoria de una proporción significativa de la población.

CARNIGLIA, E.; La mediación de la ruralidad. Representaciones del espacio en la prensa especializada nacional. In CIMADEVILLA, G. y E. CARNIGLIA (Eds.); *Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio*, Buenos Aires, INTA, 2004a, p. 286-306.

artículos publicados en dicha sección: por un lado, la tecnología (con 25 de 52 notas editadas) y, por otro, la producción de granos (12 artículos publicados). Dentro de la categoría con mayor frecuencia relativa predominan las referencias temáticas puntuales, es decir en cada una de las notas, a tecnologías relacionadas con los costosos paquetes agrotecnológicos que supone una nueva fase del proceso de intensificación tecnológica del campo, identificado como una de las transformaciones contemporáneas del paisaje rural. Así, la siembra directa (la subcategoría más frecuente), los cultivos transgénicos, la maquinaria agrícola de precisión, los fertilizantes y el riego aparecen como tema principal en varias de las notas publicadas e incluso algunos de los artículos aluden al paquete tecnológico completo de un determinado cultivo, por caso la soja. En el caso de la producción de granos, la segunda categoría temática de relevancia, cada una de las publicaciones tiende a referirse a uno o dos (doble cultivo, otra de las manifestaciones de la intensificación agrícola) de los tres cultivos ahora predominantes en área cultivada y volumen de producción del agro argentino (soja, maíz y trigo) y, en especial, de un espacio pampeano que reconoce una significativa profundización del capitalismo en el campo (CARNIGLIA, 2004a).

Por otra parte, aquello que se dice en cada una de las notas (es decir, lo aquí mencionado como rema) de ambas categorías temáticas más significativas permitiría también identificar con más detalle la representación principal sobre las transformaciones rurales más recientes. En este aspecto se destaca la apelación reiterada a la productividad (el rinde o rendimiento efectivo y potencial de los cultivos) de la tecnología empleada en la producción de granos: al menos trece de los 37 artículos de ambas categorías remiten a ese contenido específico. Por otra parte, al referirse el tratamiento noticioso a la tecnología, se escribe sobre su rendimiento potencial aun no alcanzado mientras que, cuando se habla sobre la producción, se resaltan nuevos máximos en los rendimientos efectivos de, por ejemplo, cereales y oleaginosas. Asimismo, otro rema redundante, aunque de menor frecuencia, se relaciona con la disponibilidad en cantidad y calidad de suficiente tecnología que es mostrada y analizada en distintos eventos (muestras agropecuarias, congresos, simposios, etc.).⁶

“Vanguardia tecnológica”, una estrategia mediática difusora de agrotecnología

Acaso resulte un contrasentido hablar de “vanguardia” en la era de los *pos-* pues, por ejemplo, la interpelación de aspectos económicos, culturales, estéticos y políticos de la modernidad (en

un palabra, la crisis) tendería a relativizar -por desactualización, entre otros problemas- la utilidad analítica de dicha categoría. Con respecto a esta posibilidad algunas revisiones del término vanguardia en la literatura de las ciencias sociales y las humanidades, por caso Eager (2002), tenderían a abonar las sospechas acerca de una idea obsoleta. Aguilar (2002) también sostiene que el modelo de intervención de las vanguardias constituyó el “gran relato” del arte durante el siglo XX.⁷

Sin embargo, la idea de vanguardia sostendría su capacidad heurística, con una perspectiva más acotada, cuando se la relaciona con una de las funciones clásicas de la prensa agraria: la difusión de tecnología. En este sentido, se pretende recuperar dicha categoría, o al menos una parte de su significación previa para analizar un complejo aspecto de la prensa argentina especializada en la cuestión agraria. Así, el propósito de este trabajo consiste en, como se dijo, aportar evidencia preliminar de una hipótesis considerada apta para identificar y reconocer una estrategia de tratamiento de la información agropecuaria con un sesgo tecnodifusor y que implica, como se dijo, toda una intervención orientada por cierta perspectiva del desarrollo rural. Al postular la presencia de una estrategia en el abordaje periodístico de la ruralidad se supone, entre otros aspectos, que en la construcción de la noticia se establecen opciones complejas sistemáticas y acaso explícitas en cuanto a técnicas, instrumentos y procedimientos textuales.

En el espacio intelectual la conceptualización de la vanguardia ha sido utilizada en el campo de la economía, la política y la esfera artístico-cultural, en particular relacionada con las artes visuales (pintura, fotografía, cine, etc.), y describe a individuos o grupos cuyas ideas, prácticas y obras parecen adelantarse a su época (EAGER, 2002). Existe consenso acerca de que el término “vanguardia” proviene del léxico militar y designa al cuerpo selecto de hombres, armas y equipamientos que avanza antes que el segmento principal de tropas. La metáfora bélica puede subyacer, entonces, a cada uno de los usos del término que se intenten y prosperen en otros campos de acción sociocultural. Campo de batalla, fuerzas armadas, soldados de jerarquía diversa, armamentos, movimientos estratégicos, combate y -también- muerte serían eventuales connotaciones asociadas a cada empleo del término que se intente desde otros espacios. La idea de vanguardia es, de este modo, asociada a determinadas posiciones de lucha implicadas en los conflictos sociales. En el caso particular del presente artículo la metáfora de la vanguardia alude a que el modelo tecnodivulgador identificado se presenta apelando a una estrategia

⁷ EAGER, G.; Vanguardia, en PAYNE, M. (Comp.), *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*, Buenos Aires, Paidós, 2002, p. 641-643. AGUILAR, G.; Vanguardias, en ALTAMIRANO, C. (Dir.); *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós, 2002, P. 231-235.

según la cual algunas ideas, prácticas, instrumentos y actores del medio rural parecen adelantarse a su época y son dignos de ser reconocidos e incorporados, por ejemplo, dentro de las alternativas productivas del conjunto de los agricultores.

⁸ SESTO, C.; El refinamiento del vacuno y la vanguardia terrateniente bonaerense, 1856-1900, *Anuario del IEHS*, UNC-IEHS, Tandil, 1999, p. 405-433.

