



COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA.

COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN AGROPECUARIA” ES UN CAPÍTULO QUE ABORDA LA HISTORIA DEL PERIODISMO AGROPECUARIO Y SU RELACIÓN CON LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR EN NUESTRO PAÍS. LOS PRIMEROS CRONISTAS DE LA COLONIA ESPAÑOLA, EL SURGIMIENTO DE LOS MEDIOS GRÁFICOS, AUDIOVISUALES Y ELECTRÓNICOS OFRECEN UN PORMENORIZADO DETALLE DE CÓMO SE GESTÓ Y EVOLUCIONÓ LA COMUNICACIÓN AGROPECUARIA A LO LARGO DE LOS AÑOS. CON UN PUNTO DE INFLEXIÓN MUY MARCADO A PARTIR DE FINES DEL SIGLO XX, “COMUNICAR Y PRODUCIR” NO SOLO SON DOS VERBOS COMPLEMENTARIOS, SINO QUE DEMUESTRAN QUE ESTÁN LIGADOS MÁS ALLÁ DE LA LITERATURA. EL CAPÍTULO TAMBIÉN PLANTEA UN ESCENARIO FUTURO DE CÓMO SERÁ EL PERIODISMO AGROPECUARIO EN LAS PRÓXIMAS DÉCADAS.

AUTOR

CARLOS MARÍA CURCI GONZALEZ

CÍRCULO ARGENTINO DE PERIODISTAS AGRARIOS

INTRODUCCIÓN.

PRODUCIR Y COMUNICAR.

PRODUCIR Y COMUNICAR SON DOS VERBOS COMPLEMENTARIOS. PRODUCIR ES INVESTIGAR, TRANSFORMAR, CREAR, CONVERTIR LO POTENCIAL EN TANGIBLE, LA MATERIA PRIMA EN PRODUCTO DE CONSUMO. COMUNICAR ES DETECTAR, INDAGAR, TRANSMITIR, EXTENDER LA PRODUCCIÓN EN NOTICIA POR TODO EL PAÍS Y EL MUNDO. AMBAS ACTIVIDADES SON INSEPARABLES. BROTRAN EN FORMA SIMULTÁNEA Y CRECEN POR CARRILES PARALELOS. SI EL OBJETIVO DE LA PRODUCCIÓN ES OFRECERLE CADA DÍA UN MAYOR VOLUMEN Y UNA MAYOR VARIEDAD DE PRODUCTOS AL

CONSUMIDOR, EL FIN DE LA COMUNICACIÓN ES INFORMARLE CADA VEZ CON MAYOR AMPLITUD Y PRECISIÓN AL PÚBLICO SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE ESOS PRODUCTOS.

EN UNA PUBLICACIÓN DEDICADA A RESEÑAR LA EVOLUCIÓN DE LOS INSUMOS BÁSICOS PARA LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA DEL PAÍS ES INSOSLAYABLE UNA REFERENCIA AL PERIODISMO QUE POR MEDIO DE NOTICIAS, INFORMACIONES, NOTAS Y COMENTARIOS PROYECTA AL CONOCIMIENTO DE TODA LA COMUNIDAD LA TRASCENDENCIA DE ESA PRODUCCIÓN, VINCULA LAS INQUIETUDES DEL CAMPO Y LA CIUDAD, Y CONTRIBUYE A LA COMUNICACIÓN DE LOS PRODUCTORES RURALES ENTRE SÍ.

PERIODISMO EN GESTACIÓN.

