

Clarín Rural 2016. Alentando el darwinismo social en el agrario argentino

José Muzlera

Investigador del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas y del Centro de Estudios de la Argentina Rural, Universidad Nacional de Quilmes

Resumen

El siguiente trabajo explora las representaciones sociales acerca del agro argentino y sus actores que el suplemento Clarín rural colaboró a construir y difundir durante el año 2016. Partimos del supuesto que las palabras reproducidas generan un efecto ideológico y que los discursos tienen un poder según la jerarquía que ocupan en la relación social que implica al acto comunicativo. Clarín, al ser el diario con mayor tirada de la Argentina, tienen un poder significativo para instaurar una creencia de lo que es el campo argentino, convirtiéndose en un objeto de estudio ideal para observar el discurso hegemónico que circulan en torno al agro y su gente en el conjunto de la sociedad argentina-al menos en los grandes centros urbanos-. Entendiendo "el campo" como categoría nativa y polisémica, en base a las publicidades y notas de tapa de todos los suplementos Clarín Rural del año mencionado, el presente artículo dará cuenta del concepto de agro presentado desde el multimedio más leído de la Argentina. Un análisis de la cantidad y tema central de las notas aparecidas en la tapa, del espacio que ocupan en ella y de las imágenes que las acompañan revelarán como se promociona el modelo productivo conocido como agronegocio, al que le es funcional las políticas económicas neoliberales, los productores altamente competitivos (en todo el sentido de la palabra) y producciones sostenidas en base a una alta demanda de insumos y tecnología y poca mano de obra.

Palabras claves: Diario Clarín – discurso – darwinismo social – modernización - Argentina

Abstract

The following paper explores the social representations about the Argentine agriculture and its actors that the Clarín rural help to build and to diffuse during the year 2016. We know that the reproduced words produce an ideological effect and that the discourses have a power according to the hierarchy that occupy in the social relation that implies the communicative act. Because is the newspaper with the greatest circulation of Argentina, Clarín has a big power to establish a belief of what is the Argentine country, for this reason it become in an ideal object of study to observe the hegemonic discourse that circulate around the agriculture and its people in the Argentine society, at least in big cities. We understand "the country" as a native and polysemic category, whit this idea We analyzed the publicity and cover notes of all Clarin Rural of the year mentioned. This article will analyze the concept of country presented from the most read multimedia in Argentina. An analysis of the quantity and central subject of the notes that appear on the cover, the space they used in it and the images that are used will reveal how the agribusiness model (that is functional to the neoliberal economic policies) is promoted. Clarín rural helps along the idea that the highly competitive producers and sustained productions based on a high demand of inputs and technology and little command of work are a good things.

Keywords: Diario Clarín - discourse - social Darwinism - modernization - Argentina

Introducción¹

¿Por qué estudiar Clarín rural? La respuesta es una conjunción de tres elementos. El primero es que la Argentina es un país agrario. El segundo, que como ya mencionamos en el resumen, Clarín es el periódico de mayor tirada de la Argentina. Y el tercero es que hacemos propia la idea de que en los textos, en su producción e interpretación no sólo se manifiestan las relaciones de poder, sino también que se constituyen y se transforman (Fairclough, 1993, p. 7). En la Argentina, el campo con sus economías –en especial la pampeana-, su gente y sus culturas son una dimensión insoslayable de la construcción del ser nacional. Al respecto, Noemí Girbal-Blacha afirma, “Desde sus inicios, la historia argentina aparece vinculada en su economía, sociedad y sistema político al campo, es decir, a la producción y al comercio de materias primas rurales” (Girbal-Blacha, 2011, p. 11). En nuestro país, campo, agro y rural a menudo, son conceptos que se emplean como sinónimos. Esto tiene su razón de ser en que, hasta hace pocas décadas, lo rural y lo agrario se dieron de modo yuxtapuesto, pero el desarrollo del capitalismo con su dinámica globalizadora y los profundos cambios tecnológicos que trae aparejado nos obligan a ser más cautos y específicos y a distinguirlos (Rivera, 2009; Williams, 2001).

Echeverri Perico (2011), respecto a esta cuestión, sostiene que el campo se pensaba como lo opuesto a la ciudad y eso bastaba. Y que de allí se desprende que el mundo rural es aquel que sirve de hábitat a la agricultura y a la economía rural (que está sobredeterminada por la economía agrícola. Lo rural, por su parte, se orienta por consideraciones demográficas, referidas a la forma que adquiere la distribución espacial de la población. Si la densidad es

¹ Agradezco los aportes y comentarios de Marina Poggi y Rocío Pérez Gañán a esa primera versión que han ayudado a enriquecer y clarificar la presente.

baja, se trata de población dispersa, o si se reside en centros de menor tamaño, se habla entonces de la conformación de un espacio rural (Echeverri Perico, 2011, p. 13). Para el caso argentino el límite son los 2.000 habitantes. Lo agrario, por su parte, refiere a lo productivo, a la producción de bienes primarios, materias primas.

Hace décadas, en el contexto de la mundialización, definida conceptualmente por el paradigma neoliberal, se dan transformaciones estructurales que afectan lo político, lo económico, lo social y lo tecnológico (Murmis y Bendini, 2003). Algunos autores, como el caso de Girbal-Blacha (2004) indicarían que para el caso argentino sus orígenes pueden rastrearse a mediados de la década de 1960. Otros rastrean sus orígenes hasta mediados de los años 70, con la última dictadura militar, pero la mayoría se remite a la primera presidencia de Carlos Saúl Menem, entre 1991 y 1994. El gobierno de Menem realizó una activa transformación del marco regulatorio de la actividad económica con el fin de generar las condiciones necesarias para el desarrollo de la libre circulación de bienes, servicios y capitales y para la valorización de los bienes inmateriales gracias a las modernas tecnologías. Éstas son un punto clave, constituyen dinámicas centrales de lo que algunos economistas han denominado nuevo régimen de acumulación dominado por lo financiero, complementadas en la producción agropecuaria por saberes y tecnologías.

Como remarcan Anlló, Bisang y Salvatierra (2010), el campo actualmente no sólo es un lugar donde se producen carne, granos y leche; las actividades asociadas con el uso de la tierra, además de las orientadas a la producción de alimentos, se orientan también a la producción de insumos industriales, medicinas y biocombustibles. Esta ampliación de horizontes de la producción de alimentos se asocia a profundas transformaciones técnicas, productivas y organizacionales. Clarín rural, toma esta nueva ampliación de las funcionalidades agrarias y construye una imagen del sector como una suerte de alfa y omega de la sociedad y economía

argentina. Esta nueva etapa que genera mayor producción, mayor productividad y mayor riqueza es acompañada de un trascendente e irresuelto debate (no tratado como tal en el suplemento en cuestión) que es a su vez reflejo y seno de conflictos. Los ejes del debate están relacionados con qué sucede con la mano de obra, que sucede con la riqueza que se genera, cómo se transforman los territorios de la mano de las transformaciones tecnológicas, si la 3ra revolución verde, genera distribución de la riqueza y oportunidades o genera concentración y exclusión, si los excedentes quedan en las localidades o es un modelo extractivo, si las agrolocalidades tienen dinámicas de socialización propias o son similares a las de los grandes centros urbanos, si tiene sentido seguir hablando de campo e industria o de sectores primarios, secundarios y terciarios de la economía como categorías excluyentes y si se terminaron las migraciones estacionales vinculadas a las zafas y cosechas, se modificaron o se incrementaron.

Acerca de los interrogantes planteados no hay consenso. Hay posicionamientos opuestos sostenidos en *proxis* que no son concluyentes. Esquemáticamente podemos definir dos grandes posturas al respecto: a) quienes consideran que el "nuevo modelo agrícola" genera riquezas en la localidades del interior vinculadas al sector agropecuario, que brinda oportunidades laborales en distintos eslabones de la cadena productiva reubicando los productores desplazados y b) quienes creen que el modelo es extractivista, que genera concentración y pobreza. Es en este contexto donde los dos mayores diarios de circulación de alcance nacional publican los días sábados un suplemento dedicado al agro tomando posicionamiento entorno a la primera de estas visiones, promocionando exitosamente una ideología mediante los beneficios derivados de la jerarquía enunciativa que su gran tirada y gran número de lectores le otorga.