Por otra parte, el trabajo de Sesto (1999)⁸ representa un ejemplo de la utilización de una perspectiva sobre la vanguardia, en este caso económico-política, dentro de los estudios sociales rurales. Se aboca la autora al análisis del mejoramiento del ganado vacuno en la provincia de Buenos Aires entre 1856 y 1900 y muestra que la implantación de esa tecnología de alta productividad es llevada adelante por un pequeño número de grandes terratenientes comprometidos con fuertes inversiones de alto riesgo. Apela al modelo de innovación tecnológica de Schumpeter-Hagen para dar cuenta de la relación entre la vanguardia y el proceso de cambio tecnológico, facilitado por la apertura de la economía reflejada en la creación de una demanda interna y externa de alto poder adquisitivo en el mercado de reproductores bovinos y en el consumo urbano de carne. En dicho modelo el impulso innovador proviene de una vanguardia empresarial cuando aún no se cuenta con el incentivo de la demanda ampliada y se hace necesaria la imposición de un nuevo producto alejado de lo que se hace rutinariamente. Para enfrentar este desafío de ir contra la corriente hacen falta aptitudes especiales sólo presentes en una pequeña fracción de la población, la vanguardia, que debe vencer las resistencias al cambio y los problemas de adaptación que supone un cambio tecnológico complejo como la introducción de nuevas razas ganaderas. Sesto reconoce que las distintas etapas del proceso innovador emprendido por este grupo de empresarios terratenientes incluyen la creación de organizaciones específicas, como la Sociedad Rural Argentina, y también la constitución de un sistema propagandístico que ocupa un lugar central en un mercado con prácticas y sistemas de ventas importadas de Gran Bretaña y Francia. “Este sistema -destaca la autora (p. 423)- se difundía en los *Anales* de la Sociedad Rural, así como a través de la *La Semana Rural* y *El Campo & el Sport*, órganos de prensa a los que la vanguardia sostiene con sus avisos”.

En consecuencia, el cambio tecnológico ha sido reconocido como un aspecto central de las condiciones de constitución de las vanguardias económicas y artístico-culturales. Todas las miradas tienden a coincidir en que las nuevas formaciones tecnológicas representan un caldo de cultivo para la formación de vanguardias. Anderson (2000),⁹ por ejemplo, analiza la constitución de las vanguardias e indica que los movimientos vanguardistas de la primera parte del siglo XX surgieron como consecuencia de la intersección

⁹ ANDERSON, P. *Los orígenes de la posmodernidad*, Barcelona, Anagrama, 2000

de varias circunstancias: la perspectiva del cambio total para el conjunto de la sociedad, el desarrollo industrial y el crecimiento urbano en sociedades aún agrarias y aristocráticas, la fuerte codificación academicista del arte en tiempos de marcada agitación social y un notorio avance tecnológico. En este sentido, la presencia de vanguardias y el cambio agrotecnológico acaso constituyan dos condiciones inseparables de un mismo fenómeno: la modernización de la agricultura bajo diferentes situaciones de capitalismo agrario.

Y este aspecto de las vanguardias, es decir el rol clave de las tecnologías nuevas en su conformación, parece de interesante rescate para abordar el tratamiento de la información agropecuaria por parte de la prensa agraria, en particular una estrategia de intervención sociocomunicacional compleja en diversos componentes o dispositivos a cargo del periódico especializado de mayor circulación en Argentina.¹⁰

La idea de estrategia, presente en el pensamiento occidental desde hace 25 siglos, se originó también en el intelecto militar y recién en el siglo XX se habría incorporado en la racionalidad científica luego del desarrollo de la teoría de los juegos. Una estrategia supone siempre la posibilidad de elegir entre alternativas de acción, por ejemplo tratamientos alternativos de la información agraria. Pérez (2001)¹¹ define a la estrategia como un conjunto de decisiones preparadas de antemano para el logro de un objetivo asignado, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones del adversario y/o la naturaleza. Esta definición de la estrategia implica la asignación de un objetivo a cumplir, una situación de juegos con terceros o con la naturaleza, un nivel de incertidumbre, la limitación de recursos propios, la posibilidad de optar entre varias alternativas de actuación de las que dependen distintos resultados, la valoración entre acciones optativas (análisis estratégico), la elección de una de las alternativas y la ejecución de la estrategia elegida.

Dispositivos de una estrategia de vanguardia tecnológica de la prensa agraria.

Hasta aquí se ha sostenido que la temática tecnológica sobresale, al menos en el período analizado, dentro del contenido del semanario agropecuario de mayor circulación en Argentina. La referencia a la cuestión tecnológica en esta publicación predomina sobre otras temáticas características incluso en una coyuntura en la cual el tratamiento de los aspectos sociopolíticos de la cuestión agraria, esto es el avance del capitalismo en el agro y a partir del agro, habría demandado más atención dado el cambio de algunas de las condiciones de la producción agropecuaria y sus relaciones

¹⁰ En el trimestre abril-junio de 2005 el diario *Clarín* registró un promedio diario de circulación neta pagada de 412.523 ejemplares, para la edición de lunes a domingo, y de 787.181 ejemplares para la edición dominical (Fuente: www.ivc.org.ar; consultada el 25/7/05).

¹¹ PEREZ, R. *Estrategias de comunicación*. Barcelona, Ariel, 2001.

con el resto de la sociedad. Recuérdese, por ejemplo, que en el año 2002 la devaluación de la moneda local alteró el papel del agro en la sociedad en lo que respecta a la provisión de alimentos básicos (carne, leche, farináceos), cuyos precios se incrementaron significativamente, y aporte de divisas, al retornar el cobro del impuesto a las exportaciones de cereales y oleaginosas (ahora revalorizadas vía la devaluación de la moneda local) conocido como “retenciones”. Es decir, que este cambio de la coyuntura, tematizado también en otras páginas y secciones de dicha publicación agropecuaria, no implicó que ésta acotara su sesgo tecnoproductivo en el tratamiento informativo de la ruralidad argentina y, con ello, relativizara su rol en la difusión de tecnología para el agro.

En este sentido, parece plausible precisar y profundizar la hipótesis acerca de que la prensa agraria, en particular dicho periódico de alcance nacional en cuya construcción noticiosa predomina la referencia a la región pampeana argentina (CARNIGLIA, 2004a), apela a una estrategia de vanguardia tecnológica en el tratamiento de la información agropecuaria. La posibilidad de optar entre diversos dispositivos, entre otros aspectos, fundamenta la consideración del abordaje informativo de la ruralidad como una estrategia de intervención que, por otra parte, se asocia a una determinada mirada del desarrollo rural. El tratamiento mediático de la información rural es concebido así como conformado por ciertos dispositivos o conjuntos de técnicas, instrumentos y procedimientos presentes en las estrategias de intervención de la comunicación para el desarrollo rural. Si ésta supone siempre una intervención en el medio social -a cargo de agentes interpersonales y/o mediáticos- para alcanzar determinados objetivos, los dispositivos del cambio representan opciones de estrategia para el logro de las metas deseadas (CIMADEVILLA y CARNIGLIA, 2004).¹²

Desde esta perspectiva, cabe sostener la presunción de que la estrategia de intervención sociocomunicacional con sesgo tecnodivulgador a cargo de la mencionada publicación agraria acontece a través de notas y artículos destacados (por ubicación, tamaño, etc.)¹³ que expresan en su texto al menos cuatro dispositivos o componentes estratégicos:

a) Eventos tecnológicos: En las páginas del periódico se presentan coberturas de exposiciones, congresos y otros acontecimientos (día de campo, reuniones técnicas, etc.) en los cuales la exhibición estática y dinámica de tecnologías agropecuarias asume un papel central. Incluso el periódico en cuestión comenzó en el año 2003 a compartir la organización de una de dichas muestras agro-

¹² CIMADEVILLA, G. y E. CARNIGLIA (Eds.); *Comunicación, ruralidad y desarrollo. Mitos, paradigmas y dispositivos del cambio*, Buenos Aires: INTA, 2004.

