

Aproximación al periodismo agropecuario en la ciudad de Villa María

Año
2018

Autor
Correa, Pablo

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Correa, P. (2018). *Aproximación al periodismo agropecuario en la ciudad de Villa María*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Aproximación al periodismo agropecuario en la ciudad de Villa María

1.- Introducción

El presente trabajo forma parte de la investigación denominada “El lugar de la noticiabilidad en la construcción del discurso informativo. Características de los acontecimientos que se jerarquizan en los medios de comunicación de la provincia de Córdoba”, aprobada por Resolución Rectoral N° 594 de la Universidad Nacional de Villa María y que se desarrollará durante los años 2018 – 2019.

El objeto del mismo es plantear una aproximación al periodismo agropecuario en la ciudad de Villa María. Bajo esa consigna previamente se analizarán las etapas del periodismo para situar y definir en ese recorrido al periodismo especializado. A partir de allí se examinarán las particularidades propias del periodismo agropecuario para precisar sus especificidades, temáticas abordadas y vinculaciones con otros espacios, a la vez de revisar el contexto mediático de Villa María a los fines de determinar aquellos productos comunicativos que pueden encuadrarse en dicha especialidad.

2.- Historia

El periodismo atravesó diferentes etapas en su historia. Así, en una primera instancia, las publicaciones periódicas tenían como función primordial la difusión de ideas políticas o religiosas. Los medios de comunicación eran entendidos como herramientas fundamentales para influir en la opinión pública y promover las ideas de los diferentes grupos que impulsaban y sostenían a los medios. Por ese motivo el período que se extiende desde fines del siglo XVII hasta la primera Guerra Mundial se conoce como etapa del periodismo ideológico.

Esa función queda explícita en las primeras publicaciones nacionales. Así, el Telégrafo Mercantil, Rural, Político-Económico e Historiográfico del Río de la Plata, que comenzó a editarse en 1801, sostenía en su primer número la intención de servir “a Dios, al Rey y las provincias argentinas” (DE MARCO, 2006:26). Luego de la Revolución de Mayo se funda la Gaceta de Buenos Aires, cuya finalidad es difundir las acciones de la Primera Junta de Gobierno.

Posteriormente, las publicaciones creadas durante la etapa previa a la organización nacional expresan esa situación, a tal punto que la continuidad de las mismas dependían de la suerte que cada grupo tenía en la puja por el poder.

Una vez constituido el Estado Nacional, el escenario político y social empieza a plantear las condiciones para la consolidación de medios que van más allá de la función anteriormente descrita. Los cambios de fines del siglo XIX anticipan la sociedad de masas y los medios de comunicación no están ajenos a ello.

Diarios como La Prensa y La Nación dan lugar a nuevos contenidos para ampliar los públicos. De a poco el periodismo informativo va marcando la evolución de los medios. Ese periodismo, necesario para construir nuevos públicos, empieza a mostrar sus límites a partir de las demandas de los propios consumidores, que no solo requieren información sino también buscan respuestas sobre los hechos que se desencadenan en un mundo conflictivo. Ello llevó a la irrupción de la tercera etapa, el periodismo interpretativo, tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial.

Años más tarde, convergencia tecnológica y cambios sociales configuran el contexto para que los medios de comunicación se encaminen hacia una nueva etapa. Es en ese sentido que el periodista e investigador de la Universidad del País Vasco (UPV), Txema Ramírez de la Piscina (1999:8), sostiene que la actividad atraviesa la cuarta fase del periodismo o era del periodismo especializado.

Vale mencionar que información especializada existió prácticamente desde los inicios del periodismo, pero distintos motivos se conjugaron para que desde las últimas décadas del siglo pasado el periodismo especializado marque el devenir de la actividad.

Según Ramírez de la Piscina la especialización se vincula con el “reordenamiento estructural y funcional del medio, producido por las nuevas exigencias de las audiencias y la creciente competitividad informativa: a mayor ampliación de los conocimientos informativos, mayor necesidad de periodistas especializados”. (1999:9)

Llegado a este punto, es importante definir a la especialización periodística.

Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat, citados por Meneses Fernández, afirman que el periodismo especializado “se refiere al tratamiento en profundidad en los medios de comunicación de un determinado campo de conocimiento. Nos referimos, pues, al periodismo político, económico, cultural, deportivo, etc. El concepto de periodismo especializado tiene un referente temático, que es la auténtica razón de ser de la especialización” (2007:143).