Anticipando los resultados de este trabajo, podemos afirmar que Clarín rural, integra el conjunto de quienes ven el modelo agro-negocio como una alternativa positiva y borra prácticamente de sus páginas la complejización y discusión con las miradas críticas. Son éstas un espacio discursivo que trata de evitar la disidencia ideológica, dando por sentado que la respuesta a cualquier problema está en la aplicación de conocimientos científicos y técnicos, el aumento de las libertades y desregulaciones comerciales y productivas y dando por sentado que no existen intereses opuestos o irreconciliables. Todos podemos ser felices y convivir en armonía. Para Clarín, el agro es el gran benefactor de la nación y por lo tanto no hay que obstaculizar el desarrollo de los productores y empresarios del sector, porque su rol mesiánico sólo podrá ser llevado a cabo mediante la suma de los éxitos (otro concepto que no se pone en la mira de ningún análisis crítico) individuales.

Marco Referencial

La resolución 125/08 publicada por el Ministerio de Economía de la Nación –en ese entonces bajo la titularidad de Martín Lousteau- con fecha del 10 de marzo de 2008, tuvo como particularidad que llevaba las alícuotas a las exportaciones de granos –que para las soja eran del 35%- a un esquema de retenciones móviles, escalonadas según el precio del grano en el mercado. En lo inmediato subían del 35% al 45%, previendo una quita de hasta el 95% de todo incremento por sobre los 600 USD/ton.

Aunque pocos meses después este esquema hubiese beneficiado económicamente a los productores desató un conflicto social de una magnitud inimaginada. La opinión pública a nivel nacional se polarizó y las calles y rutas de todo el país fueron escenarios de cortes y manifestaciones populares de uno y otro bando. En ese contexto de gran conflictividad se creó la Mesa de Enlace (asociación transitoria que agrupaba a las 4 instituciones agrarias más

importantes del país con la particularidad de que suelen representar intereses históricamente opuestos²). En la región pampeana, el Movimiento Nacional de Auto convocados alcanzó una visibilidad y una acumulación de poder inéditos. Los autoconvocados eran productores, contratistas de producción, y otras personas vinculadas a la actividad agropecuaria, que no se sentían representados en ninguna de las cuatro entidades del agro que conforman la llamada mesa de enlace. Manifestaban un gran rechazo a la figura del gobierno nacional y como principal medida cortaban las rutas de sus localidades de residencia. Las nuevas tecnologías en comunicaciones y un poder adquisitivo mediano-alto les permitió conformar una red ágil y poderosa difícil de dirigir. Al motivo original vinculado a la resolución 125/08, pronto se le sumó a la “*indignación*” de ser llamados oligarcas, por parte del gobierno nacional y gran parte de la sociedad argentina, tanto de los grandes centros urbanos como de las medianas del interior, que se sentía identificada con el discurso oficial. En numerosas entrevistas apareció como un elemento determinante, para haber salido a cortar rutas, el tonto insultante del gobierno nacional y aquellos que lo apoyaban.

Fueron así conformándose dos bandos con identidades propias y visiones opuestas. El grupo de “el campo” se veía a sí mismo encarnando valores como trabajo y honestidad. Se presentaban como los salvadores de la economía Argentina y los sanadores del hambre y la pobreza nacional. Rechazaban “las calumnias e injurias” de Estado Nacional y sectores sociales que por ignorancia o mala intención hacían suyo el discurso oficial. Este sector, “el campo”, denunciaban al Gobierno Nacional como corrupto, ineficiente y populista, asociándolo con valores negativos como vagancia y deshonestidad. Por su parte, el gobierno nacional y quienes lo apoyaban, se veían a sí mismo como los constructores de una nueva

² CONINAGRO, CRA, FAA y SRA.

Argentina, más justa y redistributiva y al sector agrario como un sector de oligarcas que se benefician de la renta de la tierra y tienen un comportamiento corporativo.

Esta situación, además de los cortes de ruta, el *lockout*³ patronal, los cacerolazos, la gran difusión de los medios masivos de comunicación, las marchas en el Monumento a los Españoles en la Ciudad de Buenos Aires y acto que la Mesa de Enlace organizó en el histórico Monumento a la Bandera en la Ciudad de Rosario (“el contra acto”⁴)desafiando al Gobierno Nacional, que organizó los actos oficiales del 25 de Mayo en la ciudad de Salta, produjeron una profundización y clara polarización del conflicto. Fue tal la importancia que tomó en la opinión pública que llevó a que la presidenta de la Nación enviara la conflictiva resolución ministerial al Congreso de la Nación con la intención de, convertirla en ley, y darle legitimidad⁵. Esto pondría fin al desatado “conflicto con el campo” el cual políticamente le estaba costando –al gobierno nacional- mucho más caro de lo que la mayoría de los analistas y los altos funcionarios estatales había podido prever en sus comienzos. Lo que pocas semanas antes era impensado⁶ –ya que el oficialismo contaba con mayoría en ambas cámaras-

³*Lock-out*, es una expresión inglesa que literalmente significa “cerrar y dejar fuera”. Esta se utiliza para referirse al cierre o paro patronal, es una medida de acción directa que consiste en la paralización total o parcial de las actividades de uno o varios establecimientos o actividades económicas, por decisión del empresario. En este caso las actividades dentro de los establecimientos –en la mayoría de los casos- no fueron paralizadas, la medida consistió en la suspensión temporaria de la comercialización.

⁴ Para los festejos del 25 de Mayo el gobierno nacional realizó un acto en la ciudad de Salta. Simultáneamente, la Mesa de Enlace organizó un acto en el cual se criticaría duramente al Gobierno Nacional –principalmente por la resolución 125 y el tratamiento al sector- en la Ciudad de Rosario: “25 DIVIDIDO DOS” Tituló Página 12 su nota de tapa del lunes 26 de mayo de 2008; “200.000 es el piso de asistencia al acto de Rosario, informó la policía de Santa Fe. 45 mil fueron los manifestantes en Salta, con datos de la policía local” (Diario Crítica de la Argentina, 26 de mayo de 2008); “El campo dio una muestra de fuerza en Rosario, con un acto multitudinario. Miles de personas que llegaron de distintos puntos del país, los organizadores hablaron de 300 mil y la Policía de 200 mil” (Clarín digital, 25 de mayo de 2008); “Con una puesta en escena imponente, el campo logró la imagen que buscaba: cerca de 200.000 personas se manifestaron en esta ciudad, entre el río Paraná y el Monumento a la Bandera, para reclamar cambios en la política agropecuaria” (La Nación, 26 de mayo de 2008).

⁵ Uno de los argumentos esgrimidos por aquellos que estaban en contra del Gobierno Nacional era que gobernar por decreto era antidemocrático. Este argumento ha sido frecuentemente repetido por aquellos días sobre todo por integrantes de la Mesa de Enlace.

⁶“La democracia se defiende con más democracia y las instituciones se defienden con más instituciones”, dijo la presidenta y después continuó, “Esta medida de las retenciones móviles que tanto revuelo ha causado a un sector que hace 90 días corta rutas, voy a enviarla al Parlamento como proyecto de ley por si no les basta con esta

(Barsky y Dáviala, 2008), sucede a altas horas de la madrugada del 17 de julio de 2008. En ese entonces –después de 119 días de desatado el conflicto-, el vicepresidente de la República, presidente del Senado, se ve obligado a desempatar la votación; con su voto “*no positivo*”, votando en contra del proyecto oficial.

No haber podido convertir en Ley Nacional la conflictiva resolución, llevó a la derogación de la misma. A pesar de que el 18 de julio, el jefe de Gabinete, Alberto Fernández, junto al ministro de Economía, Carlos Fernández, anunciaron en conferencia de prensa el decreto 1176 que derogaba la polémica resolución 125, el conflicto entre agro y gobierno no cesó. Dos malas campañas productiva para el sector agrícola pampeano derivadas de adversidades climáticas y de una merma en los precios internacionales de los granos (explicada por la crisis económica mundial), una mesa de enlace ya establecida y el movimiento de autoconvocados envalentonado por el éxito en su primer reclamo fueron elementos decisivos para la permanencia de la grieta social y de la crisis agro-gobierno hasta el fin del mandato Cristina Fernández de Kirchner en diciembre de 2015.