¹³ Si bien en este trabajo sólo se consideran los textos con dispositivos de divulgación agro-tecnológica publicados en la primera plana del semanario estudiado, artículos con dicha orientación también suelen ser editados -bajo el lema “productor en acción”- en otras secciones o páginas del interior del periódico agropecuario.

pecuarias. *Feriagro*, de la cual ya se promovieron otras dos ediciones (2004 y 2005) desde las páginas del suplemento agropecuario, es definida como un emprendimiento conjunto del periódico, el Grupo Clarín y otra empresa;

b) tecnólogos de avanzada: profesionales y técnicos relacionados con distintas tecnologías muestran en las páginas del suplemento las características de cada idea, insumo, práctica, proceso, etc. al tiempo que se analizan sus efectos beneficiosos en la producción de cereales (como el trigo), oleaginosas (como la soja), carne (bovina, porcina, aviar, etc.), leche, frutas, hortalizas y otros rubros de la agricultura y la ganadería argentinas;

NOTAS CON DISPOSITIVOS TECNODIFUSORES

Evento tecnológico		Tecnólogo de avanzada		Tecnología moderna		Productor de punta	
2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
1/3	6/3		20/11	4/1	3/4	5/4	10/1
8/3	13/3		4/12	11/1	10/4	12/4	7/22
15/3	20/3			25/1	17/7	19/4	1/22
22/3	27/3			15/2	2/10	26/4	8/2
29/3	15/5			22/2	30/10	24/5	5/6
17/5	24/7			5/7	18/12	28/6	12/6
7/6	14/8			9/8		19/7	3/7
21/6	21/8			23/8		26/7	10/7
2/8	4/9			27/9		4/10	1
30/8	25/9					11/10	1/9
6/9	6/11					18/10	18/9
8/11						1/1	13/11
22/11						16/12	
						13/12	
						20/12	
						27/12	
13	11	—	2	9	6	16	11

Cuadro 1. Notas de tapa con dispositivos textuales tecnodifus. según fecha de publicación

Fuente: Clarín Rural (2003-2004)

c) tecnologías modernas: equipos, insumos, prácticas y procesos son presentados con especial énfasis en aquellos aspectos relacionados con la producción del agro pampeano argentino y, como se dijo, la siembra directa y los materiales transgénicos aparecen como las tecnologías más recientes y/o complejas al tiempo que

también se proponen agrotecnologías menos difundidas, por ejemplo la fertilización y el riego; y

d) productores agropecuarios “de punta”: a partir del año 2003, al menos, el semanario especializado dedica varias de sus notas de tapa a empresarios agropecuarios, en general de gran envergadura (es decir, trabajan miles de hectáreas), que innovan en sus planteos productivos, incorporan en sus empresas las tecnologías modernas y muestran sus resultados favorables al conjunto de colegas, profesionales del agro y demás categorías de lectores del suplemento agropecuario.

Para reconocer cómo se conforma este último dispositivo de la estrategia tecnodifusora de dicho semanario rural se realizó un nuevo análisis -en esta ocasión más minucioso- de artículos significativos de la publicación. En particular se identificaron todos los textos de las notas de tapa publicadas entre enero de 2003 y diciembre de 2004, ambos inclusive, en los que se emplean uno al menos de dichos dispositivos tecnodifusores en un tratamiento periodístico enfatizador de la agrotecnología. Como se muestra en el Cuadro 1 a lo largo de ambos años se publicaron 68 notas (65,38%), sobre un total de 104, que apelan a uno u otro de dichos dispositivos en el manejo informativo con énfasis tecnológico y, por otra parte, 27 (25,96%) de dichos textos asumen un tratamiento bajo la configuración aquí denominada “productor de punta”. Luego se analizaron aspectos textuales de todos los artículos con este dispositivo publicados a lo largo del año 2003. Es decir, un subconjunto de 16 notas editadas en dicho período.

El dispositivo estratégico tecnodivulgador “productor de punta”. Aspectos claves

Como se dijo, interesa mostrar -en un contexto de profundización del capitalismo en el campo y de intensa mediatización de lo rural (CARNIGLIA, 2004a)- uno de los dispositivos del tratamiento periodístico que se relaciona con dicha estrategia de vanguardia tecnológica: “productor de punta”.¹⁴ Si la compleja intervención mediática con propósitos de difusión tecnológica comprende componentes asociados a actores, objetos y eventos tecnológicos (entre otros aspectos del agro), cabe identificar los procedimientos textuales a partir de los cuales se conforman y expresan los distintos dispositivos estratégicos del material presentado a los lectores relacionados con el sector rural. En este caso, se emprende un análisis textual de uno de los mecanismos de tratamiento de la información agropecuaria en artículos periodísticos claves de la publicación especializada de mayor circulación en Argentina y correspondiente a uno de los principales conglome-

¹⁴ La conceptualización de los dispositivos dentro de la teoría social se asocia con, entre otras, ciertas teorías filosófico-políticas (Foucault, por ejemplo) y algunos enfoques semiológicos. En este trabajo, por otra parte, se adopta una perspectiva insinuada al menos en la obra de Gustavo Quesada (1980), un especialista en comunicación rural, sobre los mitos del cambio social en el campo.

rados mass mediáticos.

¿Cómo se constituye el dispositivo tecnodivulgador del periódico agrario más masivo de Argentina?. ¿Cuáles son los principales instrumentos, técnicas y procedimientos del tratamiento de la información asociados al componente “productor de punta”?

El concepto de tratamiento de la noticia, según la definición adoptada en este estudio, alude a la manera en que interactúan y se potencian varias características: los rasgos editoriales genéricos (estructura del periódico, frecuencia de publicación de notas y su diseño general); los códigos lingüístico (género periodístico y tipo de artículo), paralingüístico (superficie, ubicación, uso de signos no textuales, títulos, subtítulos, etc.) e icónico (uso de imágenes, color, etc.); las fuentes de consulta intervinientes; las temáticas rurales más recurrentes; los razonamientos agrarios como conjuntos de representaciones aplicadas en la producción del material; y los aspectos del actor agrario presentado como agente central de cada artículo.