Mercado Sáez añade el aporte de Fernández del Moral y F. Esteve Ramírez, quienes sostienen que el periodismo especializado es la “estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza en sus motivaciones; la coloca en un contexto

amplio, que ofrezca una visión global al destinatario, y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de la audiencia, atendiendo a sus intereses y necesidades”. (2006: 3)

Profundizando el análisis, Meneses Fernández agrega que la especialización se distingue como “una manera de producir textos periodísticos caracterizados por 1) coherencia interna de los textos, 2) la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad y 3) la pertinencia en el contenido periodístico y el campo del conocimiento al que pertenece con conceptos, categorías y modelos de análisis operando al margen del tipo de texto y lenguaje, del periódico y su periodicidad, y de la audiencia”. (2007:144)

3.- Periodismo agropecuario

Desde que el primero de septiembre de 1802 apareció el primer número del Semanario de Agricultura, Industria y Comercio, el periodismo agropecuario cuenta con una profusa y rica historia. Esa primera publicación, que salió de los talleres de la Real Imprenta de Niños Expósitos, se publicó hasta febrero de 1807, con una pausa obligada en 1806 por las invasiones inglesas. En total fueron 2018 números, 2 suplementos y 4 ejemplares extraordinarios (DE MARCO, 2006).

En 1866 comienza a editarse la revista Anales, de la Sociedad Rural Argentina, publicación que se mantiene hasta la actualidad. A pocos años la radio inicia su largo camino en Argentina y, en 1925, comienza el programa La hora ganadera, en Radio La Nación. Luego surgirán otros medios especializados, como la revista Chara en 1930.

Los primeros diarios que vivieron el traspaso de la etapa del periodismo ideológico al masivo, como La Prensa y La Nación, comenzaron el camino de la tematización a partir de la edición de suplementos semanales, entre ellos, de información agropecuaria. Años más tarde el diario Clarín, fundado en 1945, también incursionó en un suplemento específico, Clarín Rural, cuya primera publicación fue en 1971.

La televisión no estuvo ajena a la información agropecuaria. Más allá de la existencia de programas, un salto cualitativo fue la puesta al aire de Canal Rural, que emite 24 horas de programación temática desde 1996. Actualmente está presente en la grilla de los principales sistemas de televisión por vínculo físico y en la televisión satelital. Como su programación está conformada por programas de distintos lugares del país, refleja la realidad de diferentes economías regionales.

Los medios agropecuarios no solo difunden informaciones relacionadas con la agricultura y ganadería, sino que tratan aspectos vinculados a la producción en general, ligando la especialidad a otros campos del conocimiento y expandiendo sus fronteras. Por ejemplo, se incluyen noticias relacionadas con la genética o el impacto de la incorporación de tecnologías (que la acerca al periodismo científico); externalidades ambientales de productos y procesos (periodismo ambiental) o la evolución de precios de productos primarios o manufacturados y situación de los mercados (periodismo económico).

En definitiva, siguiendo la caracterización de los autores citados, el periodismo agropecuario abarca entonces la información relacionada a la producción agrícola y ganadera en un aspecto amplio (comprendiendo, por ende, su integración en procesos verticales y horizontales que posibilita su interacción con otras áreas), profundizando y contextualizando esos saberes, para que el destinatario pueda alcanzar una visión amplia de las problemáticas planteadas y sus consecuencias. Supone entonces la construcción periodística a través de textos coherentes y acordes a los públicos objetivos.

4.- Periodismo local

Villa María, fundada por Manuel Anselmo Ocampo a la vera del ferrocarril en el año 1867, tiene una rica tradición en medios de comunicación. El primer periódico, llamado “El Sol”, comenzó a editarse a fines del siglo XIX. Ese temprano desarrollo de la prensa gráfica también se verificó en el ámbito televisivo, cuando el 21 de septiembre de 1963 comenzó a operar el primer canal de cable del interior del país, denominado Var-Cin TV, Canal 2 (RUEDI, 2013).

En la actualidad esa tradición se mantiene presente con una importante cantidad de medios de comunicación. Posee dos diarios (El Diario del Centro del País y Puntal Villa María); varias publicaciones gráficas periódicas (entre las que se destacan Revista Claves, El Regional, Cátedra Libre; Todo Agro); 1 radio en amplitud de frecuencia (AM 930 Radio Villa María); 42 emisoras en frecuencia modulada, a las que se suman otras 5 que emiten desde la ciudad de Villa Nueva, contigua a la localidad mencionada. En lo que respecta a la propiedad, hay medios públicos, públicos universitarios, confesionales y privados. La oferta también muestra diferentes formas de producción (propia, repetidoras de medios metropolitanos y mixtas); 3 canales de televisión (C20, Mirate; UniTV). Cabe consignar que UniTV forma parte del Centro Integrado de Medios (CIM) de la Universidad Nacional de Villa María (UNVM,) que se complementa con Radio Universidad, que emite en frecuencia modulada.