Los medios masivos de comunicación, a lo largo de este conflicto, tuvieron un lugar decisivo y sumamente parcializado. Página 12 apoyando al oficialismo. Clarín y La Nación a “el campo”. La Cobertura que hicieron de la “crisis del campo” constituyó un punto de inflexión en la relación entre estos 2 multimedios y el gobierno nacional. Martín Sivak (2013), refiriéndose a Clarín dice:

Durante cuatro meses, las entidades agropecuarias más importantes resistieron con manifestaciones, cortes de ruta y desabastecimientos en los principales centros urbanos, entre otras medidas, la implementación de retenciones móviles a la exportación de algunas materias primas. El tratamiento complaciente que Clarín dispensó a dichas entidades en sus distintos medios motivó el fin del ciclo de buen entendimiento público con el gobierno y se inició así un largo período de

Presidenta, que hace seis meses obtuvo el 46% de los votos”. (Muzlera, 2010)

enfrentamiento entre ambos, que coincidió con el comienzo de la primera gestión de Cristina Fernández de Kirchner (Sivak, 2013, p. 15).

Siguiendo a Sivak, se observa que la labor de Clarín cobró un inédito interés social porque: por un lado, comenzó a ser masivamente visto como un actor político con intereses económicos y por otro, se registra una creciente polarización del mapa mediático, en el que cada extremo tiende a subordinar la elección de fuentes y de acontecimientos noticiables al previo cálculo de utilidades y perjuicios para el sector en el que está posicionado. El uso del lenguaje que pueden observarse en estos medios está ligado a procesos sociales con el propósito de imponer nuevos valores culturales vinculados a las apuestas políticas del grupo editor (Fairclough, 1993, p.8).

Los valores forman parte de las representaciones sociales y éstas refieren al conjunto de conocimientos del sentido común, contruidos de manera colectiva a través de procesos de comunicación, que los diferentes grupos sociales o multimedios utilizan para dar sentido a los objetos, actividades o políticas de su entorno (Landini, 2013, p. 299). Volviendo al caso de Clarín, autores menos críticos, como Luis González Alcaraz (2015), centrándose en el discurso construido acerca del cambio climático, sostiene que el público general accede al conocimiento científico a través de los medios de comunicación, que construyen discursos con la facultad de cuestionar o legitimar a la ciencia y la posibilidad de acciones ante la problemática. Presenta así una suerte de neutralidad y sencillez en el discurso del multimedio, que no puede menos que recordarnos lo sostenido por Ruth Wodak (2009, p. 101) cuando explica que para el neoliberalismo los problemas complejos necesitan de respuestas simples.

Metodología

Según Eliseo Verón (2004) el dispositivo de enunciación, en este caso el suplemento Clarín rural, incluye la imagen del que habla, la imagen de aquel a quien se dirige el discurso (el lector destinatario), la relación entre enunciador y destinatario que se propone en el discurso y a través de ella se constituye un contrato de lectura. En nuestro caso, este contrato de lectura es el lugar de encuentro entre Clarín rural y sus lectores. Se trata de una suerte de pacto implícito entre el medio y el lector. El análisis del contrato de lectura, dice Verón, permite, evaluar la especificidad de un medio y posibilita definir las pautas que establecen el vínculo con su público. Cuando una persona abre un diario, espera encontrarse con características relativamente estables de diagramación, de tratamiento de la información, y de las imágenes. El lector ingresa a su casa, sabe por dónde moverse. Existe un conocimiento de la diagramación, de dónde se encontrarán las imágenes y el color, el tipo y extensión de las notas y los modos de construir la noticia (Verón, 2004). Este contrato de lectura contribuye en la reelaboración de representaciones sociales que al inicio imaginario del contrato son, al menos, relativamente compartidas. Estas representaciones sociales son una imagen inmediata del mundo que está presente en una comunidad lingüística cualquiera. Es una imagen que cualquier persona de esa comunidad posee sobre una cosa, evento o acción. Esa representación incluye valores, constituye creencias y es la base del significado que adquiere cada nuevo estímulo relacionado con esa cosa, evento o acción. Las representaciones nos recuerda Ratier (2010) influyen en la percepción humana, nuestra percepción del mundo está mediada por las representaciones que tenemos de él. Constituyen las creencias del sujeto condicionando su cognición y de este modo la construcción de nuevas representaciones. Mediante el lenguaje las personas pueden agregar, omitir o quitar elementos haciendo a estas representaciones siempre parcialmente reales. Así, los contenidos de las representaciones no

son neutros, es decir, responden a las intenciones o propósitos de cada enunciador/a, y trabajan como marco para la construcción de las creencias individuales. En una sociedad determinada socio-históricamente, nos comunicamos según los roles sociales adquiridos y aceptados y no todos los roles sociales tienen las mismas posibilidades de enunciar, ni la misma autoridad para que lo que expresen sea aceptado (FonteZaraboso, 2003; Goffman, 2009; Raiter, 2010; Landini, 2013). Con esta noción de representación daremos cuenta de las que el periódico de mayor circulación en la Argentina, en su suplemento específico, construye sobre el agro y sus sujetos.

Los dos periódicos de alcance nacional de mayor circulación publican en suplemento específico dedicado al agro los días sábados. Ese día, Clarín publica 55.000 ejemplares impresos y La Nación, 44 mil ejemplares. Página 12, 3.400, pero no posee un suplemento dedicado al agro ningún día de la semana. Por ser el de mayor circulación, el elegido en este trabajo para estudiar las representaciones que construye sobre el agro fue el suplemento rural del Clarín⁷.

La hipótesis principal es que Clarín, a través de su suplemento rural, colabora con la construcción de una representación social neoliberal, funcional al paradigma agronegocio, que incluye la noción de que el fracaso o éxito productivo derivan de una responsabilidad individual de cada productor, el éxito se asocia a características presentadas como valores positivos como el esfuerzo, la austeridad, la capacidad innovación y la capacidad de adaptación. Estas responsabilidades individuales son relativizadas en algunas situaciones, como por ejemplo cuando el Estado interviene la economía, distorsionando el mercado y

⁷Para trabajar la hipótesis se revelaron 49 suplementos del año 2016. Si bien el año tuvo 52 sábados y en la Hemeroteca Nacional, archivo donde se realizó la búsqueda del material trabajado, se encontraron los 52 periódicos, no estaban los suplementos rural del 15 de octubre, 24 de diciembre y 31 de diciembre. Suponemos que el primero fue sustraído y los otros dos no editados.

provocando así desaliento y dificultades para los emprendedores eficientes y honestos a los que de este modo se los priva no sólo ingresos legítimos si no la posibilidad de seguir invirtiendo en beneficios propio y de la sociedad argentina en su conjunto.

A partir del análisis de las portadas se analizaron los subsectores⁸o actores del mundo agrario que abordaban y las categorías de temas principales. Se constituyó así una variable sobre los temas con las siguientes categorías: análisis políticos, análisis de trayectorias empresariales, diagnósticos productivos y notas técnicas. Y una dimensión de los subsectores con las siguientes categorías: agricultura, ganadería y sector agrario en general como los principales.

Por una cuestión de índole práctico, en esta primera etapa, de las 696 notas publicadas en los suplementos referidos escogimos para trabajar sólo las 191 notas de tapa, y sus publicidades. Se registraron los anunciantes, los temas o problemas de las notas y los temas o problemas de las notas y los subsectores o actores del mundo agrario que abordaban. De este modo, entre las categorías de temas principales abordados por los suplementos se encuentran: análisis políticos, análisis de trayectorias empresariales, diagnósticos productivos y notas técnicas. Entre los subsectores encontramos agricultura, ganadería y sector agrario en general, como los principales.

