

Edgardo Luís CARNIGLIA

Universidad Nacional de Río Cuarto – Córdoba, Argentina

Enclaves y dilemas de la comunicación rural: los agricultores familiares y la prensa agraria

Enclaves e dilemas da comunicação rural: os agricultores familiares e a imprensa agrícola

Enclaves and dilemmas of rural communication: family farmers and agricultural press

Recibido em: 13 fev. 2012

Aceito em: 31 jul. 2012

Docente-Investigador del Departamento de Ciencias de la Comunicación, FCH-UNRC (Argentina). Doctor en Ciencias Sociales, Master en Extensión Rural y Desarrollo y Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Contacto: ecarniglia@hum.unrc.edu.ar

RESUMEN

Se discute una tesis a la vez teórica, histórica y política de la comunicación rural según la cual “el que labra no lee” y “el que lee no labra”. Son analizadas las representaciones del campo emergentes de la cuasi-interacción entre los agricultores familiares de la pampa cordobesa y los textos de la prensa agraria comercial, en un marco de profundización del capitalismo en el agro pampeano y de creciente mediatización de las ruralidades argentinas. En este contexto, los productores familiares del sur de Córdoba (Argentina) construyen en la recepción de los suplementos rurales de los diarios representaciones convergentes y divergentes con sus estrategias socioproductivas de expansión, mantenimiento y retracción. Las lecturas de la prensa agraria por esta heterogénea capa de los productores agropecuarios tanto constituyen enclaves de su situación social cuanto instalan los propios dilemas acerca de su condición contemporánea.

Palabras clave: comunicación; recepción; agricultores familiares; prensa agraria.

RESUMO

A tese discute teórica, histórica e politicamente uma premissa da comunicação rural segundo a qual "quem lavra não lê" e "quem lê não lavra." Analisamos as representações do campo emergente da quase-interação entre os agricultores familiares da planície de Córdoba e os textos da imprensa comercial agrícola, num contexto de aprofundamento do capitalismo na agricultura e de crescente mediatização da ruralidade. Neste contexto, os agricultores familiares do sul de Córdoba (Argentina) que recebem suplementos de jornais rurais cultivam representações convergentes e divergentes com suas estratégias sócio-produtivas de expansão, manutenção e retração. As leituras da imprensa agrária desta camada heterogênea de agricultores são enclaves de sua situação social e instalam seus próprios dilemas sobre a sua condição contemporânea.

Palavras-chave: recepção; comunicação; agricultores familiares; imprensa agrícola.

ABSTRACT

It discusses a simultaneously theoretical, historical and political thesis of the rural communication which argues that “who tills not read” and that “who reads not till”. It analyzes the representations of the country emergent from the quasi-interaction between the family farmers of the pampa of Córdoba and the texts of the commercial agrarian press, in a context of deepening of capitalism in the pampa agriculture and increasing mediatization of Argentine country. It postulates that, in this context, the family farmers of the South of Córdoba (Argentina) build in the reception of the national and local agrarian press representations convergent and divergent with their socio-productive strategies of expansion, maintenance and retraction. The readings of this heterogeneous cape of the agricultural producers about the agrarian press both constitute enclaves of their social situation as install the own dilemmas about their contemporary condition.

Keywords: communication; reception; farmer; agrarian press.

Una tesis interpelada sobre la comunicación rural¹

Este artículo discute una tesis a la vez teórica, histórica y política de la comunicación rural que, por un lado, sostiene que “el que labra no lee” y, por otro, añade que “el que lee no labra” (DÍEZ RODRÍGUEZ, 1980). La contraparte afirmativa de esta tesis, cuanto menos polémica en condiciones de agricultura moderna, sostiene que la oralidad constituye la textura excluyente y estable de la comunicación rural y, en definitiva, la radiofonía consiste en el modo de comunicación compatible con la misma (MAS CANOSA, 1991). La interpelación de dicha concepción se funda en cuestiones históricas, teóricas y políticas.

Por un lado, los estudios de la comunicación rural identifican algunas experiencias de la lectura como una práctica habitual de ciertos sujetos agrarios de la pampa cordobesa (CARNIGLIA, 1998) y, asimismo, la historia personal como descendiente de agricultores familiares reconoce desde los años de 1960 numerosas prácticas de lectura y escritura incluso por aquellos familiares y otros actores con precaria e incompleta formación escolar.

Por otra parte, la teoría de la comunicación mediatizada reconoce la creciente disponibilidad de medios, o sea de instituciones tecnosignificantes situadas, y la muy difundida alfabetización de las audiencias urbanas pero también rurales de occidente desarrollado y algunas de sus periferias (MANGUEL, 2005). Ambas condiciones constituyen dos desencadenantes claves de la lectura más o menos difundida de libros, diarios, revistas y otros soportes impresos generales y específicos a las actividades agropecuarias, los procesos agrarios y los modos de vida rurales. Incluso los públicos leen textos escritos en los mensajes de otros medios audiovisuales, por ejemplo de noticieros y documentales televisivos, y/o “leen” en las conversaciones cotidianas que retoman la mediatización en esta era del consumo, la tecnología y la ecología mediática.