La ciudad no muestra un desarrollo significativo de medios digitales nativos, aunque sí existen medios que nacieron bajo otros soportes y tienen su versión digital.

Por su lugar dentro del territorio nacional, desde hace muchos años existen productos encargados de difundir información agropecuaria. En 1974 comenzó a emitirse un programa insignia de la radio local: El agro en marcha. En sus inicios era conducido por el periodista Juan Carlos Ferradans, saliendo al aire de lunes a viernes de 7 a 7:30 horas. Posteriormente ocupó ese lugar el reconocido periodista y locutor Miguel Borsatto, manteniendo hasta la actualidad un espacio dentro del informativo matinal de ese medio. Generalmente contempla información de mercados y de carácter productivo. También suele incluir entrevistas breves a actores del sector.¹

El Diario del Centro del País, medio gráfico con mayor antigüedad de la ciudad, posee el suplemento denominado Diario Rural, que se publica los sábados. La primera publicación fue en marzo de 1998, producido por periodistas externos al medio que luego conformarían el Grupo Todo Agro. La crisis económica de fin de siglo golpeó fuerte al medio, que pasó a manos de una cooperativa conformada por sus trabajadores. Con esos cambios el suplemento agropecuario pasó a ser editado por la misma empresa.

El formato del suplemento es variable, ya que no presenta siempre la misma cantidad de páginas. En su agenda toma temas diversos, muchas veces relacionados con coberturas de eventos o acontecimientos relacionados con el sector. Prima la función informativa en sus textos.

La edición del 29 de septiembre presentó las siguientes noticias

- Charla técnica acerca del presente y futuro del sector (evento futuro sobre lechería a nivel local)
- Más carne argentina en el mundo (incremento de las exportaciones)
- Mallas antigranizo pasaron la prueba (relacionado con infraestructura del sector hortícola)

El diario Puntal Villa María cuenta con un suplemento denominado Tranquera Abierta, publicación que edita el diario Puntal de Río Cuarto -lugar de procedencia de la empresa periodística de la que depende el medio-desde 1990. Sale los días viernes, consta de 8 páginas, y muchas veces su agenda periodística refleja la realidad y preocupaciones sectoriales de esa ciudad del sur provincial.

En su edición del 21 de septiembre de 2018 presenta en la portada, como tema principal, “Productores de porcinos se unen para ganar escala”, que destaca la forma de

¹ Datos proporcionados por Miguel Borsatto.

trabajo asociativo que lleva adelante un grupo de productores de Río Cuarto. Se trata de un informe de 2 páginas. La segunda nota en importancia es “El 2018 cerrará con un récord histórico de producción de etanol” que ocupa la misma cantidad de páginas.

Luego, se encadenan una noticia de carácter técnico (Alerta por la presencia de Roya Amarilla en lotes de triticale); otra informativa (Coninagro promueve las economías regionales) y dos entrevistas (“El maní es sustentable con rotación y cobertura del suelo” y “La industria y el comercio en medio de una tormenta perfecta”)

En el año 2002 aparece un periódico especializado en temas agropecuarios denominado Diario Rural. Luego, en 2003, se rebautizó como Semana Rural, mientras que a partir de 2006 empezó a llamarse Todo Agro, tal como se identifica en la actualidad.

El periódico cuenta con tirada de 10 mil ejemplares y 1500 puntos de reparto en las provincias de Córdoba, Santa Fe y Buenos Aires.²

En la edición del mes de septiembre de 2018 la tapa y parte del contenido de la publicación se relaciona con la cobertura de un evento organizado por la misma empresa, denominado Tour Lechero, que consiste en visitar distintos establecimientos dedicados a ese sistema para explicar los procesos que se llevan a cabo, manejo productivo y tecnologías utilizadas.

Hay una crónica del evento, pero también notas en profundidad sobre los sistemas como la titulada “Córdoba lidera la estabulación de vacas en Argentina”.

También se leen en esa edición noticias relacionadas con la ganadería (Un inolvidable año para cabaña Don Nura; Una hija de Atwood pisó fuerte en ExpoMolle); información de agricultura (El maní atiende a las buenas prácticas agrícolas; Premiaron máximos rendimientos en maní; En maní llegamos al techo con las tecnologías actuales; Maíz: ¿Cuál es la mejor densidad para mi lote?), interés general sectorial (La Estancia de Yucat bajó el costo del alquiler a sus colonos; En Córdoba se realizó la primera jornada de cooperativismo; Sancor venderá las plantas de Chivilcoy y Morteros); datos de mercados y un espacio dedicado a recordar los 20 años de la publicación.