Resultados de la investigación y debate

El suplemento rural suele tener entre 8 y 16 páginas aunque se han publicado algunos de hasta 24 durante el mes de julio cuando tuvo lugar la 130ª Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional. Como todos los suplementos sale editado en el interior del matutino, con lo cual no pueden verse las tapas del mismo sin abrir el diario, aunque la portada de los días sábados hacer referencia al mismo. Aun así la importancia de las tapas del suplemento

⁸ El agrícola, el ganadero, los contratistas, los productores, etc.

persiste en tanto y en cuanto para el lector ocasional es en ellas donde se decide, o no, "entrar" a leerlo cuando hojeando el diario se llega a él. Al mismo tiempo expresa una escala de valores, un orden de importancia, de los temas y sus abordajes. Palmer (1989) sostenía que para todo discurso y comunicación es vital quién controla los temas, los cambios, las omisiones y las imposiciones. Un ejemplo de esto son los profesores al decidir qué se da y qué no se da en un curso y los editores que deciden qué se publica y que no. Considerando esta tesitura es que nuestro primer análisis involucra la cuantificación de lo que se publicada en las tapas, tanto respecto a la cantidad de veces que ideas y conceptos nos son impuestos como a la importancia que se le brindan a cada una de ellas según la ubicación y superficie.

En una segunda instancia Intentaremos dar cuenta de los modos en que el discurso Clarín rural intenta persuadir al público de las creencias de la gente a favor de los intereses de determinados grupos, mediante el análisis de las notas y su toma de posición. El análisis crítico del discurso, nos recuerda Teun van Dijk (1999), pretende estudiar cómo el discurso está involucrado en la reproducción del poder social. En este caso entender qué tipo de poder reproduce Clarín rural por medio de le las temáticas de sus notas y por las estrategias discursivas utilizadas para presentar dichas temáticas.

Uso del espacio y diseño de las tapas

En las portadas de los 49 suplementos trabajados, aparecieron 138 notas. Priman las dedicadas a la divulgación técnica de producciones típicamente pampeanas (soja, maíz, trigo, girasol y ganadería bovina). El 29,7% de las casi 140 notas de tapa están destinadas a dar recomendaciones que mejoren el manejo de cultivos o de las decisiones empresariales. El eje de las notas es la innovación de base científico técnica como receta del éxito. Este, aunque no es explícitamente definido, se entiende como un aumento de la rentabilidad a corto plazo, a

menudo considerando la necesidad de la sostenibilidad del recurso suelo a mediano. Dentro del subconjunto de productos pampeanos, la distribución es heterogénea: 87,5% se centran en agricultura, 10 % están orientadas a la ganadería (incluyendo carne y leche) y 2,5% a ambas actividades. Junto con la ausencia en tapa de notas destinadas a producciones no pampeanas están la ausencia de notas que problematiquen o al menos analicen el acceso a la tierra, la salud de las poblaciones cercanas a los establecimientos productivos o de los consumidores, las problemáticas sociales asociadas a la disminución de la demanda de mano de obra directa o de la concentración de la producción. Estos datos ya nos brindan una primera idea del contrato de lectura entre suplemento Clarín y su público y de las representaciones del agro, un espacio ausente de conflictos intersectoriales donde habría lugar para todos los que estén dispuestos a aplicar tecnologías de punta e ignorando todas las regiones extra pampeanas o lo que no sea producción de *commodities*.

En un claro segundo lugar, con poco más del 20% del total, están las notas destinadas al análisis de las políticas económicas que afectan al sector. Todas, menos tres, con un tono aprobatorio. Recordemos que el año 2016, el período analizado, fue el primero del gobierno de Mauricio Macri, de clara orientación neoliberal. Sólo presentan un tono crítico aquella que analiza el precio máximo impuesto al biogás; otra que critica el alto costo del transporte y en la misma línea la que con un tono muy duro entiende que existe una transferencia de recursos desde el sector agrario al petrolero mediante la suba de los combustibles. El 5% de las notas abordan las semillas como temática; la mitad refiriéndose a la ley de semillas y defendiendo la propiedad intelectual de las grandes multinacionales y la otra mitad promocionando nuevas variedades. 4% de las notas se centraban en la promoción de novedades tecnológicas. Y el 40% restantes en temas diversos que ninguno llega al 4%.

Si bien en estas páginas no analizamos en detalle el interior del suplemento, la lectura del mismo y el análisis de las notas de tapa, nos permite hacer algunos comentarios generales que ayudan a ilustrar el perfil del mismo. En primer lugar, no todas las temáticas ausentes en las tapas están ausentes en el interior. Esto nos da una idea de cierta escala de valores o al menos de intereses. Las economías regionales tienen presencia ocasional, pero no en la tapa, reproduciendo de este modo el lugar de importancia que tienen en conjunto del agro y la economía nacional. Este es el caso de producciones como limones en Tucumán, almendras en Catamarca, caña de azúcar y tabanco en el NOA. En su sección editorial suelen recogerse temas que por algún motivo han cobrado relevancia pública esa semana, por ejemplo se toma posición sobre el modo en que el cultivo estrella, la soja, afecta la salud y el medio ambiente. En este caso, se establece una comparación con el nivel de contaminación del aire en las ciudades y se concluye que la agricultura pampeana es sostenible en el tiempo y que los potenciales daños a la salud son no relevantes. En la editorial del tercer sábado del año, firmada por Héctor A. Huergo y titulada "Mucho humo en la ciudad" se puede leer:

El fantasma del glifosato y las "fumigaciones" anida en las neuronas bien trabajadas en las escuelas de periodismo, fuertemente influenciadas por el discurso facilista de los verdes. Y llegamos a un punto en el que vale la pena detenerse. Al fin y al cabo, lo que está en juego es la imagen de un bien y un sistema de producción que han convertido a la Argentina en un país viable, a pesar de nosotros mismos. Los comunicadores nacen y se nutren en la ciudad. Tomemos una bastante conocida: la ciudad de Buenos Aires. Tiene 20.000 hectáreas, contorneadas por General Paz, el Riachuelo y el Río de la Plata. En esta superficie, circulan millones de autos, camiones, buses, combis que queman por año 2.000 millones de litros de combustibles, nafa, gasoil y GNC [...] CO₂, óxido nitroso, y molécula de distinto tamaño porque la combustión no es completa (algunas partículas son realmente peligrosas). Y sale como humo, por el caño de escape. Sí, estamos fumigando la ciudad, 2.000 millones de litros de hidrocarburos. Sobre 20.000 hectáreas nos da una media de 10.000 litros por hectárea por año. Es lo que está en el aire y no nos hacemos mucho problema por esto. Veamos ahora el demonizado glifosato y otros productos utilizados para proteger los cultivos. Ninguno de estos productos se fumiga. No hay fumigaciones en los campos. Son aplicaciones con pulverizadoras. Diluidos en agua, los productos se esparcen sobre cultivos y no van más allá de ellos. Afectan a las malezas e insectos sensibles, o eliminan los hongos como el *piocidex*. Esto no es

humo [...] Una hectárea de soja recibe tres litros de glifosato por año. Y otro kilo de insecticidas y funguicidas. En todos los casos, se usan productos de baja toxicidad. Total, cuatro kilogramos por hectárea y en el medio del campo, sin fumigación, sino en fino spray sobre los cultivos. Versus 10.000 litros por hectárea de hidrocarburos que se hacen humo en la ciudad. Por suerte una parte de ellos (10%) ya viene del campo, vía biodiesel o etanol. Y todo indica que vamos por más. Mientras tanto comamos tranquilos (Huelgo, 2017, p. 3).

Retomando los conceptos de contrato de lectura y el de representación, existen con frecuencia en la contraportada del suplemento (la ante última página del mismo) menciones a congresos y otros eventos institucionales de AAPRESID, AACREA, SRA, y asociaciones de criadores, contribuyendo esto a ilustrar en quienes se piensa como modelos y destinatarios del suplemento. Durante 2016, se presentaron 2 diseños de tapa, uno desde comienzo de año hasta principios de octubre, y desde esa fecha a fin de año otro ligeramente distinto.

Tapa enero a octubre.

Las tapas de la primera parte del año, como la que se muestra a continuación, están divididas en 4 grandes secciones.