Para la recolección de datos en el corpus periodístico antes mencionado se elaboró, luego de una lectura preliminar de los textos incluidos en la muestra, un instrumento relativamente estructurado que se utilizó para reconocer la manifestación y presencia de dichos aspectos del manejo noticioso. La construcción de la planilla de recolección de datos supone, entonces, una definición anterior acerca de qué se entiende por tratamiento de la información periodística. Por otra parte, el instrumento elaborado y utilizado no satura en modo alguno el análisis del material periodístico pues, como se verá, enfatiza algunos aspectos y relega otros para indagaciones posteriores cuya extensión supera las dimensiones de este trabajo. Por ejemplo, resta un estudio más minucioso de algunos segmentos y secciones de un texto que, para las normas periodísticas, resulta relativamente extenso y complejo. En este sentido, cabría detallar algunas condiciones textuales -como la combinación de agrotecnologías consideradas y los detalles tecnoproductivos contemplados en la sección central del artículo- que tal vez sólo pueden ser abordadas luego de un análisis de conjunto como el aquí propuesto.

El diseño de una noticia agropecuaria

La reiteración de notas en las que se emplea el dispositivo “productor de punta” constituye un primer aspecto destacado del citado tratamiento noticioso. Como se dijo, en el período considerado (2002-2003) un 26% de dichos textos asumen una construcción periodística bajo la configuración así denominada y,

en promedio, prácticamente cada tres semanas (16 de 52) del año 2003 se publicó una nota en la que se manifiesta dicho manejo de la información. La repetición de notas supone, como se indicará a continuación, también una rutina de trabajo periodístico que puede actuar como un elemento central en las configuraciones de sentido por parte de los lectores del suplemento agropecuario. Cabe mencionar al respecto que 15 de los 16 artículos publicados en 2003 aparecen bajo la rúbrica de un mismo periodista, identificado con nombre, apellido y microfotografía como integrante de la redacción del diario *Clarín*.

El diseño general de los artículos incorporados en la muestra contempla también una pauta estable que se mantiene a lo largo del período pese a que incorporó algunos de los criterios con los cuales, desde setiembre de 2003, el diario *Clarín* rediseñó el conjunto del periódico, por ejemplo ampliando de cuatro a cinco el número de columnas. Los textos publicados aparecen en tres páginas del periódico que incluyen un conjunto de subtextos. Cada nota de *Clarín Rural* ocupa una proporción significativa de la página inicial y una superficie también mayoritaria (entre 50% y 100%) de la doble página central o, como acontece en dos casos, de otras dos páginas del periódico. Así, la nota sobre un “productor en acción”, como habitualmente se define a la sección en que se publica, resulta la más destacada en todo el semanario agropecuario.

La parte superior de la primera plana del periódico contiene, a la izquierda, el logotipo con la palabra “rural” destacada en letra verde sobre fondo gris y debajo los textos que identifican al periódico (“suplemento agropecuario”), el diario, el lugar de edición (Buenos Aires) y la fecha de publicación. A la derecha del logo se presentan bajo el título “mercados” cinco gráficos con la evolución en la última semana de las cotizaciones de trigo, maíz, aceite y soja en la Bolsa de Chicago (Estados Unidos) y el precio del novillo en el mercado ganadero de Liniers (un barrio de la Capital Federal). A veces, también se incluye un pequeño anuncio publicitario a la derecha de este segmento de la portada. Por otra parte, en la parte inferior de la página se reitera la publicidad de diferentes variedades de semillas de una misma empresa proveedora. Tomados en conjunto, el segmento superior de la cubierta (con logotipo, gráficos y ocasional publicidad) y la sección inferior con un anunciante reiterado ocupan alrededor de un 40 % del espacio impreso en este hebdomadario rural de tamaño tabloide.

En consecuencia, la fracción noticiosa de la primera plana ocupa entre un 50 y un 60 % del espacio gráfico con un diseño que, como se anticipó, se reitera sistemáticamente. En éste una

fotografía a todo color ocupa prácticamente toda el área, es decir alrededor de un 50 % de la página inicial. La foto es complementada con tres o, eventualmente, cuatros textos: un subtítulo insertado anticipa la sección en que se publica la nota (“productor en acción”) o algún aspecto del contenido (por ejemplo “las empresas se regionalizan”); un título también insertado en contraste con la foto alude al texto en no más de cinco palabras y de forma en general metafórica; una bajada de alrededor de 25 palabras al pie de la foto resume el contenido del artículo; y ocasionalmente se incluye también una aclaración o pie de foto. Esta distribución de la primera página de la publicación rural se reproduce edición tras edición en el período considerado.

Por otra parte, en las dos páginas que ocupa la nota anticipada en la tapa dentro del cuerpo interior del diario se reitera también un diseño prácticamente idéntico. En la página izquierda (numeración par), habitualmente sin publicidad, se desarrolla el texto que, por su extensión, representa el desarrollo central del artículo. Esta es la nota que trata con mayor detalle la noticia anticipada en la primera plana del periódico agrario. Es encabezada por un cintillo o antetítulo, un título destacado en letras negras y una bajada que reproducen casi literalmente lo escrito en la primera plana. Estos elementos paratextuales operan, en consecuencia, como articuladores entre el escueto texto de la página inicial y la nota central del interior del periódico. También en el texto de este artículo principal se utilizan resaltadores de palabras o frases: negritas (a razón de casi un marcador por cada párrafo), frases (dos, en general) en letra de otro tipo y mayor tamaño que reiteran expresiones referidas a aspectos tecnológicos y productivos, y en pocas ocasiones se insertan subtítulos. Asimismo, en la mitad superior de la página se incluye una foto en color, que ocupa alrededor de una sexta parte del espacio gráfico e ilustra la nota, y un recuadro a una columna sobre fondo verde presenta, bajo el título “retrato de campo”, información que identifica al actor social agrario (empresario, sociedad, profesional, etc.) y aspectos de su evolución en la actividad agropecuaria. Por otro lado, en la página derecha (impar), que suele presentar un 50% de su superficie ocupada por publicidad, se incluyen entre una y tres notas complementarias de la nota central a menudo ilustradas con fotografías también en color y que tratan generalmente sobre aspectos más puntuales de las temáticas tecnológicas y productivas abordadas en el artículo principal.