Finalmente, dada la lectura como metáfora del conocimiento (DARNTON, 2003), nuestra discusión alude a la política agraria y en especial a los modelos más o menos excluyentes y conservadores de desarrollo rural que enfatizan la mera modernización tecnoproductiva del campo y sus correlatos de información y comunicación, por caso en la extensión rural. Estos modelos acotan el papel de los

¹ El autor agradece el estimulante apoyo de los profesores Mabel Grillo (UNRC) y Roberto Follari (UNCuyo) durante los estudios de doctorado que originaron el presente artículo. También reconoce las valiosas evaluaciones del tribunal compuesto por los doctores Carla Gras (UNGS), Tanius Karam (UAM-México) y Ricardo Thornton (INTA).

productores directos y otros trabajadores agropecuarios, verbigracia en la generación, circulación y apropiación de conocimiento para la transformación de los universos rurales locales, nacionales y globales que los integran siempre en condiciones subordinadas e inestables como las de los llamados establecimientos rurales familiares o explotaciones familiares de la pampa argentina (BARKSKY, 1992; BALSÁ, 2006).

La posición del objeto de estudio

En consecuencia, nuestro objeto de estudio, o sea la lectura de los suplementos rurales de los diarios por agricultores familiares del sur de la pampa cordobesa, se sitúa en una de las intersecciones posibles y poco exploradas entre, por una parte, las teorías cruzadas de la comunicación generadas en las disciplinas de la sociedad, la cultura y los seres humanos y, por otra, las diversas y complejas comprensiones de las ruralidades establecidas en los estudios sociales específicos.

El primer campo de teorías es indispensable, por ejemplo, para estudiar la trayectoria y comportamiento actual de lectores y otros públicos mediatizados (ALASUUTARI, 1999; ANG, 1996; DAYAN, 2001; MATA, 2000; MCQUAIL, 1997).

La segunda matriz resulta ineludible para asumir que el campo argentino contiene realidades diversas (BARKSKY Y GELMAN, 2001; LATTUADA Y NEIMAN, 2005), por caso distintas unidades socioprodutivas y actores asociados de la pampa argentina y otras regiones en condiciones de agricultura moderna, es decir aquella tempranamente mercantil, extensiva, de secano y clima templado, industrial y mundializada. Los establecimientos rurales familiares o explotaciones familiares se distinguen por trayectoria y visibilidad entre dichas unidades (CARNIGLIA, 1994; GRAS, 2009; MARTÍNEZ Y TORT, 2003; NEIMAN Y OTRAS, 2001; TORT Y ROMÁN, 2005).

Así, dada la lectura como símbolo de la modernidad (DARNTON, 2003), asumimos a esta última, y por ende a la agricultura contemporánea, con una conciencia de sus dos rostros: una impronta creativa y transformadora por un lado, a través de una expansión productiva basada en la incorporación de conocimientos y tecnologías, y por otro una condición destructiva, por caso en la expulsión de actores sociales rurales y los problemas ambientales generados (LATTUADA Y NEIMAN, 2005).

De los antecedentes

Nuestro análisis de los antecedentes focaliza tres espacios abordados en sus especificidades y relaciones: a) revisa varios estudios sobre la prensa agraria iberoamericana; b) sistematiza los estudios sobre los públicos de los medios de comunicación, en particular aquellos del espacio rural; y c) discute una perspectiva sobre la recepción situada de diarios, radio, televisión, cine y formatos multimediales a priori compatible con nuestra mirada de la comunicación rural, es decir de la (re)producción de significaciones dentro de relaciones o vínculos humanos situados.

a) La revisión de los estudios sobre la *prensa agraria* resalta que:

- en Iberoamérica es reducida la cantidad de investigaciones sobre este tema pero son significativos los aportes generados,

- predomina en la investigación un énfasis empírico asociado a preocupaciones prácticas,

- los trabajos en general resultan algo subteorizados tanto en los aspectos conceptuales cuanto metodológicos y prácticos de la relación entre la comunicación mediatizada y las ruralidades en un determinado contexto sociocultural e histórico,

- no se conocen estudios sobre la lectura siempre situada de los distintos textos por los públicos, audiencias o receptores rurales, esto es el conjunto de lectores de las publicaciones y otros medios especializados,

b) La sistematización de los estudios sobre los *públicos* de los medios de comunicación (DAYAN, 2001; GRAY, 1999; GRIMSON Y VARELA, 1999; JACKS, 2006; JENSEN Y ROSENGREN, 1990; SAINTOUT Y FERRANTE, 2006) presenta raras y escuetas referencias a la comunicación rural mediatizada en las cinco tradiciones del estudio internacional y nacional de las audiencias; a saber: enfoque de los efectos, usos y gratificaciones, estudios culturales, teoría y crítica literarias y perspectiva de la recepción. Así, en la alborada del siglo XXI la mitad de la población mundial aún residente en el campo constituye un actor oculto y desconocido de la investigación sobre lectores, espectadores, oyentes, televidentes e internautas de la comunicación rural en general y mediatizada en particular.

Esta situación del campo de estudio demanda nuevos esfuerzos de la investigación sobre el público que, ampliando el actual énfasis cultural, sumen y

amalgamen una perspectiva de la sociedad, otra de los medios de comunicación y una tercera de sus públicos.

c) Thompson (1998) considera a la *recepción* como una actividad situacional y rutinaria que pone en juego habilidades para el proceso hermenéutico o interpretativo. En este sentido, nuestra discusión de su estudio teórico sobre la recepción situada de diarios, radio, televisión, cine y formatos multimediales en contextos modernos instala la necesidad de extender o complementar la sugerente perspectiva propuesta en tres orientaciones: i) incorporar un análisis sociocultural e histórico sobre la constitución de los públicos a partir de las audiencias; ii) discriminar dimensiones analíticas para el estudio empírico de la recepción de los medios de comunicación, en este caso la lectura de la prensa agraria por agricultores familiares de la pampa cordobesa; y iii) desplegar una concepción más precisa y operativa de los textos, y de las representaciones asociadas, como una de las formas simbólicas o mensajes de los medios de comunicación.