La sección superior, que contienen el título del suplemento y una pequeña publicidad comercial, ocupa el 12,5 % de la superficie de tapa. La publicidad de esta parte, que todo el año tuvo como protagonista la marca de maquinaria agrícola New Holland, ocupa poco menos del 2 % de la superficie total de la portada. Debajo de esta sección superior, se encuentra otra que ocupa el 10% de la superficie de la tapa, que contiene la presentación de 3 notas internas, una con el 5% de la superficie de la tapa que siempre está acompañada de una foto y dos con 2,5% cada una. Una tercera sección, la más grande, ocupa el 45% de la tapa y siempre refiere a una sola nota. Esta sección está utilizada básicamente por la foto que ilustra la nota, el título sobre esta y una pequeña leyenda al pie de la foto. La cuarta y última sección, con el 32,5%, destinada a publicidad. Esta última, al igual que la superior, todo el año fue vendida a la

Muzlera, J. (2017). "Clarín Rural 2016. Alentando el darwinismo social en el agrario argentino / Clarín Rural 2016. Encouraging social Darwinism in the Argentine agrarian". *Estudios Rurales*, Vol. 17, N° 12. ISSN 2250-4001. CEAR-UNQ, Buenos Aires, primer semestre de 2017, pp. 75-106.

misma marca, en este caso a Dow, una firma de agroquímicos. A diferencia de New Holland, Dow fue cambiando el producto y el diseño.

Tapa enero a octubre

Rural

Clarín X
SABADO 17 DE SEPTIEMBRE DE 2016

P.4
Los productos biológicos, con una gran proyección global
Así lo confirmó Clarín Rural en una visita a Basf, en Alemania.

P.2
Bayer adquirió Monsanto, con una inversión millonaria
Esto crea una gran compañía de desarrollo tecnológico.

P.7
Se sancionó la ley de manejo de envases de agroquímicos
Obliga el triple lavado y crear un sistema de recolección.

integración vertical
Del mostrador al corral

El ojo del alma. Néstor Tomasello le da la espalda a uno de los corrales en su encierre.

La familia Tomasello comenzó vendiendo carne en Fray Luis Beltrán, cerca de Rosario, y ahora tienen su propio feedlot con una capacidad para 10.000 cabezas, con tecnología de última generación para la gestión alimentaria. Y están en expansión. **P.8 Y 9**

GANALE A RAMA NEGRA POR KNOCK OUT.

Dow Dow AgroSciences

Herbicida **Texaro**
ARYLEX ACTIVE

USÉ TEXARO Y CONTROLÁ CONYZA CON UNA SOLA APLICACIÓN.
Además, aproveché el excelente control residual de maizas de hoja ancha y gramíneas. Consiguió la mejor performance y flexibilidad en la pre siembra del cultivo.

LIBERES CONTROL TOTAL DE MAIZAS

MÚLTIPLES MODOS DE ACCIÓN

PELIGRO. SU USO INCORRECTO PUEDE PROVOCAR DAÑOS A LA SALUD Y AL AMBIENTE. LEA ATENTAMENTE LA ETIQUETA.

Fuente: Clarín rural, sábado 17 de septiembre de 2016.

Tapa octubre a diciembre.

El segundo diseño de tapa, editado desde mediados de octubre en adelante, posee un diseño de 3 secciones, una menos que el diseño anterior. Esta segunda presentación estética es muy similar a la anterior pero un poco más sencilla. Al tiempo que reduce de 4 a tres las secciones de tapa, disminuye la cantidad de notas de 4 a 3.

En esta segunda versión, la primera sección es una fusión de la primera y segunda sección de la versión anterior y ocupa el 15% de la superficie de tapa. A su vez se subdivide un 40% para el título del suplemento, 20% para cada una de las notas y el 20% restante para la publicidad de New Holland. La segunda sección, que en la estética de la primera mitad del año era la tercera, sigue siendo la más importante y esta utilizada básicamente con la foto de la nota y el título sobre ésta ocupando el 55% de la superficie de la tapa. La tercera y última, a la que se le destina el 30% de la superficie total de la tapa, estuvo destinada todo el año a la publicidad de Dow.

Tapa octubre a diciembre

Rural
 Clarín
 SÁBADO 17 DE DICIEMBRE DE 2016

P2
Los exportadores de carne piden medidas
 Se reunieron con el presidente y le plantearon la necesidad de crear un mercado transparente.

P4
La falta de lluvias ya le pega al rinde trigo
 En el centro y sur de Buenos Aires se agudiza el déficit de agua sobre el final del ciclo.

NEW HOLLAND
 AGRICULTURE
CADA VEZ HAY MÁS
www.newholland.com.ar

Hay equipo para armar cadenas de valor
Agronegocios. En la estancia San Fernando convierten los granos que producen en carne de cerdo. Ahora, en asociación con dos cooperativas, construyen un frigorífico porcino y venderán con marca propia. P. 8 Y 9.

AGROHOLICS
 Fanáticos de nuestro campo
#FanáticoDeTuMaíz

Dow Dow AgroSciences **Exalt**
 Exalt es el aliado perfecto para el manejo integrado de gusano cogollero en maíz. La nueva tecnología de su activo supera los mayores niveles de volteo y persistencia.

Fuente: Clarín rural, sábado 17 de diciembre de 2016.

Productores modelo

Mencionamos más arriba el porcentaje del de los temas que ocupan las notas de tapa por cantidad de notas, pero este análisis se modifica si en lugar de la cantidad de notas considerásemos la superficie y la presentación de la misma (sólo texto o foto y texto).

Un análisis cuantitativo anual deja ver que entre la segunda sección (del primer diseño que en la segunda versión se convirtió en la primera sección) y la tercera y más importante sección de tapa (que se convirtió en segunda sección después de octubre, pasando de ocupar 45% de la superficie al 55%) estuvo dedicada el 58% de los sábados a notas que se incluyen en una categoría que podríamos llamar "Productores exitosos por innovadores", en esta categoría se incluyen notas como la del sábado 5 de febrero, "Pionero Tecnológico", en el la que al pie de la foto puede leerse "Además del tambo 'calesita' el grupo Chiavassa, en plena zona núcleo, fue el primero en instaurar un collar en cada vaca de su rodeo lechero para medir parámetros de consumo. La información y la tecnología, las claves del manejo del futuro". 14% de las notas de esta sección de la tapa fueron dedicadas apoyar las políticas estatales de color libremercadista que impactaban en la agricultura y la ganadería pampeanas. 6% de las notas de esta sección era de divulgación técnica (2/3 destinadas a agricultura y 1/3 a ganadería). 4% promocionando a Expogaro y 16% de otras categorías.

En la foto de la nota principal, cuando esta hace referencia a un productor o firma exitosa la imagen (que nunca cita al autor), poseen algunas características estéticas comunes. El o los protagonistas se destacan siendo retratados delante de la escena con un plano americano⁹. Sus rostros poseen una iluminación pareja, sin sombras ni contrastes marcados. Si bien hay

⁹ Este encuadre fotográfico recorta al protagonista aproximadamente a la altura de la rodilla o por más arriba, a la altura del muslo. Dependiendo de si el retratado está parado, recostado o sentado, la tolerancia baja algo, llegando hasta un poco por debajo de las rodillas.

excepciones, se eligen días soleados y fondos en los que resalten los colores. Estos retratos ambientados se realizan en la explotación, la cual siempre aparece como un lugar prolijo y atractivo y confortable.