Dicha orientación general de las notas hace que las mismas se encuadren principalmente en el género informativo

¹⁵ Tanto los estudios del periodismo cuanto los análisis de discurso han reconocido el papel significativo de los elementos paratextuales en la configuración del sentido de un texto. Maingueneau (1999) retoma a Genette para indicar, en esta dirección, que los enunciados que rodean al texto (en este caso, antetítulos, títulos y bajadas, principalmente) están destinados a hacer presente el texto, asegurar su presencia en el mundo, su recepción y su consumo. MAINGUENEAU, D. *Términos claves del análisis del discurso*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1999.

pues incorporarían pocos elementos que las asocien a otros géneros del tratamiento periodístico como el interpretativo, el opinativo y el paraperiodístico. Asimismo, el tipo de artículo predominante en la construcción noticiosa corresponde a la entrevista pero a veces aparecen elementos del informe o reportaje periodístico. A su vez, la fuente principal de la noticia son los responsables de las empresas agropecuarias y profesionales con desempeño en las mismas, aunque en ocasiones se apela a profesionales de otras organizaciones y se complementan los testimonios de los actores agrarios con datos de informes técnicos y estadísticas agropecuarias. De este modo, la entrevista personal o telefónica representa una fuente casi excluyente de recolección de información para un tratamiento noticioso que, como se dijo, enfatiza aspectos tecnológicos y económicos del campo.

Un razonamiento central del dispositivo tecnodivulgador

Por otra parte, el razonamiento general que sustenta la nota principal del conjunto de textos que componen este tratamiento noticioso parece basarse en un conjunto de cláusulas o premisas que asumen la siguiente secuencia estructurada:

1) *Existe tecnología disponible, en cantidad y calidad, para incorporar a la producción agropecuaria.*

Esta idea constituye una especie de presupuesto fundamental para comprender el razonamiento agropecuario que sustenta este dispositivo particular de tratamiento de la información con propósitos tecnodivulgadores. La tecnología agraria disponible comprende no sólo un grupo muy amplio de componentes de insumos y procesos sino que también incluye a tecnologías de la información. Los sistemas productivos, las semillas transgénicas, la siembra directa, la fertilización, el riego, las estrategias de gestión empresarial y los sistemas de posicionamiento global (GPS) -que permiten, por ejemplo, regular el funcionamiento de equipos como cosechadoras y pulverizadores- forman parte de un paquete tecnológico de un alcance, según se propone en los textos, adaptado a diferentes situaciones.

2) *La incorporación de la tecnología moderna permite mejorar el resultado productivo de la explotación agropecuaria.*

Esta consigna relativa al aumento del rendimiento en unidades (kilogramos, quintales, toneladas) de granos (cereales y oleaginosas), carnes y otros productos se presenta a menudo ya desde los componentes paratextuales del tratamiento de la noticia agropecuaria.¹⁵ Considérese, por ejemplo, la siguiente combinación de texto (títulos, bajadas y a veces antetítulos) e imagen (fotografía en color de al menos media página), que se presenta desde la primera plana del periódico rural y, como se dijo, se reitera en el encabezamiento del artículo central del interior del periódico.

Título: Los gordos pisan fuerte.

Bajada: Ahora, la ganadería en el sur de Santa Fe, compite con la agricultura. La producción de carne equivale a 100 quintales de maíz y 40 quintales de soja por hectárea. El caso de Telmo Trossero

Foto: Plano general de un conjunto de alrededor de 15 bovinos negros sobre un fondo de lote de

maíz y árboles (19/4/03)

Título: La fuerza del sudeste

Bajada: El caso de Gastón Fernández Palma sintetiza el cambio productivo del sur bonaerense. Trigos de 47 quintales por hectáreas, sojas de 45 y maíces de más de 80. Una explosión productiva

Foto: Plano general del productor en posición de extraer, con el barreno, una muestra de suelo de un lote con rastrojo de maíz (28/6/03)

Título: Una vaca, un ternero

Bajada: Héctor Favre, criador de un grupo CREA de la cuenca bonaerense del Salado, logró un salto tremendo en la eficiencia de su rodeo. Ya superó el 89 por ciento promedio de destete

Foto: Plano general de un rebaño de ganado bovino en un lote de pastura (19/7/03)

Antetítulo: Récord en soja

Título: 6.700 kilos por hectárea

Bajada: Juan Carlos Serravalle, de Vicuña Mackenna, en Córdoba, logró superar los 6.700 kilos. Sobre un lotes (sic) de 200 hectáreas que alquiló hace dos años. Y ahora. ¿Dónde está el techo productivo?

Foto: Plano general del productor y un asesor técnico, ambos en cuclillas, sobre un lote con rastrojo de cultivo (4/10/03)

3) *La incorporación de la tecnología moderna permite mejorar el resultado económico de la explotación agropecuaria.*

Este segmento del razonamiento se presenta para indicar que la incorporación de la tecnología no sólo se traduce en un aumento de los rendimientos mínimos y máximos (aun no alcanzados) de la producción, sino que también implica una mejora significativa para el rédito, excedente o ganancia de la actividad agraria. De nuevo, esto se muestra en la articulación de escritura e imagen de la página inicial de *Clarín Rural* con artículos como los siguientes.

Título: Crecer, crecer, crecer . . .

Bajada: La historia de la familia Viciano. Viñedos propios en Mendoza y unidades de preparación de suelos en siete provincias argentinas, abastecimiento de maderas y sistemas de conducción

Foto: Plano general del lateral de un tractor oruga que arrastra una máquina de preparación de suelos, ambos en acción, con un fondo de montañas nevadas (5/4/03)

Título: La nueva generación

Bajada: Martín Ambrogio sintetiza a la nueva corriente de empresarios agrícolas y a la tercera generación de productores de su familia, que han crecido en base a un sólido know how tecnológico

Foto: Plano medio del productor ubicado a la izquierda de un lote de soja (12/4/03)

Antetítulo: Agricultura en San Luis

Título: Granos de punta

Bajada: De la mano de la biotecnología y el riego, Arturo Boudou está quebrando records de producción y rentabilidad. Asegura que con maíz y soja logra unos 350 dólares/ha de margen bruto

Foto: Frontal del productor en el sector inferior/derecho de una panorámica de un lote de soja con sistema de riego del tipo pivote móvil (18/10/03)

4) *Un conjunto de productores -llamados "innovadores", "avanzados", "líderes" o "de punta"- incorporan las tecnologías modernas en sus planteos productivos y obtienen mejores resultados productivos y económicos.*

Esta fórmula cristaliza en alguna medida al razonamiento que caracteriza al dispositivo

“productor de punta” como complejo conjunto de técnicas, instrumentos y procedimientos de tratamiento de la noticia con sesgo tecnodifusor. Los actores individuales y colectivos que presentan estos artículos muestran las tecnologías de sus estrategias productivas y económicas para que sus colegas, profesionales y otros sujetos agrarios consideren su incorporación en los propios esquemas de producción. En la mezcla de imágenes y palabras del texto la idea aparece en notas cuyas portadas expresan lo siguiente:

Título: Un caso de Harvard

Bajada: El desarrollo de “Los Grobo” mereció la atención de una universidad norteamericana. Las claves y estrategias productivas de esta empresa familiar de Carlos Casares para atravesar el siglo XXI.