Propósito y método de la investigación

Nuestro estudio analiza las representaciones del campo emergentes de la cuasi-interacción entre los productores familiares de la pampa cordobesa y los textos de la prensa agraria comercial, en un contexto de profundización del capitalismo en el agro pampeano y de creciente mediatización de las ruralidades argentinas.

Dados los escasos antecedentes disponibles y la concepción teórica asumida, la investigación empírica sobre nuestro objeto de estudio se despliega en tres unidades de observación (mensaje, público y contexto) con sus correspondientes estrategias metodológicas convergentes en un estudio de caso único “incorporado”, conformado por un caso (el agricultor familiar) de múltiples unidades de análisis con propósitos de comparación.

Así, el método escogido comprende:

a) un estudio bibliográfico-documental de las explotaciones familiares cordobesas y su actor más visible, el agricultor o productor familiar, discierne las continuidades y transformaciones de su trayectoria de dos siglos en la pampa cordobesa (CARNIGLIA, 1994) y, en particular, cómo en ese proceso los sujetos responsables de

aquellas unidades agrarias son hechos y se hacen como públicos de los medios de comunicación;

b) un análisis textual de las principales posiciones de sentido - bajo un formato cuali-cuantitativo, de mediano plazo (1997-2005) y comparativo- que interpelan a dichos lectores para discriminar i) la estructura de las dos publicaciones agrarias con mayor circulación en el sur cordobés, o sea los suplementos rurales de los diarios *Clarín* y *Puntal* y ii) el perfil de ambos, es decir las representaciones y los lectores textualizados en las noticias y opiniones más destacadas de dichos periódicos, en particular la nota de tapa y la columna de opinión del responsable de estos periódicos semanales.

c) un conjunto de entrevistas semi-estructuradas, realizadas en tres áreas relativamente diversas del sur cordobés, a una muestra intencional de veinte agricultores, escogidos por su condición de responsables de explotaciones familiares, estableció: i) los hábitos de consumo de prensa agraria y otros medios especializados; ii) las interpretaciones de las posiciones de sentido emergentes del análisis previo de los periódicos especializados; iii) distintos aspectos de la experiencia como productor agropecuario; y iv) características del responsable de la explotación, su familia y la unidad productiva.

La tesis en juego

Luego del desarrollo de la investigación, la tesis que expresa los resultados generados con dichos objetivos y estrategia metodológica sostiene que *en un marco de, por un lado, las transformaciones de los establecimientos rurales familiares asociadas a la profundización del capitalismo en el agro pampeano y, por otro, de una incipiente mediatización de las ruralidades, los productores familiares del sur de Córdoba (Argentina) construyen en la recepción de la prensa agraria nacional y local representaciones convergentes y divergentes con sus estrategias socioproductivas de expansión, mantenimiento y retracción.*

La formación del público dentro de una categoría social rural

Nuestra concepción del público concibe a la conformación de las audiencias rurales dentro de una matriz sociocultural e histórica (MATA, 2000; MCQUAIL, 1997).

La opción por el concepto *establecimientos rurales familiares* (ERF) supone que da mejor cuenta de una triple articulación de instancias en esta categoría social: en ella se intersecan y atraviesan la familia como institución (re)productiva, la firma o empresa como organización productiva y lo rural con sus actividades agropecuarias, procesos agrarios y modos de vida (BOKEMEIER, 1997).

Abordamos los orígenes, trayectorias, transformaciones y escenarios posibles de dichas unidades socioproductivas de la agricultura moderna cordobesa para comprender cómo, desde su particular experiencia de lectura de la prensa agraria comercial, recuperan el pasado e intentan construir material y simbólicamente el mundo de la vida propio y del grupo familiar para las generaciones actuales y futuras. Asimismo, en ese proceso los miembros de las explotaciones familiares son constituidos a la vez que se hacen como audiencias y públicos de los medios de comunicación generales y especializados.

La trayectoria de las explotaciones familiares de la pampa cordobesa muestra cinco etapas nítidamente definidas de las unidades con predominio de fuerza de trabajo familiar dedicadas a la agricultura, la ganadería, la lechería y combinaciones de estas y otras actividades (ver Cuadro A en Anexos).

Estos establecimientos agropecuarios muestran una importante capacidad de resistencia y adaptación ante distintas coyunturas críticas del agro de la provincia mediterránea argentina. Su reproducción es al mismo tiempo el registro de una significativa disminución en cantidad de las unidades productivas dado que, por ejemplo, entre 1969 y 2002 desaparece alrededor de la mitad de las explotaciones agropecuarias de la pampa cordobesa. Asimismo, registran manifiestas transformaciones cualitativas en su doble condición de forma socioproductiva - o sea, en las relaciones de control del trabajo, la tierra y el capital - y de modo o estilo de vida del mundo rural. Sin embargo, la condición a la vez *inestable, subordinada y subordinante* de estas unidades se reproduce a lo largo de toda esta densa y dinámica trayectoria.

En este sentido, se entiende que la caracterización sociocultural e histórica de una categoría particular de productores rurales, aquellos relacionados con las explotaciones familiares, contribuye al estudio de la recepción siempre situada, en este caso la lectura, de la prensa especializada en la producción y la vida rurales.