Las notas que presentan a un productor o empresa como modelo a imitar son las que más aparecen en la sección principal de la tapa. Este tipo de notas sugiere la idea de que a pesar de los contextos complejos el éxito depende del productor; más aún, en algunos casos proponen que las complejidades son un estímulo. Asimismo, en este tipo de notas suelen destacarse las virtudes de trabajar en familia, de poseer capacidad de adaptación, cierta inteligencia práctica, la virtud de la predisposición al esfuerzo y al trabajo y sobre todo la correcta inversión en tecnología, como sello distintivo de los productores modernos y exitosos. Tomemos como ejemplo la nota de tapa del suplemento del sábado 13 de agosto de 2016. "Historias Productivas. Mi Santiago Querido", que al pie de la foto lleva la siguiente leyenda: "La familia Bértoli llegó a Bandera, Santiago del Estero, hace casi tres décadas desde el sudeste cordobés. Allí, fueron abriendo una nueva frontera agrícola. Hoy, consolidados en agricultura y ganadería, son referentes y apuntan a una nueva etapa de expansión" (Clarín rural, 2016, 13 de agosto, p.1)

Como se ve al pie de la foto de tapa, información que también se repite en la nota, los Bértoli son capaces de cambiar, de modificarse a sí mismos. En este caso dejaron sus campos cordobeses y se reinventaron en Santiago del Estero. La imagen de esos nuevos ganadores lleva siempre la marca del cambio. No necesariamente geográfico, puede ser el despojo de la tradición, incorporación de una nueva visión del campo, incorporar nuevas actividades, armar una empresa... de una u otra forma siempre son nuevos fundadores. Como los Bértoli, los exitosos poseen "mentalidad proactiva y desarrollista" (Clarín rural, 2016, 13 de agosto, p. 7)

El éxito empresarial es fruto también de la correcta planificación y el esfuerzo, no de la suerte o las condiciones favorables del contexto. "La familia Bértoli, llegó a Bandera, Santiago del Estero desde el sudeste cordobés. Y en treinta años consolidaron una empresa ganadera con un objetivo muy claro: ser sustentables" (Clarín rural, 2016, 13 de agosto, p. 7).

El trabajo en equipo, en general familiar, es un valor y una característica que suele resaltarse en estas notas. Desde el comienzo, quienes llegaron fueron "La familia... [...] Ricardo Bertoli [...] a los dos años de haber llegado, mientras armaba la empresa familiar con sus hermanos el productor mudó a su familia" (Clarín rural, 2016, 13 de agosto). Junto con la dimensión familiar como elemento de valor se deja ver el sacrificio como elemento del éxito, dos años separado de su familia. El éxito cuesta y hay que estar dispuesto a pagar, pero el costo no parece ser en dinero sino en sacrificios físicos y familiares. Algo que cualquiera que quisiera podría hacerlo. Sugiere que "el querer es poder" Sigue la nota y dice "Llegaron Matías y Rocío de tres y dos años respectivamente. Esos niños son los que hoy están tomando la posta de la empresa que gestó su padre" (Clarín rural, 2016, 13 de agosto).

Quienes alcanzan el podio de los productores, no sólo se esforzaron, se predispusieron al cambio y trabajaron en equipo, son profesionales. La racionalidad formal weberiana está presente en cada decisión empresarial. A tal punto que esta empresa, tiene un "[...] técnico de la firma" Éste estuvo en la entrevista y también opinó junto a los miembros de la familia de "los principales desafíos que tienen en la región". Como anticipamos, los desafíos son presentados como oportunidades: "La ganadería tienen un rol estratégico que dimensionaron hace un par de años cuando las excesivas lluvias inundaron toda la región y perdieron parte de la superficie agrícola". (Clarín rural, 2016, 13 de agosto).

La otra dimensión que es común a todo este tipo de notas es la tecnología, invertir en ella es parte de la racionalidad productiva ya que aumenta la eficiencia y la productividad, como elemento soporte del triunfo empresarial:

Luego de la llegada de la soja transgénica, a mediados de los 90, nos permitió apostar a otro paradigma y comenzar a hacer siembra directa [...] la siembra de maíz en la zona es una historia reciente. Varrone explica que en la campaña 2007/2008 cambió el régimen de lluvias y se pudo comenzar a sembrar el cereal. De esta forma pudieron incorporar el maíz a la rotación que no es algo común en la región. Asimismo, este cultivo fue un termómetro para ellos, ya que les permitió invertir más en tecnología de proceso y de insumos para potenciar la producción [...] también arrancaron con la confección de mapas de rendimiento ya que detectaban mucha variabilidad en el rinde del cereal (Clarín rural, 2016, 13 de agosto, p. 8).

Este tipo de productores son un ejemplo, un referente, un norte para el resto "En los resultados y en los manejos de los Bértoli se ve claramente la consolidación de un círculo virtuoso en lo técnico y en lo económico en una zona difícil. A imitarlos" (Clarín rural, 2016, 13 de agosto, p. 8)

A Favor de la gestión Macri

Como mencionamos anteriormente en la segunda sección de tapa (que en el diseño de los últimos tres meses del año se fundió con la primera y bajó de 3 a 2 el número de notas) el 75% de los sábados aparece al menos una nota que pretenden ser un análisis de políticas económicas de índole técnica, y no una opinión del estilo editorial, que ve con buenos ojos las medidas de la actual gestión y boga por el libre mercado. Se omiten en ellas todos los indicios posibles que dejen ver una posición política y se escribe desde una supuesta neutralidad científico-técnica.

El primer sábado del año por ejemplo, aparecieron en la tapa dos notas con tono optimista. La primera, respecto de una resolución publicada 3 días antes, refería al fin de los ROE (Registro

de Operaciones de Exportación) operados por la ONCCA (Oficina Nacional de Control Comercial Agropecuario):

De esta manera se cumplió otra de las promesas que Mauricio Macri había hecho en la campaña a los productores: que eliminaría el cepo a los embarques de granos, que creó la administración anterior con la excusa de defender "la mesa de los argentinos" y terminó siendo fuente de coimas y multimillonarias transferencias de ingresos a los operadores más concentrados.

La otra de ese mismo día a favor de la, por entonces, nueva gestión presidencial se titulaba "Afirman que el país puede recuperar el liderazgo global. Lo sostuvo María "Pilu" Giraudó, titular de AAPRESID". Respecto a la baja en las retenciones y la eliminación de los ROE, la entrevistada manifiesta:

Con estas medidas que se tomaron, nosotros arrancamos y estamos en marcha otra vez. Eran de sentido común. Aún no ha cambiado la situación para las perspectivas con el nuevo gobierno nos dan una esperanza completamente diferente. Las políticas públicas anteriores eran distorsivas y no tenían ninguna explicación. Ahora, nos permite planificar y recorrer nuevamente el camino de las buenas prácticas agrícolas (BPA) no sólo para aumentar la producción y mejorar los recursos naturales sino que son claves por el compromiso que tenemos de cuidar el medioambiente y la salud humana (Giraudó, 2016, p. 8).

El 9 enero, fue una de las pocas veces que notas de esta categoría, análisis de las políticas económicas para el sector, ocupan la nota central. En este caso fue una escrita por Horacio Busanello, CEO de los Grobo, uno de los principales grupos nacionales que invierten en el sector y sin lugar a dudas el más mediático. En ella se afirma que "La eliminación de las retenciones al trigo, maíz, girasol y otros cultivos, así como la reducción en 5 puntos porcentuales en el caso de la soja, no ha reducido prácticamente el ingreso de retenciones al tesoro nacional para la cosecha 2015/16, considerando la actual cotización del dólar cercana a los 14 pesos". (Busanello, 2016, p. 2) Respecto a los efectos sobre el sector, Busanello contesta que:

[...] han puesto en marcha nuevamente a uno de los sectores más dinámicos de la economía argentina [...] En este contexto, el primer escalón de crecimiento

rentable es invertir para aumentar la eficiencia productiva y producir más kilos por hectárea. Durante los últimos años, el productor local ha realizado planteos defensivos para minimizar la inversión por hectárea, aún a costa de bajos rendimientos. Esta situación cambiará rápidamente y veremos un mayor uso de tecnología en semillas, inoculantes, defensivos agrícolas, fertilizantes, sembradoras, camionetas, maquinaria e implementos agrícolas, tractores, camiones, etc. [...] A lo largo del 2016 veremos cómo el sector agroindustrial comienza a transformarse en uno de los motores del crecimiento del país. La caída de precios se puede compensar con un aumento de la producción de 20 millones de toneladas para la campaña 16/17, cuyo logro está al alcance de la mano (Busanello, 2016, p. 2).

En este tipo de notas se presentan análisis de las políticas económicas que impactan en el sector destacando siempre que cualquier baja impositiva o estímulo productivo pronto repercutirá no sólo en beneficio de la cadena productiva agroindustrial y sus empleados si no en el la sociedad argentina en su conjunto.