Foto: Plano tres cuartos del productor ubicado a la derecha de una panorámica de un lote de maíz con dispositivo de riego (26/4/03)

Título: El señor de los maíces

Bajada: Por sus rindes records, “Johnny” Avellaneda transformó sus establecimientos en campos experimentales. Y fue elegido presidente de MaizAr, la entidad que nuclea a la cadena productiva

Foto: Plano frontal medio del productor sobre un fondo de cultivo de maíz (6/12/03)

Antetítulo: Miguel Ezcurra, de Entre Ríos

Título: Granos en la terraza

Bajada: Hace 12 años le dijeron que en la zona sólo era negocio la ganadería. Hace 7, empezó a sistematizar los lotes con terrazas y desagües. Hoy produce, en directa, en más de 4000 hectáreas

Foto: Plano tres cuartos del productor en un lote con rastrojo de cultivo (13/12/03)

La caracterización del agente del desarrollo rural

En este trabajo interesa, como antes se indicó, analizar uno de los dispositivos de un tratamiento de la información agropecuaria orientado principalmente a la divulgación tecnológica. En particular, se busca caracterizar un conjunto de técnicas, instrumentos y procedimientos noticiosos de un periódico de la prensa agraria que presenta a un conjunto de actores agrarios como ejemplos o modelos, para sus pares y otros públicos, en cuanto a la adopción de agrotecnologías modernas de diverso tipo con exitosos resultados productivos y económicos.

En este sentido, el dispositivo “productor de punta” de la prensa agraria implica la referencia tácita e implícita o explícita y efectiva a los actores sociales del medio rural, al menos a un grupo del heterogéneo conjunto de sujetos agrarios, que son invocados en la compleja estrategia de difusión de tecnología agropecuaria que supone el tratamiento de la información agraria. Uno de los componentes de dicha estrategia comprende, como se viene sosteniendo, a sujetos del mundo rural que la prensa destaca incluso con nombre y apellido y presenta ante sus audiencias diversas como agentes del cambio social, es decir del desarrollo rural.

Para conocer con mayor detalle qué tipo de actor social

asocia la prensa agraria a su tratamiento tecnodivulgador se construyó, con un doble procedimiento, un conjunto de preguntas destinadas a identificar a dichos sujetos. Por un lado, la lectura preliminar de las notas integrantes del corpus analizado permitió generar algunos interrogantes al respecto cuya respuesta podía proporcionar el texto de los artículos. Tanto los textos y paratextos de las notas analizadas provisoriamente brindan información sobre, entre otras, características demográficas y productivas de los productores rurales o actores equivalentes que son objeto de la referencia noticiosa. Por otra parte, desde una visión teórica que analiza las transformaciones contemporáneas del espacio rural como un proceso inacabado de profundización del capitalismo en el campo, se generaron algunas otras preguntas para orientar el análisis del texto, en particular relacionadas con los límites reales o potenciales de dicho proceso de desarrollo rural.

Desde ese doble origen se contempló analizar los textos de la doble página central en base a las siguientes preguntas consideradas claves para identificar al “productor de punta” que evoca e invoca *Clarín Rural*:

- Quién es? (edad, estudios cursados, residencia, etc.);
- Dónde produce? (región, provincia, país, etc.);
- Qué actividades realiza (agropecuaria, agroindustrial, otras)
- Cómo produce? (Tierra, ganado, tecnología, organización empresaria, etc.)
- Cuánto produce? (Volumen de granos, carne, etc.);
- Cómo evoluciona? (Trayectoria socioproductiva, perspectiva de futuro, etc.):
- Cuáles son los límites de su acción? (Ambientales, económicos, políticos, etc.)

En la identificación de los actores agrarios por parte del periódico rural predomina la mención a sujetos individuales, generalmente aquellos a quienes se entrevista para elaborar el complejo texto que presenta la nota de tapa. En sólo uno de los 16 artículos del corpus no se presenta el recuadro “retrato de campo” con datos sobre la edad, lugar de nacimiento/residencia, estudios cursados y características de la empresa. En esa única nota se escribe sobre una sociedad anónima y no se menciona a un sujeto individual asociado a la misma. Los restantes artículos presentan con apellido y nombres a un actor específico que opera dentro de una empresa agropecuaria como propietario único, miembro de una sociedad, profesional encargado o alguna combinación de estos roles. La edad de los sujetos identificados indica que estos se agruparían en dos categorías tal vez asociadas a distintas generaciones de actores rurales: un conjunto de nueve productores reconocen entre 53 y 68 años y otro grupo de 6 sujetos se ubican entre

los 31 y 43 años. Asimismo, nueve de los 15 agentes han completado estudios universitarios -siete de los productores, en general los más jóvenes, egresaron como ingenieros agrónomos-, cinco completaron estudios secundarios y uno no completó la escolaridad primaria. Por otra parte, tres cuartas partes de los empresarios nacieron en localidades pequeñas, medianas o grandes del interior pampeano y una amplia proporción de aquellos (13/15) muestra residencia local, esto es en ciudades de la región de sus explotaciones agropecuarias. Finalmente, 9 de los 15 productores son descendientes, al menos de segunda generación, de productores agropecuarios y en un mínimo de cuatro empresas los hijos acompañan a los padres y otros familiares en el trabajo agrario.

En un estudio previo se había mostrado que las notas de tapa de *Clarín Rural* enfatizan un tratamiento de actores, eventos y problemáticas de la región pampeana argentina, es decir el área central del agro argentino (CARNIGLIA, 2004a). En este sentido, la identificación de la provincia en la cual se asienta la base de las explotaciones agropecuarias de los “productores de punta” reitera esta tendencia: doce de las 16 unidades productivas están en dicha región, en especial las provincias de Santa y Fe (5 casos) y Buenos Aires (4 casos), y las cuatro restantes se ubican en algunas provincias extrapampeanas (San Luis, Corrientes y Santiago del Estero) hacia las cuales se extiende el patrón productivo del agro pampeano (agricultura y ganadería extensivas) o de las denominadas como economías regionales (Mendoza). Por otra parte, en diez de las explotaciones identificadas se han producido procesos de ampliación de la superficie productiva original por medio de la expansión hacia otros espacios de la pampa y otras regiones sociales agrarias de Argentina. También se registra al menos una situación de expansión del negocio agrícola hacia países fronterizos de Argentina (Bolivia, Brasil y Uruguay) y, en otras situaciones, algunos de los productores identificados han mostrado sus planteos tecnológicos en otros países hispanoparlantes (Colombia y España).