La mediatización de las ruralidades

Desde nuestra perspectiva comprensiva de la comunicación rural se concibe a la *recepción* de los medios de comunicación, en particular la lectura de los suplementos agropecuarios de los diarios argentinos, como un cúmulo de prácticas, representaciones y usos. Este sistema relativamente (dis)continuo se constituye en la cuasi-interacción entre los actores del público, como los agricultores familiares del sur cordobés, y los textos mediáticos, por caso la prensa agraria, en un determinado contexto sociocultural e histórico, como el campo de la pampa argentina atravesado, según se dijo, por la profundización del capitalismo y una incipiente mediatización de las ruralidades.

Así las cosas, la *mediatización* de las ruralidades consiste en el incremento en cantidad y calidad de, entre otros, los medios, mensajes y eventos que procuran visibilidad, credibilidad y legitimidad de los actores, prácticas, objetos, discursos y representaciones de las actividades agropecuarias, los procesos agrarios y los mundos rurales en el marco del siempre conflictivo vínculo sociocultural e histórico entre el campo y la ciudad argentinos.

En la pampa argentina de la primera década del siglo XXI una compleja mediatización del mundo rural acontece a través de, entre otros, los siguientes fenómenos:

- la continua transmisión desde 1996 del llamado *Canal Rural*, una señal de televisión por cable, o sea arancelada, especializada y con alcance nacional e internacional,
- la renovación de las publicaciones especializadas -comerciales y/o institucionales- más o menos clásicas,
- el abordaje de nuevos temas por los periódicos y/o la renovación en el tratamiento de otros tópicos clásicos como la cuestión tecnológica,
- la emergencia de nuevos periódicos, programas audiovisuales y soportes multimediales sobre temáticas agrarias generales y/o puntuales,
- una tendencia significativa al incremento de los espacios publicitarios y los objetos promovidos en los medios de comunicación mercantiles, o sea financiados por la publicidad y/o la venta de ejemplares y conexiones,

- el ejercicio de nuevas, o al menos renovadas, funciones por los suplementos rurales de los diarios, por caso la de llevar información y opiniones del campo a la ciudad,
- el crecimiento y la renovación, al menos en parte, de los roles y oficios del periodismo agrario,
- los remates de ganado bovino por televisión,
- la creciente organización de eventos empresariales y técnicos relativos a distintas actividades productivas y objetos tecnológicos,
- la relevancia sostenida, por continuidad y creciente convocatoria, de las exposiciones agrodinámicas y/o estáticas organizadas por agencias públicas como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria y, en más de una ocasión, por empresas a cargo también de proyectos editoriales relacionados con, según se dijo, las diferentes ruralidades argentinas, por ejemplo los diarios nacionales de más extensa trayectoria y/o mayor circulación, y
- la ampliación de las prácticas, representaciones y usos de la recepción de los medios de comunicación generales y especializados por distintos actores del llamado sector rural.

Las posiciones de sentido de los suplementos rurales

Nuestra concepción define a los suplementos rurales desde una doble perspectiva pertinente para la delimitación de sus posiciones de sentido respecto de las actividades agropecuarias, los procesos agrarios y los mundos rurales: objeto cultural y texto multimodal.

a) Consideramos al suplemento rural semanal de los diarios mercantiles de información general como un *objeto sociocultural* (CHARTIER, 1996), es decir un producto con materia, forma, sentido, función y situacionalidad cuya estructura debe analizarse también para discriminar qué posiciones de sentido instala y cuáles lectores textualiza predominantemente.

En este sentido, nuestro análisis textual muestra que en general el diseño y en particular las noticias multimodales más destacadas de los dos *suplementos rurales* más leídos en el sur de Córdoba muestran algunas similitudes en forma, por caso el tamaño y el uso del color, y en contenido, por ejemplo la matriz de temas abordados en las notas más destacadas. Asimismo, difieren en otros aspectos del diseño - la organización de la

portada, la cantidad de páginas, las secciones y la desigual proporción de publicidad- y contenido, como las frecuencias relativas de las temáticas de la nota de tapa.

Clarín Rural, el suplemento agropecuario de mayor circulación en Argentina, como parte de la prensa agraria, se asocia a un formato o modelo econo-tecno-agrarista, reproducido sistemáticamente pese a la condición rural dinámica del período correspondiente al extenso corpus analizado. Su vínculo con dicho modelo se sostiene desde la estructura y perfil del periódico con al menos cuatro dispositivos textuales relacionados.

En cambio, el tratamiento de las noticias destacadas en *Tranquera Abierta* corresponde a un modelo de la prensa agraria comercial definido como corporativo-primario, porque predomina la temática ganadera y las corporaciones agropecuarias locales constituyen fuentes privilegiadas de la información mediatizada.

b) Por otra parte, el suplemento agropecuario contiene varios textos multimodales que corresponden a clases genéricas como la noticia y la publicidad. Como entretejido de significantes en circulación, en este caso palabras e imágenes impresas, que constituye tanto un fetiche de la comunicación cuanto un objeto de conocimiento y placer, cada texto se constituye de manera múltiple.