Divulgación técnica

Las notas de divulgación técnica tienen una estructura en común, primero se promociona el producto que puede ser una variedad de grano, de pastura, especie o raza animal, algún adelanto mecánico o informático y después se explican las características sobre su manejo u aplicación. El lugar común es el punto de partida en el que ciencia y técnica son socialmente neutrales, los nuevos conocimientos y productos, se desarrollan y están disponibles para todos y de la aplicación o utilización de ellos depende el éxito individual de cada empresa, la que a su vez es concebida como un sumando del éxito total o colectivo. Los productos promocionados suelen estar asociados a una alta demanda de insumos especialmente agroquímicos, naturalizándose la irrupción de la ciencia y de la técnica con el fin de generar “mayor productividad”, sin reflexionar sobre –o al menos hacer referencia a– las consecuencias de ese “avance”.

Por ejemplo en la nota del 1 de junio, "En el norte cordobés las pasturas megatérmicas hacen la diferencia" se presenta la herramienta para que el negocio ganadero sea lucrativo en esa zona "Las pasturas megatérmicas son la llave del negocio, sin ellas es inviable la actividad en estas zonas". Después se presenta algún consejo sobre el uso del elemento tecnológico: "pero en estas especies hay una estacionalidad de la producción, con momentos de explosión productiva en tiempos muy cortos en los que es muy difícil el aprovechamiento [...] En febrero o marzo el forraje tiene mayor contenido de proteína, entonces hay que dejar de comer algunos lotes en diciembre para promover el crecimiento de la pastura para esa época". (Clarín rural, 2016, 1 de junio, p. 7)

Tomemos una más para ilustrar la lógica de este tipo de notas, en este caso una del 6 de agosto, "Los *yuyos* difíciles en el centro de la escena". Primero se presenta la gravedad del problema "[...] se detectan 4 malezas resistentes por año. Se pasó de una tecnología de proceso que era muy necesaria antes de que aparecieran en masividad los herbicidas a una tecnología de insumos que se mantienen en la actualidad [...] En consecuencia, se ha incrementado el costo para el control de malezas sobre todo en soja y maíz hasta los 82U\$ por hectárea". Después del problema, Mario Vigna, técnico del INTA, afirmó que "[...] pueden ayudar a realizar un mejor control de las malezas: intensificar la rotación de cultivos, la utilización de cultivos de cobertura, rotar con ganadería (las pasturas perennes reducen el stand de malezas)". (Clarín rural, 2016, 1 de junio, p. 7)

Como se mencionó anteriormente, este tipo de notas no se hace referencias a problemas ambientales humanos o sociales causados por las innovaciones tecnológicas ya sea de insumo, mecánicas o de proceso. La tecnología es siempre beneficiosa y políticamente neutra.

Reflexiones finales

Si bien los términos utilizados suelen ser “campo” o “sector agrario” el foco del suplemento y sus notas están relacionadas al sector pampeano o en su defecto producciones típicamente pampeanas con lógicas productivas de esta zona que se extienden a otras zonas agroecológicas pampeanizándolas, lógica productiva desterritorializada propia del paradigma agronegocio. Menos del 2% de las notas hacen referencia a una producción o realidad no pampeana.

La representación social que Clarín rural construye acerca del sector agrario argentino es la de un sector que no sólo posee el potencial si no también la misión de salvar al país de sus problemas económicos y sociales. Son los productores agrarios una especie de héroes que pueden con su trabajo, su profesionalismo y su esfuerzo producir alimentos y biocombustibles para satisfacer la demanda interna y para exportar grandes cantidades que repercutan en divisas beneficiosas para todos los argentinos. Sólo necesitan para lograr su objetivo que el Estado no interfiera en su función social mediante políticas distorsivas que transfieren ingresos a sectores ineficientes (avalando así la ineptitud en lugar de estimularlos a reconvertirse). Este rol mesiánico, usando palabras de Valeria Hernández, que un sector con intereses particulares que se autodenomina El Campo y está representado en las páginas que nos toca analizar, sólo pude llevarse a cabo con desregulación económica que se traduciría en estímulos productivos, sin merma de la recaudación. Los argumentos en las notas que se anuncian en sus portadas sostienen que si se bajan los impuestos la producción aumenta y la recaudación fiscal no se vería afectada o, según el caso, que el efecto derrame producto de la mayor producción es aún mejor que un Estado sobredimensionado que por su sola razón de existir aumenta la ineficiencia y la corrupción. Por ejemplo, el primer suplemento Rural del año, el del sábado 02 de enero, en la tapa se anuncian 4 notas: “El agro tiene un respiro con la

baja de la presión fiscal. Según un estudio fue clave la eliminación de las retenciones”; “Para vender en el exterior se terminaron los ROE. El Gobierno dejó atrás este polémico sistema comercial”; “Afirman que el país puede recuperar el liderazgo global. Lo sostuvo María “Pilu”Giraudó, titular de AAPRESID”; y la cuarta, “El campo ya piensa en el futuro”. En la primera de éstas, “El agro tiene un respiro con la baja de al presión fiscal”, se afirma: “La fuerte presión fiscal que venía asfixiando al campo se aflojó con las medidas que tomó el nuevo Gobierno”, “Los recientes cambios en la política económica agropecuaria generaron impactos positivos en la producción agrícola”(Clarín, 2016, p. 2).

En la tercera nota de la segunda sección de tapa, la entrevista a María “Pilu” Giraudó, titular de Aapresid” se presentan las siguientes ideas: Respecto a la baja en las retenciones y la eliminación de los Roe, por ejemplo, la entrevistada afirma:

“Con estas medidas que se tomaron, nosotros arrancamos y estamos en marcha otra vez. Eran del sentido común”. Cuando se le pregunta por el escenario y la producción Giraudó responde “Las 160 millones de toneladas que se prevén para el 2020 o 2025, desde Aapresid decimos que lo podemos lograr antes, por tenemos la capacidad instalada en el campo, tenemos la industria que nos acompaña desde la semilla hasta la maquinaria y lo demás insumos. Y la incorporación de otros cultivos alternativos que dejamos pasar en esto años que estábamos dormidos”. Y para cerrar la entrevista dice, “Teníamos todo para ser los números uno pero no lo éramos por las políticas desacertadas. Con estas medidas para el agro, la Argentina puede volver a ser líder” (Clarín, 2016, p.7).

Otra característica del suplemento, reflejada en sus tapas, es evitar mostrar o discutir las posibles contradicciones de estas propuestas técnico-políticas que puedan llegar a afectar el medio ambiente, concentrar la riqueza produciendo desocupación y pobreza o los posibles daños a la salud humana. Las pocas veces que estos temas se mencionan es para denostarlos de plano, tanto en las notas técnicas como en las editoriales que si bien no son parte del foco sistemático de estas páginas algún ejemplo hemos referido en el apartado de Divulgación

Técnica. Otra muestra de esta lógica ampliamente evidenciada durante todo el año la tenemos en una nota titulada "Agroquímicos: para volver a crecer". Allí podemos leer lo siguiente:

La nueva configuración del negocio agrícola que tiene la Argentina, tras al eliminación y baja de retenciones, junto al final del cepo cambiario (que elevó el dólar oficial de 9.70 a cerca de 14 pesos en la actualidad) impactarán positivamente en la industria de los agroquímicos, que este año crecerá cerca de un 15% y podría terminar con una facturación cercana a los 2.700 millones de dólares [...] Pero mirando un poco más hacia adelante, las proyecciones son muy optimistas. Horacio Busanello, un conocedor de este mercado (es CEO del grupo Los Grobo y fue presidente de CASAFE, la entidad que agrupa a las empresas proveedoras de agroquímicos y que actualmente preside Jorge Parizzia, de Dow) estima que para 2020 este negocio podría mover cerca de 4.000 millones de dólares. (Clarín, 2016, p. 2)

No se reflexiona sobre los efectos que esto puede tener en la salud y el medio ambiente. Ni las consecuencias asociadas a la concentración y el aumento de la productividad. Parecería ser que la tierra, en tanto factor productivo, es un bien elástico según la demanda, que los agroquímicos sólo son tóxicos para los organismos que fueron pensados, que los recursos naturales son inagotables y que el efecto derrame de la economía es tan inmediato e irrefutable como la ley de la gravitación universal descubierta y formalizada por Isaac Newton.