En forma paralela al desarrollo gráfico, en 2001 la empresa inauguró la página de internet Todo Agro, que cuenta con variada información sectorial. En los últimos tiempos se sumaron otros espacios específicos, como Todo Maní, Todo Alfalfa y Todo Cerdos, que presentan un desarrollo menor.

² Información proporcionado por José Iachetta, director periodístico de Todo Agro.

La página principal, Todo Agro, se ha convertido en una de las más importantes del interior del país en la especialidad. Según relató el periodista del medio, Luciano Aguilar, la web recibe un promedio de 70 mil visitas mensuales.

Cabe consignar que la empresa periodística desarrolló el producto Todo Agro TV, que anteriormente formaba parte de la grilla de canales locales de televisión, pero en la actualidad solamente tiene presencia en la plataforma Youtube.

Otro desarrollo televisivo específico es el programa Cadena de Valor, que se emite en la frecuencia local del operador Cablevisión y en un canal abierto regional.

El programa está al aire desde 2009 y, según consigna en su página web, pretende “además de difundir las actividades que se llevan a cabo en los distintos establecimientos, Cadena de Valor también se propone la divulgación de adelantos tecnológicos relacionados con la producción, los desarrollos teóricos y las oportunidades de negocios que el escenario regional/nacional ofrece”.³

El programa del día 24 de septiembre de 2018 incluyó cinco entrevistas: 3 relacionadas a la cobertura del 17° Curso Internacional de Agricultura y Ganadería de Precisión, concretado en el INTA Manfredi. Los tópicos fueron: Ejes del evento y características del mismo; uso de inteligencia artificial en la agricultura e impacto del Big Data en el sector.

Las otras notas fueron sobre resultados de la campaña 2017 – 2018 de maíz, evaluados por la Regional Villa María de la Asociación de Productores en Siembra Directa (Aapresid) y acerca de una acción de marketing de una compañía global fabricante de maquinaria agrícola.

Del análisis de los distintos temas expuestos se visualizan temas vinculados a cuestiones científicas con impacto en la agricultura o ganadería (inteligencia artificial; Big Data, aplicación de tecnologías para el cultivo de maní; utilización de máquinas precisas y robotizadas); economía y negocios (datos de mercados; estrategias de marketing de empresas; alquiler de campos) y temas relacionados al medio ambiente (sistemas estabulados lecheros).

5.- Consideraciones finales

³ Tomado de www.cadenadevalor.net

- La ciudad de Villa María presenta un importante desarrollo de medios de comunicación y una rica historia en periodismo agropecuario, ya que cuenta con productos específicos en distintos formatos y lenguajes.

- El análisis de las noticias presentadas sostienen lo planteado en torno a la diversidad temática del periodismo agropecuario y los contornos difusos que muestra.

- El nivel de profundidad de análisis y su adecuación al posible destinatario están presentes en los productos presentados.

- Hay un tratamiento más general de los temas tratados en el suplemento El Diario Rural, a partir del cual se infiere que el destinatario es el lector no especializada del medio.

- En el manejo temático del suplemento Tranquera Abierta incluye información general referida a las actividades abordadas, junto a otra de índole más técnica destinada a productores o profesionales del sector. Similar es la lectura del consumidor del programa Cadena de Valor.

- El periódico Todo Agro muestra mayor diversidad de temas y profundidad en su abordaje. Dicha situación tiene que ver con que no forma parte de un producto generalista (como en el caso de los suplementos), sino que se trata de un medio temático. Supone un lector que cuenta con distintos niveles de especialización.

- El periódico Todo Agro y el suplemento Tranquera Abierta presentan notas técnicas escritas por especialistas no periodistas, una característica presente en las distintas especializaciones temáticas.

6.- Bibliografía

De Marco, M. (2006). *Historia del periodismo argentino: desde los orígenes hasta el Centenario de Mayo*. Buenos Aires, Educa.

Meneses Fernández, M. (2007). *En torno al Periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales*. Revista Anàlisi N° 35. Universitat Autònoma de Barcelona.

Mercado Sáez, M. (2006). *Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado*. Revista Question. UNLP.

Ramírez de la Piscina, T. (1999): *Realidad y Utopía de la Especialización*. En Revista Zer N° 6. Universidad del País Vasco. Disponible en: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer06-13-ramirez.pdf>

Ruedi, R. (2013): *"Bodas de Oro de Canal 2*. Diario del Centro del País, 21/9/2013.
Disponible en <http://anteriores2.eldiariocba.com.ar/noticias/nota.asp?nid=71781>

Tuñez López, M. y otros (2010). *Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Universidad Complutense de Madrid.