Al respecto, entre las *posiciones de sentido* más destacadas en los encuadres noticiosos de estos periódicos, en particular el suplemento rural del “primer diario nacional”, sobresalen cinco mensajes reiterados que interpelan de manera sistemática a los agricultores familiares y a otros lectores estableciendo:

- una interpelación creciente y sistemática de la política agraria oficial basada en una particular trama de ideología agrarista,
- la conveniencia del proceso de agriculturización en curso basado en el cultivo de la soja,
- las distintas tecnologías agrarias como instrumento para mejorar la producción y la rentabilidad de cualquier unidad productiva,
- un modelo o estereotipo de productor agropecuario profesionalizado y con control de numerosos recursos productivos, y
- una concepción de la producción agropecuaria y los procesos agrarios como de máxima relevancia en la economía regional y nacional.

Algunos rasgos de los actores rurales y sus establecimientos

Nuestro estudio diacrónico muestra que, tras dos siglos de varias transformaciones significativas, en un marco de conflictos entre modelos e intereses sobre el campo de la pampa cordobesa, los establecimientos rurales familiares del sur provincial sobreviven, como una categoría social renovada antes que nueva, en situaciones de relativa heterogeneidad dentro de la agricultura del siglo XXI.

Por otra parte, si los veinte agricultores y agricultoras de nuestra muestra intencional son representativos, al menos muy precariamente, de la condición contemporánea de sus pares, cabe conjeturar acerca de la diversidad relativa de los agroproductores familiares del sur cordobés.

En efecto, como agentes sociales estos productores comparten la condición de responsables de las labores administrativas y la coordinación de los procesos productivos y, en algunas situaciones, una o más de las tareas físicas del trabajo agropecuario en unos establecimientos agropecuarios operados *de, por y para* familias. Es decir, en estas unidades socioproductivas: a) sus antecedentes se asocian en general con una o más explotaciones familiares previas; b) las tareas físicas y/o administrativas de la producción mercantil y para autoconsumo son aportadas, al menos en parte, por los integrantes del grupo familiar; y c) los propósitos últimos de la producción agropecuaria y otras actividades agrarias y extra-rurales se orientan a la reproducción de la familia.

Sin embargo, la *diversidad* de situaciones de nuestros entrevistados, los responsables de establecimientos rurales familiares del sur cordobés, constituye un síntoma o indicio más de la condición compleja y heterogénea de éstos en sus aspectos demográficos, recursos productivos, actividades agropecuarias y estrategias ante una coyuntura que instala disyuntivas de hierro para la reproducción de la unidad productiva.

Los productores familiares cordobeses difieren con mayor o menor intensidad en edad, estudios cursados, cantidad de hijos, actividades agrarias, ocupaciones extra-rurales, nacionalidad de antepasados, edad de comienzo como productor por cuenta propia y pertenencia a asociaciones o grupos de productores.

Asimismo, sus establecimientos agropecuarios parecen aún más diversos pues se distinguen por la cantidad de hectáreas propias y en alquiler trabajadas, las actividades desarrolladas pese a una reconocida tendencia a la agriculturización, la cantidad de

ganado bovino disponible, el número y las tareas de los empleados permanentes y transitorios y el modo de empleo de contratistas de siembra, cuidados culturales, cosecha y otros servicios.

Finalmente, las estrategias desplegadas en esta diversidad de condiciones muestran o al menos insinúan situaciones de expansión, mantenimiento y retirada de las actividades agropecuarias (NEIMAN Y OTRAS, 2001). Estas últimas no necesariamente implican la completa e irreversible eyección del agente fuera del espacio rural.

Prácticas y usos de la recepción de un actor agrario diverso

En consecuencia, nuestra propuesta pone en relación dos experiencias situadas sociocultural e históricamente: por un lado, las vivencias de la condición de productor agropecuario familiar de la pampa argentina, y por otro, sus actividades como lector de noticias, opiniones y publicidades, entre otros textos del suplemento rural de los diarios.

Leer como práctica consiste en una de las actividades sensoriales más o menos conscientes por las cuales los seres humanos, es decir mujeres y hombres, (re)producen tanto las condiciones materiales y simbólicas cuanto las relaciones sociales de la vida cotidiana.

Entre otras modalidades emergentes de la lectura de las publicaciones agrarias por los responsables de establecimientos rurales familiares, se reconocen: i) el despliegue de un placer reprimido; ii) el consumo casual o azaroso; iii) el hojear y, a veces, elegir; iv) una mirada analítica; v) el acervo documental; vi) la intertextualidad; y vii) la multimedial.

Las experiencias de lectura de la prensa agraria por los agricultores familiares cordobeses comprenden, entre otros, uno o más de los siguientes usos de medios, géneros, mensajes y situaciones de la cuasi-interacción situada con los textos especializados en las ruralidades: i) conocer aspectos actuales de la política agraria; ii) establecer orientaciones generales de las actividades productivas más o menos inmediatas; iii) dialogar con familiares, amigos, colegas, dirigentes, profesionales y otros agentes sobre temas agropecuarios; iv) identificar máquinas, insumos y procesos tecnológicos útiles y acaso compatibles con su explotación agropecuaria; v) informarse sobre los precios de la producción para definir las decisiones productivas y comerciales;

y vi) fijar posición ante discursos relativos a la situación del agro en la economía y sociedad locales y nacionales.