La agricultura y la ganadería extensiva constituyen, como se dijo, las actividades principales de las empresas a cargo de los mencionados agentes rurales. En este sentido, y hasta donde se puede inferir de lo indicado en los textos del semanario agropecuario, ocho productores desarrollan explotaciones mixtas (agrícola -ganaderas), seis realizan agricultura exclusivamente y uno emprende sólo la ganadería. Sin embargo, las tareas de estos agricultores y ganaderos “de punta” no se acotan a la explotación agropecuaria pues varios de ellos suman, entre otras, una o más

actividades de servicios (cinco casos), agroindustria (tres casos), comercialización (4 casos), asistencia técnica (5 casos), gestión institucional (5 casos) e infraestructura relacionadas con la agricultura. En otras situaciones se desenvuelven también producciones rurales no tradicionales o actividades urbanas como el ejercicio de la medicina. En este sentido, sería viable afirmar que los “productores de punta” que muestra el suplemento agropecuario participan activamente en una trama económica e institucional del agro que excede sobremanera la propia actividad productiva primaria (granos y carnes). Constituyen, al menos en algunas situaciones, “líderes” o “referentes” del medio rural.

La pregunta acerca de cómo producen dichos empresarios se orienta a sistematizar información de las notas de tapa sobre el tipo y volumen de recursos (tierra, ganado, tecnología, etc.) que aquellos utilizan y la forma en que disponen de los mismos en sus planteos productivos. A este respecto, se puede inferir que la dimensión de las unidades productivas de estos sujetos agrarios corresponde a las categorías de lo que, según los estudios sociales rurales de la pampa argentina, se denomina explotaciones mediano-grandes, grandes y muy grandes. En efecto, la superficie propia y/o alquilada de seis de los 16 campos oscila entre 1001 y 5000 hectáreas, tres explotaciones comprenden entre 5001 y 10000 hectáreas, otras tres unidades explotan entre 10001 y 50000 hectáreas y dos empresas ocupan más de 50000 hectáreas, en particular una de las cuales opera sobre 215000 hectáreas. A su vez, en el caso de los establecimientos más orientados hacia la ganadería la dotación de ganado también reitera esa imagen de explotaciones de considerable tamaño: el mínimo de cabezas identificado es de 700 bovinos y el máximo alcanza las 216000 unidades.¹⁶ Por otra parte, el manejo tecnológico de las explotaciones, un aspecto como se dijo central en el tratamiento informativo, parece indicar que la agricultura moderna supone el empleo sistemático de un paquete o sistema de tecnologías. En este sentido, los artículos del semanario rural reiteran las menciones sobre -entre otras tecnologías- la siembra directa (al menos 7 casos), las semillas transgénicas (6 casos), las rotaciones (7 casos), los fertilizantes (7 casos), los mecanismos de gestión empresarial (6 casos), los recursos de información (5 casos), y el riego (4 casos). Cabe mencionar, en este sentido, que las referencias a la cantidad y calidad del recurso humano que participa en cada una de las explotaciones sólo aparecen en casos puntuales, por ejemplo en una nota del 24 de marzo del 2003 que señala que el grupo económico identificado cuenta con 82 empleados directos y 500 indirectos.

¹⁶ Si se acepta que las vanguardias tecnoeconómicas asumen también implicancias estéticas, se puede interpretar que el lema “lo grande es hermoso” es una de las connotaciones de dicho tratamiento de la ruralidad que enfatiza la producción a gran escala. Así, este particular texto del suplemento agropecuario adoptaría, por caso, una determinada posición en el debate, a veces larvado y en ocasiones resaltado en la historia agraria, sobre el tipo de unidad agroproductiva más apto para el desarrollo del capitalismo agrario en las distintas regiones argentinas y, en particular, el espacio pampeano.

¹⁷ Algunos actores del campo, por ejemplo dirigentes de asociaciones de productores agropecuarios, manifiestan a menudo su preocupación porque algunos sujetos y agregados sociales no vinculados directamente al agro imaginan al sector rural como un espacio homogéneo de riqueza casi inagotable y del cual se puede extraer recursos significativos, por ejemplo a través de impuestos como las retenciones. En consecuencia, el sesgo particular del tratamiento informativo del periódico especializado (grandes explotaciones, intensa modernización tecnológica, importantes procesos de acumulación, etc.) puede contribuir a consolidar esa imagen de agentes productivos poderosos y con resultados económicos muy exitosos.

¹⁸ Los registros censales muestran, por ejemplo, que en los diez departamentos agrarios de la provincia de Córdoba el número de explotaciones agropecuarias se redujo un 36,41% entre 1988 y 2002. Aunque la información censal no aporta mayores detalles sobre el tamaño de empresa -en cantidad de hectáreas- que registra el mayor número de bajas, se considera que la mayoría de los establecimientos rurales excluidos constituían pequeñas unidades agroproductivas, es decir de una superficie inferior a las quinientas hectáreas.

El tratamiento informativo sobre cuánto producen las empresas agropecuarias de los “productores de punta” reconoce al menos tres variantes. En pocas ocasiones se hace referencia, como se dijo, a la producción récord de granos y carnes por parte de determinadas unidades productivas. En la mayoría de las notas, sin embargo, se presenta información sobre la producción de cereales, oleaginosas y carne de cada establecimiento para mostrar que los paquetes tecnológicos permiten alcanzar rendimientos que, si bien no representan la excepcionalidad del récord, están a la cabeza de los resultados zonales y, por otro lado, pueden ser mejorados con ajustes e incorporaciones de dicho conjunto tecnológico. Por último, en dos artículos se da una imagen de lo producido apelando al volumen de facturación anual de una determinada unidad agroproductiva, por caso cuando se indica que una empresa integrada verticalmente factura por año alrededor de 65 millones de dólares (26/4/03).¹⁷

La información que aporta el artículo principal del suplemento rural permite en ocasiones analizar cuál ha sido la evolución de los establecimientos agropecuarios en términos de ampliación de la escala productiva y acumulación de capital, por ejemplo en adquisición de nuevas tierras. En este sentido, quince de las 16 notas muestran que las unidades productivas han crecido -en una trayectoria extensa que empezó en el siglo XIX o en un recorrido más breve que toma las últimas dos décadas- en una, otra o ambas dimensiones. Al mismo tiempo, once de las notas del periódico agrario muestran que las unidades productivas contemplan continuar con la tendencia favorable de su evolución, por caso incorporando más superficie a la explotación. En este sentido, el suplemento agropecuario mostraría sólo la cara exitosa de un desarrollo rural que también ha registrado en las últimas décadas significativos procesos de exclusión de actores del mundo agrario.¹⁸

En la nota de tapa del suplemento agropecuario se presenta escasa información sobre los límites del actual proceso de desarrollo rural. Las escuetas y esporádicas referencias aluden a problemas ambientales (sequía, excesos hídricos y degradación del suelo), económicos (cambios en las políticas, falta de escala productiva para acceder a la tecnología y mentalidad “minera” del propietario-rentista) y políticos (falta de apoyo estatal y contradicciones de la gestión pública).