El discurso de Clarín rural promueve un tipo de empresario productor que forje empresas competitivas, concentradoras e individualistas. Se omite así entrar en debate con señalamientos y precauciones realizadas por sectores académicos, grupos ecologistas u ONG. "Valor Agregado. El futuro cada vez más cerca" es una nota que presenta el modelo de la familia Debenedetti, la que en "El triunvirato" (2016, p. 4) uno de sus tres campos de 2.200 hectáreas está en plena zona núcleo en Córdoba, están incorporando una granja porcina para transformar proteínas vegetales en animales. El proyecto que arranca con 160 madres y pretende llegar a 2020 con 1.000, además de por las más de 3.000 hectáreas familiares (empresa que integran 3 socios), está complementado con una planta de balanceado y otra de

aceite de soja. “[...] este novedoso sistema se ideó con la firme intención de exportar carne a Europa, y utiliza un sistema automático de alimentación que integra sensores electrónicos y chips en las cerdas para suministrarle de forma inteligente el alimento”(Clarín, 2017, p. 5).

Quedan para próximos trabajos, el imaginario que otros diarios Nación y Página 12 construyen sobre el agro. Del mismo modo son materia pendiente el análisis crítico del discurso de las editoriales y notas sobre temas específicos.

Bibliografía

- Anlló, G., Bisang, R. y Salvatierra, G. (eds.) (2010). *Cambios estructurales en las actividades agropecuarias. De lo primario a las cadenas globales de valor*. Buenos Aires, Argentina: CEPAL-PROSAP-Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación Argentina.
- Aranda, D. (2009). Las Empresas del agro, los medios de comunicación, el mundo científico y la dirigencia política son hipócritas con las consecuencias de los agro tóxicos. *Territorios*. 03 de mayo de 2009 [en línea]. Recuperado de: <http://www.darioaranda.com.ar/2009/05/las-empresas-del-agro-los-medios-de-comunicacion-el-mundo-cientifico-y-la-dirigencia-politica-son-hipocritas-con-las-consecuencias-de-los-agrotoxicos/>
- Arroquy, J. (2016) "En el norte cordobés, las pasturas megatérmicas hacen la diferencia". *Clarín rural*, 1 de junio de 2016.
- Aruguete, N. y Zunino, E. (2014). La relevancia noticiosa en la prensa gráfica. Análisis comparativo del caso de YPF entre los principales periódicos argentinos y españoles. *Revista Encuentros*, 13(2), 39-55.
- Azcuy Ameghino, E. (2010). Las pequeñas explotaciones de base familiar (Pergamino, 2002): aportes al debate sobre su caracterización y perspectivas. [En línea]. *Mundo agrario*, 10(20). Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1515-59942010000100002&lng=es&tlng=es
- Barsky, O. y Dávila, M. (2008). *La rebelión del campo. Historia del conflicto agrario argentino*. Buenos Aires, Argentina: Ed. Sudamericana.
- Busanello, H. (2016) "Cómo será el nuevo escenario de la agricultura argentina". *Clarín rural*, 9 de enero de 2016.
- Clarín (2016). Suplementos Clarín Rural. Buenos Aires, Argentina. Suplementos del 02 al 17 de diciembre 2016.
- Echeverri Perico, R. (2011). Reflexiones sobre lo rural: economía rural, economía de territorios. En: M. Dirven y otros. *Hacia una nueva definición de "rural" con fines estadísticos en América Latina*. Santiago de Chile, Chile: CEPAL.
- Fairclough, N. (1993). *Discourse and Social Change*. Cambridge-Oxford, Uk: Polity Press, Blackwell Publishers.
- FonteZarabozo, I. (2003). La escena enunciativa en la prensa. En: L. Berardi (comp.) *Análisis crítico del discurso. Perspectivas latinoamericanas*. Santiago de Chile, Chile: Frasis.
- Giarraca, N. (comp.) (2012). *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

- Giraudó, P. (2016) "Con estas políticas para el agro, la Argentina puede volver a ser líder". *Clarín rural*, 2 de enero, p. 8
- Girbal-Blacha, N. (2011). *Vivir en los márgenes. Estado, políticas públicas y conflictos sociales. El Gran Chaco Argentino en la primera mitad del siglo XX*. Rosario, Argentina: Prohistoria.
- _____ (2004). Espacio regional, sujetos sociales y políticas públicas. Reflexiones históricas sobre el estudio de las continuidades y cambios en la Argentina rural. *Estudios. Revista del Centro de Estudios Avanzados*, 15: 171-186.
- Goffman, E. (2009). *La Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- González Alcaraz, L. (2015). Causas, consecuencias y 'soluciones': Ciencia y cambio climático en el discurso informativo de Clarín. *La trama de la comunicación*, 19(2): 307-328. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-56282015000200007&lng=es&tlng=es
- Gras, C. (2012). Cambio agrario y nueva ruralidad: Caleidoscopio de la expansión sojera en la región pampeana. *Trabajo y sociedad*, 18: 7-24. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712012000100001&lng=es&tlng=es
- Gras, C. y Bidaseca, K. (dir.) (2010). *El mundo chacarero en tiempos de cambio. Herencia, territorio e identidad en los pueblos sojeros*. Buenos Aires, Argentina: CICCUS.
- Hazell, P. Poulton, C., Wiggins, S. y Dorward, A. (2010). The Future of Small Farms: Trajectories and Policy Priorities. *World Development*, 20(10): 1453-1526.
- ICV (2016). El boletín, noviembre de 2016. [En línea]. Recuperado de: <http://www.revistaairelibre.com.ar/boletin.ivc.pdf>
- Landini, F. P. (2013). Representación de los extensionistas rurales argentinos sobre los pequeños productores. *Psicología & Sociedad*, 25(2): 298-310. Recuperado de: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-71822013000200007&lng=en&tlng=es
- Murmis, M. y Bendini, M. (2003). Imágenes del campo latinoamericana en el contexto de la mundialización. En: M. Bendini, J.S Barbosa Calvati, M. Murmis y P. Tsakoumghos, (comps.). *El Campo en la Sociología Actual. Una Perspectiva Latinoamericana* (pp. 5-15). Buenos Aires, Argentina: La Colmena.
- Muzlera, J. (2010) "¿Quiénes son y cómo funcionan los "Autoconvocados" del agro Argentino" *Revista Argentina de Sociología*, 8(14): 57-76. Consejo de Profesionales en Sociología, Buenos Aires, Argentina
- Palmer, M. (1989). Controlling conversation: Turns, topics and interpersonal control. *Communication Monographs*, 56: 1-18.
- Pérez C., Edelmira (2005). Hacia una nueva visión de lo rural. En: N. Giarraca. *¿Una Nueva Ruralidad en América Latina?* Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Raiter, A. (2010). *Representaciones sociales*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.
- Reardon, T., Barrett, C., Berdegue J. y Swinnen, J. (2009). Agri-food industry transformation and small farmers in developing countries. *World Development*, 37(11): 1717-1727.
- Rivera, M. J. (2009). La Neorruralidad y sus significados. El Caso de Navarra. *Revista Internacional de Sociología*, 67(2): 413-433.
- Sivak, M. (2013). *Clarín, el gran diario argentino. Una historia*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- Van Dijk, T. (2003). *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona, España: Ariel.

Muzlera, J. (2017). "Clarín Rural 2016. Alentando el darwinismo social en el agrario argentino / Clarín Rural 2016. Encouraging social Darwinism in the Argentine agrarian". *Estudios Rurales*, Vol. 17, N° 12. ISSN 2250-4001. CEAR-UNQ, Buenos Aires, primer semestre de 2017, pp. 75-106.

- _____ (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186: 23-36.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona, España: Gedisa.
- Weber, M. (1996). *Economía y Sociedad*. México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Williams, R. (2001). *El campo y la ciudad*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Wodak, R. y Meyer, M. C. (2009). *Métodos de Análisis Crítico Del Discurso*. Barcelona, España: Gedisa.
- Wodak, R. (2009). El enfoque histórico del discurso. En: R. Wodaky M. C. Meyer. *Métodos de Análisis Crítico del Discurso*. Barcelona, España: Gedisa.

Recibido: Mayo 2017

Aprobado: junio 2017