Las representaciones convergentes y divergentes de los lectores

En los términos de una versión actualizada de la propuesta de Stuart Hall (1980) sobre la decodificación de los mensajes mediáticos, o sea las alternativas del receptor, en este caso los agricultores familiares lectores de la prensa agraria, se contemplan las siguientes posiciones alternativas de la interpretación de los textos:

i) indiferente, no contemplada por el autor pero a veces relevante en la interpretación del mensaje,

ii) dominante, cuando el público acepta plenamente los valores semánticos predominantes inscriptos en el mensaje,

iii) oposicional, mediante el cual el receptor rechaza el sentido dominante del mensaje desde una interpretación distinta, y

iv) negociada, donde el sujeto amalgama de algún modo tanto sentidos dominantes cuanto alternativos

En este sentido, dada nuestra concepción metodológica, el trabajo de campo con, como se dijo, entrevistas semi-estructuradas a responsables de explotaciones familiares de tres áreas del sur cordobés privilegió el registro minucioso de los razonamientos de los lectores ante las cinco consignas del investigador que explicitaban las posiciones de sentido o mensajes destacados en ambos periódicos de la prensa agraria comercial.

En el Cuadro B (en Anexos) se detallan todas las interpretaciones de los cinco mensajes de la prensa especializada por los agricultores familiares cordobeses incluidos en la muestra. Entre las principales orientaciones de la lectura se destaca que:

- las decodificaciones tienden a ser, en orden decreciente, “dominantes” o de “oposición” y, en menor proporción, de “negociación”

- especialmente el mensaje I (crítica de la política agraria) y en menor medida la posición V (máxima relevancia del campo) concitan una decodificación dominante de los lectores

- el mensaje IV (agricultor profesional innovador) es objeto de una lectura de oposición por una mayoría de los agricultores familiares,

- los mensajes II (intensificación agrícola) y III (incorporación de tecnología) concitan, en orden de frecuencia decreciente, decodificaciones tanto dominantes cuanto de oposición y negociadas

- cuatro *perfiles*, u orientaciones generales de lectura, caracterizan las representaciones de los agricultores familiares cordobeses; a saber: dominante, oposicional, negociado y ecléctico, con un predominio del primero;

- los productores bajo estrategias de expansión decodifican los mensajes de la prensa agraria con lecturas agregadas dominantes (casos 2, 6, 7, 9, 12, 17 y 19) o, eventualmente, negociadas (casos 1 y 5);

- los agricultores bajo estrategias de mantenimiento y retracción leen dichos textos en términos dominantes (3, 4, 10 y 14), oposicionales (casos 11, 16 y 18) y eclécticos (8, 13, 15 y 20); y

- en particular, los sujetos agrarios con estrategias de mantenimiento y retracción (excepto el caso 4) rechazan el estereotipo de productor agrario del suplemento rural del diario nacional.

Enclaves y dilemas de una lectura situada

Todos estos indicios señalan con elocuencia que, en primer lugar, los agricultores familiares cordobeses en modo alguno son indiferentes a las representaciones de la prensa agraria, en especial las propuestas por su periódico más masivo, o sea el suplemento semanal de los diarios mercantiles de información general y diferente ámbito de circulación.

Asimismo, reconocen a todas las principales posiciones de sentido sobre el campo enfatizadas, por ejemplo, a través de *Clarín Rural*, o sea: una crítica de la política agraria en la actual coyuntura de producción agropecuaria; la agriculturización como principal tendencia productiva; la tecnología agropecuaria como instrumento clave e insustituible para mejorar el resultado económico de la explotación; unas imágenes de muy destacados productores agropecuarios presentadas en los textos; y la máxima relevancia de las actividades agropecuarias y agroindustriales en la economía y la sociedad regionales y nacionales.

Por otra parte, los entrevistados de dicho público comparten algunas de estas imágenes, en especial las relacionadas con la interpelación de la política agraria desde las notas de opinión de ambos periódicos.

Sin embargo, siempre en los términos de Hall (1980), los agricultores familiares también negocian o, directamente, interpelan a dichas representaciones textualizadas por los suplementos rurales de los diarios. Es decir: las lecturas de estos actores agrarios también instalan disensos significativos respecto de los mensajes enfatizados por dichas publicaciones, en especial sobre las significaciones asociadas al abandono de la producción agropecuaria mixta y a una incorporación de tecnología a veces imposible o muy dificultosa para las condiciones de sus unidades productivas. La interpelación también incluye un reconocimiento de que la prensa agraria, en especial la de alcance nacional, excluye de su tratamiento a aquellos actores que, como algunos de los lectores, están más expuestos a los procesos de modernización excluyente del campo de la pampa argentina en el siglo XXI.

¿Por qué acontecen estos matices de la decodificación de los mensajes de la prensa agraria por los agricultores familiares del sur cordobés?

Nuestra respuesta al respecto privilegia la condición situada de la recepción de los medios de la comunicación rural. Un supuesto sobre la naturaleza sociocultural e histórica de la comunicación rural establece que tanto los objetos, por ejemplo los suplementos rurales de los diarios, cuanto las experiencias, por caso las lecturas de estos periódicos por los agricultores familiares cordobeses, así como los procesos culturales, en particular la creciente mediatización de las ruralidades, asumen una condición siempre situada dentro de clivajes socioculturales y contingencias históricas.

En este sentido, *las lecturas de esta heterogénea capa de los productores agropecuarios acerca de las posiciones de sentido mediatizadas por la prensa agraria comercial tanto constituyen enclaves de su situación social cuanto instalan los propios dilemas acerca de su condición contemporánea.*

En los primeros, o sea los enclaves, aquellos se afirman individual, como sujeto social agrario, y colectivamente, como una comunidad interpretativa, o sea un “nosotros”, un público de la comunicación rural mediatizada con ciertos condicionamientos de clase, actividad productiva, generación y otras marcas socioculturales e históricas.