Consideraciones finales

El tratamiento de la información agropecuaria muestra, hasta donde se conoce en este estudio preliminar, un predominio de la función divulgadora de tecnología de la prensa agraria. El

modelo tecnodivulgador se presenta, en este caso, apelando a una estrategia de intervención sociocomunicacional según la cual algunas ideas, prácticas, instrumentos y actores del medio rural parecen adelantarse a su época. Esa funcionalidad difusora de agrotecnología operaría a través de al menos cuatro dispositivos de tratamiento de la información sobre el medio rural, entre los cuales se destaca uno relacionado con ciertos actores productivos del espacio agrario: “productor de punta” es un complejo sistema de técnicas, instrumentos y procedimientos textuales cuya identificación apenas comienza. En particular, se conforma en torno a un razonamiento que, desde una amplia disponibilidad de tecnología, indica cómo un conjunto de actores individuales y colectivos -de importante envergadura empresarial- se anticipa a sus pares al innovar en sus planteos productivos y alcanza significativos resultados productivos y económicos. Según se expresa en los textos analizados, constituyen productores, empresas y profesionales “innovadores”, “de punta” “líderes” y “avanzados” que indican el sendero a sus colegas, entre otros actores, de estas y otras latitudes. Serían, en consecuencia, agentes del desarrollo rural con algunas características del empresario innovador identificado por Schumpeter.

Si esta particular manera de tratar la noticia agraria -a cargo del periódico especializado más masivo de Argentina- forma parte de una estrategia sociocomunicacional con propósitos de desarrollo rural, cabría interrogar sobre los alcances y los límites de una intervención que enfatiza la dimensión tecnológica del cambio en el espacio agrario. Acaso la imaginación técnica de la prensa agraria invita a un ejercicio metonímico, es decir, a considerar una parte, la tecnología, por la totalidad, el desarrollo rural con sus aspectos económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales. De este modo, algunos aspectos del mundo rural, por ejemplo los sociales y ambientales, son omitidos o apenas mencionados en el discurso predominante que se dirige al interior y exterior del campo. Así, como se dijo, la estrategia de “vanguardia tecnológica” del suplemento agropecuario supone el riesgo de ficcionalizar el desarrollo rural anteponiendo los medios a los fines. También el sesgo tecnodifusor implica la posibilidad de destacar los resultados tecnoproductivos muy positivos de la transformación agropecuaria de los últimos años¹⁹ sin considerar los contextos, por ejemplo las coyunturas comerciales y climáticas favorables, y las consecuencias efectivas o posibles de tales cambios: efectos de los desmontes para expansión de la frontera agrícola, riesgos de los cultivos transgénicos, peligros del monocultivo de

¹⁹ Los cambios en el uso de la tierra (agriculturización basada principalmente en la expansión del cultivo de soja), la forma de realizar la agricultura (incorporación de materiales transgénicos, nuevos agroquímicos y siembra directa, entre otras agrotecnologías) y el surgimiento de nuevos actores junto a la redefinición de sujetos agrarios tradicionales, entre otras transformaciones (OESTERHELD, 2005; TRIGO y otros, 2002), condujeron a un aumento significativo de la producción de cereales y oleaginosas que al menos se duplicó entre mediados de los años 1980 y 2005.

OESTERHELD, M. Los cambios de la agricultura argentina y sus consecuencias, *Ciencia Hoy*, 15 (87), Junio/Julio 2005, p. 6-12.

TRIGO, E. y otros. *Los transgénicos en la agricultura argentina. Una historia con final abierto*. Buenos Aires: Zorzal, 2002.

²⁰ En este sentido, tal vez las condiciones del trabajo en la prensa agraria de los grandes medios impresos comerciales habiliten para un tratamiento de la ruralidad que, sin constituirse en "canción de otoño en primavera", resulte más analítico y reflexivo acerca de los procesos contemporáneos del desarrollo rural argentino.

soja, contaminación de las napas de agua, intoxicación de humanos y otras especies con productos agroquímicos, pérdida de fertilidad de los suelos, desaparición de pequeñas explotaciones rurales y desarraigo de la población del campo.²⁰

A su vez, la cuestión sociopolítica de la "vanguardia tecnológica", a la cual se liga el componente específico de la estrategia aquí identificado, supone siempre la presencia de grupos de poder, acaso acotados en cuanto a su conformación pero activos y consecuentes con sus objetivos, que procuran un determinado modelo de desarrollo rural, en este caso uno asociado al "agroneocio" (*agribusiness* es la expresión en lengua inglesa). Desde esta perspectiva la prensa agraria puede ser considerada, al menos en parte de su lógica o sistematicidad, un medio o instrumento afín a intereses iguales o equivalentes a los de quienes, por ejemplo, son fuentes noticiosas y publicitarias en un semanario agropecuario de amplia circulación financiado también con publicidades y anuncios que tal vez en su mayoría corresponderían a productos, insumos, equipos y procesos tecnológicos del agro.

Los dispositivos, en especial el ahora reconocido, imaginan lectores (modelos o ideales) y fijan "posiciones de lectura" a través de una amalgama de técnicas, instrumentos y procedimientos empleados en el tratamiento de la información agropecuaria. Cabría entonces emprender estudios de la recepción, esto es la(s) lectura(s), por parte de las diversas categorías de actores del mundo agrario y rural que interactúan con los diferentes textos de este medio impreso de la industria cultural. Prácticas, representaciones y usos de una lectura de la prensa agraria situada sociohistóricamente requieren de nuevos esfuerzos de investigación teórica y empírica hasta ahora ausentes.

En suma, las reflexiones preliminares generadas desde esta investigación conducirían a enriquecer, con otros estudios, el campo de la experiencia sociocomunicacional de un mundo rural que, aunque minoritario en proporción de habitantes, constituye un espacio vital significativo en la Argentina del siglo XXI.

Otra Bibliografía:

- BELTRAN, L. Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina.
MORAGAS, M. de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: G. Gili, 1982. P.94-119.
CARNIGLIA, E. Las radios regionales. Estructuras, disponibilidades y perspectivas para la difusión del desarrollo rural sustentable, en CIMADEVILLA, G. y otros; *La bocina que habla. Antecedentes y perspectivas de los estudios de comunicación rural*, Río Cuarto, UNRC/INTA, 1997, p. 77-120.
HOLDEN, D. Some unrecognized assumptions in research of the diffusion of innovations and adoption of practices, *Rural Sociology*, 37 (3), 1973, p. 463-469.
QUESADA, G. *Comunicação e comunidade: mitos da mudança social*. São Paulo: Loyola, 1980.
SARLO, B. *La imaginación técnica. Sueños modernos de la cultura argentina*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1992.