Particularmente operan estos condicionantes a la hora de interpretar de manera “dominante” los mensajes de los suplementos agropecuarios con críticas a la política agraria y de afirmación de la importancia del campo en la economía y la sociedad. Por otra parte, un reconocimiento de un “nosotros” relativamente específico, o sea los

“productores chicos”, también emerge en la interpelación de la imagen predominante de productor agropecuario establecida por la prensa agraria nacional.

Con los segundos, es decir los dilemas, estos productores agropecuarios asumen algunos de los conflictos e incertidumbres de su condición subordinada e inestable de actores sociales de una sociedad en crisis recurrentes, a nivel macroeconómico y también agrario, y con fracturas significativas, como los procesos de exclusión, no sólo en el campo sino también en el conjunto social.

En especial los dilemas se actualizan en la decodificación de los mensajes sobre la intensificación agrícola, basada en la llamada sojización, y la disponibilidad de tecnología siempre accesible.

En particular, dada la naturaleza situada de la recepción de la prensa agraria comercial, una respuesta parcial a dicho interrogante, pero interesante a nuestro razonamiento, consiste en relacionar, como expresa nuestra tesis, las decodificaciones de estos agricultores con las estrategias productivas que impulsan (ver Cuadro B en Anexos). Este análisis implica uno de los modos de asociar las interpretaciones del lector con la diversidad de condiciones de la agricultura familiar contemporánea.

Por otra parte, los territorios de la recepción, en especial las representaciones, pueden manifestarse con autonomía relativa respecto de las constricciones textuales y sociales de la comunicación rural mediatizada. Ello acontece, por ejemplo, cuando operan condiciones como la (in)coherencia y el temor pero también la imaginación y el deseo de los lectores a la hora de interpretar algunos mensajes. En este sentido, las últimas dos fuerzas sostienen un imaginario tecnológico de los lectores entrevistados que despliega, por ejemplo, adaptaciones e inventivas tecnológicas.

En consecuencia, también pertinente es el reconocimiento de que, como se indicó, las lecturas de las noticias y opiniones de la prensa agraria no siempre convergen o coinciden coherentemente con las estrategias productivas, las situaciones de acumulación y los desplazamientos generales en la condición de los agricultores familiares.

La naturaleza política de la comunicación rural

Entre sus hallazgos nuestra investigación da cuenta de que, en un nivel contextual, las producciones culturales, en este caso la prensa agraria nacional, dan cuenta de versiones hegemónicas de la sociedad donde se producen y de que, en un

nivel local, los actores sociales incluso de capas rurales intermedias, para el caso los agricultores familiares, rechazan y negocian al menos algunos de los significados de dichos mensajes en las cuasi-interacciones con los textos, especialmente de los medios de comunicación especializados.

En este sentido, con la convicción de una imprescindible continuidad de la investigación recién iniciada retornamos, desde una concepción de realismo crítico-constructivo, al carácter a la vez histórico, teórico y político de nuestra tesis sobre la comunicación rural mediatizada.

Desde el estudio de la comunicación para el desarrollo rural en el interior de Argentina, afirmamos que “el que labra también lee” para destacar que la recepción de la prensa agraria por los agricultores familiares del sur cordobés se instala en el núcleo duro de una compleja y siempre conflictiva problemática del campo moderno de la Argentina del siglo XXI.

O sea, se sitúa en la base de las luchas por la *visibilidad*, la *credibilidad* y la *legitimidad* de modos más sustentables de las ruralidades en las sociedades complejas periféricas, una cuestión que a todos atañe porque corresponde desmontar un dinámico modelo de la agricultura argentina del siglo XXI a la vez excluyente y conservador.

Referencias

ALASUUTARI, P. Introduction: Three phases of reception studies In: _____. (org.). **Rethinking the media audience**. London: Sage, 1999.

ANG, I. Culture and communication: towards an ethnographic critique of media consumption in the transnational media system. In: STOREY, J. (org.); **What is cultural studies? A reader**. London: Arnold, 1996.

BALSA, J. **El desvanecimiento del mundo chacarero. Transformaciones sociales en la agricultura bonaerense, 1937-1988**. Bernal: UNQuilmes, 2006.

BARSKY, O. Explotaciones familiares en el agro pampeano: procesos, interpretaciones y políticas. In: BARSKY, O. et al. **Explotaciones familiares en el agro pampeano/1**. Buenos Aires: CEAL, 1992.

_____; J. GELMAN. **Historia del agro argentino**, Buenos Aires, Grijalbo, 2001.

BOKEMEIER, J. Rediscovering families and household: restructuring rural society and rural sociology. **Rural Sociology**, v. 62, n. 1, 1997.

CARNIGLIA, E. Continuidades y rupturas de una forma agroproductiva heterogénea, **Documentos de Trabajo**, Río Cuarto, n. 8, 1994.

_____. Entre propaladoras, satélites y cotizaciones del agro. Los medios y las audiencias agrarias en el sur de Córdoba. **Cronía**, Río Cuarto, v. 2, n. 2, 1998.

CHARTIER, R. **El mundo como representación**. Barcelona: Gedisa, 1996.

DARNTON, R. **El coloquio de los lectores. Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores**. Ciudad de México: FCE, 2003.

DAYAN, D. The peculiar public of television. **Media, Culture & Society**, v. 23, n. 6, November, 2001.

DIEZ RODRIGUEZ., F. **Prensa agraria en la España de la Ilustración. El Semanario de Agricultura y Artes dirigido a los Párrocos (1797-1808)**. Madrid: MAPA, 1980.

GRAS, C. La agricultura familiar en el campo: desplazamientos y mutaciones. In: CERDA, J. (org.); T. GUTIERREZ (org.); **Trabajo agrícola. Experiencias y resignificación de las identidades en el campo argentino**. Buenos Aires: CICCUS, 2009.

GRIMSON, A.; M. VARELA. Recepción, culturas populares y políticas. Desplazamientos del campo de comunicación y cultura en Argentina. In: _____; _____. **Audiencia, cultura y poder. Estudios sobre televisión**. Buenos Aires: Eudeba, 1999.

HALL, S. Encoding/Decoding. In: HALL, S. et al. **Culture, media, language**, Londres: Hutchinson, 1980.

JACKS, N. Apresentação. In: JACKS, N. (org.) et al. **¿O que sabemos sobre audiencias? Estudos latino-americanos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2006.

JENSEN, K.; K. ROSENGREN. Five traditions in search of the audience. **European Journal of Communication**, v. 5, n. 2/3, 1990.

LATTUADA, M.; G. NEIMAN. **El campo argentino. Crecimiento con exclusión**. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2005.

MANGUEL, A. **Una historia de la lectura**. Buenos Aires: Emecé, 2005.

MAS CANOSA, J. **Historia de la información agraria en la radio**. Madrid: MAPA, 1991.

MATA, M. **La sociedad de los públicos. Nociones e historia de su constitución**. Informe de Investigación. Córdoba: SECYT-UNC, 2000 (mimeo.).

McQUAIL, D. **Audience analysis**. London: Sage, 1997.

NEIMAN, G. et al. Estrategias productivas y laborales en explotaciones familiares pluriactivas de la provincia de Buenos Aires. In: NEIMAN, G (org.); **Trabajo de campo. Producción, tecnología y empleo en el medio rural**. Buenos Aires: CICCUS, 2001.

SAINTOUT, F.; N. FERRANTE. Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos. In: _____. (org.); _____. (org.). **¿Y la recepción?. Balance crítico de los estudios sobre el público**. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

THOMPSON, J. **Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 1998.

TORT, M.; M. ROMAN. Explotaciones familiares: diversidad de conceptos y criterios. In: GONZALEZ, M. (org.); **Productores familiares pampeanos: Hacia la comprensión de similitudes y diferenciaciones zonales**. Buenos Aires: Astralib, 2005.

Anexos*Cuadro A*

Explotaciones familiares cordobesas:
coyunturas agrarias y de comunicación rural

PERIODO AGRARIO	COMUNICACIÓN RURAL
Prolongada transición de chacras y chacareros entre la agricultura colonial y moderna (1810-1870)	Comunicación oral y ¿lectura mediada por referentes rurales y urbanos?
Emergencia de arrendatarios y colonos en la expansión agrícola de la agricultura moderna bajo el régimen agroexportador (1871-1935)	Aparición de revistas institucionales de las principales corporaciones de productores agropecuarios
Capitalización, diversificación y expulsión de las unidades productivas en un marco de industrialización (1936-1975)	Publicación de revistas comerciales y oficiales y difusión de la radiofonía en el campo
Crisis de pequeñas explotaciones en un contexto de agriculturización, cambio técnico y políticas neoliberales (1976-2001)	La televisión se difunde en el espacio rural y los diarios editan suplementos rurales semanales
Relativa recuperación de las explotaciones en una transición posneoliberal y crisis de la articulación entre campo e industria (2002- . . .)	Se suman los formatos digitales, multimediales y la red informática mundial a la experiencia mediática de algunos productores

Fuente: elaboración del autor.

Cuadro B

Perfil de lectura de la prensa agraria por agricultores familiares
según estrategias productivas

CASO	ESTRA- TEGIA	LECTURA DE MENSAJES					PERFIL DE LECTURA
		I Política	II Agricultura	III Tecnología	IV Productor	V Campo	
1	E	N	N	N	N	D	Negociada
2	E	D	N	D	O	D	Dominante
5	E	D	O	N	O	D	Negociada
6	E	D	O	N	D	D	Dominante
7	E	N	O	D	D	D	Dominante
9	E	D	D	D	N	D	Dominante
12	E	D	N	O	N	D	Dominante
17	E	D	D	O	O	D	Dominante
19	E	D	D	D	N	N	Dominante
4	M	D	D	O	D	D	Dominante
8	M	D	N	N	O	D	Ecléctico
10	M	N	D	D	O	D	Dominante
13	M	N	D	O	O	D	Ecléctico
15	M	N	O	D	O	N	Ecléctico
16	M	D	O	N	O	O	Oposicional
20	M	D	O	N	O	N	Ecléctico
3	M/R	D	D	D	O	O	Dominante
11	R	D	O	O	O	D	Oposicional
14	R	D	N	D	O	D	Dominante
18	R	D	D	O	O	O	Oposicional

Fuente: elaboración del autor en base a datos propios.

ESTRATEGIAS: E= expansión; M= mantenimiento; R= retracción

MENSAJES:

I) La actual política agraria dificulta la mejora de la capacidad productiva del campo

II) Cada vez es más conveniente dedicarse a la agricultura con intensificación tecnológica

III) Hay diversas tecnologías disponibles para aumentar la producción y mejorar la rentabilidad en toda explotación

IV) Hoy trabajan en el campo productores clásicos y nuevos que modernizan sus formas de trabajo

V) El campo es el sector más importante de la economía regional y nacional

LECTURAS:

D = DOMINANTE; O = OPOSICIONAL; N = NEGOCIADA.