El periodismo agropecuario argentino adoptó como fecha de nacimiento oficial el 1° de septiembre de 1802, cuando apareció el primer **Semanario de Agricultura, Industria y Comercio** editado en Buenos Aires por Hipólito Vieytes. La publicación, que antecede en casi una década a la Revolución de Mayo, es la primera dedicada a desta-

tense fueron los clarines de la fama que precedieron a la divulgación de la calidad agrícola argentina por los canales informativos del mundo. Sin duda, el primer propalador de estas virtudes fue don Cristóbal Colón, quien en su primer viaje de regreso a España llevó plantas y semillas de tabaco, maíz, mandioca, batata, ají y algunos animales exóticos recogidos en estas tierras remotas a las que lo habían arrojado sus intrépidas carabelas. El mues-

"No es posible que pueblo alguno pueda prosperar una vez que llegue a desatender a su agricultura, siendo cierto que la grandeza de las naciones es el producto que genera su tierra", escribió Hipólito Vieytes en la primera edición del **Semanario de Agricultura, Industria y Comercio** del 1° de septiembre de 1802, fecha que se adoptó para conmemorar el "Día del Periodista Agropecuario".

car la importancia del agro para el crecimiento de la economía y el bienestar de los habitantes de la gran nación que se vislumbraba desde el Río de la Plata. Pero todo alumbramiento tiene un período importante de gestación. Para el caso de la información agropecuaria del país podemos decir que la etapa embrionaria comenzó con el reconocimiento de su potencial productivo, cuando se generalizaron sin oposiciones los elogiosos comentarios sobre la calidad de sus tierras, la amplitud de sus praderas, la variedad de sus climas, la abundancia de sus frutos silvestres y la asombrosa feracidad de sus sementeras. Estas halagadoras percepciones de la riqueza pastoril riopla-

trario de don Cristóbal provocó en la Corte un revuelo sólo comparable con la frustración que sintieron los monarcas por no haber abierto una nueva ruta marítima a las Indias, como les prometió el genovés, y haber tropezado, en cambio, con un enorme continente cuya existencia era ignorada hasta entonces por los mapas europeos. Acicateados por la curiosidad, los reyes les ordenaron a sus consejeros que analizaran los extraños objetos traídos por Colón, y anoticiados del valor estratégico y comercial de las piezas estudiadas tomaron dos resoluciones fundamentales: apurar la ocupación de las tierras descubiertas y sumar a las futuras expediciones botánicos

y zoólogos para levantar un pormenorizado inventario de la flora y la fauna del lejano territorio. Por entonces, en los albores de la creación de la imprenta no estaba desarrollado el periodismo y, menos aún, el especializado en temas agropecuarios. De lo contrario, nuestros colegas del siglo XVI hubieran comentado que como resultado de aquella Real Orden se realizó la **"Historia general y natural de las Indias"** escrita por Gonzalo Hernández de Oviedo y Valdez, quien anduvo por estas latitudes en 1514. La obra es la primera en su género dedicada a describir las extraordinarias características de las tierras ubicadas al otro lado del océano. La redacción de los textos y la elaboración de las ilustraciones demandaron mucho trabajo porque su publicación recién comenzó en 1536. Además de narrar con bastante gracia y precisión las formas de los ejemplares vegetales y animales avistados en los lejanos territorios, la obra consagra uno de los términos que bien puede calificarse de "deformación periodística" por antonomasia de la Conquista y que consiste en llamar a América "nuevo continente" cuando, en verdad, lo único que tenía de nuevo era la ignorancia de quienes no lo habían conocido antes. Lo cierto es que esta primera historia, como las numerosas obras de su tipo que la sucedieron realizadas por otros muchos viajeros y aventureros que se largaron a esta parte del mundo, exalta esencialmente el potencial productivo de las tierras a ocupar. En rigor, los libros de viajeros suplieron a su modo la labor del periodismo inexistente en aquellos tiempos y sirvieron para ilustrar al público sobre la deslumbrante riqueza natural de América y despertar el interés de los empresarios por hacer negocios en esta parte del planeta. También alentaron a la Corona Española a crear los gabinetes de estudiosos en diferentes disciplinas con base en los cuales en los siglos posteriores se formaron las Academias de Ciencias europeas y las secciones especiales en la Biblioteca Nacional del Reino donde se reunió este material bibliográfico de incalculable valor estratégico para la proyección de políticas económicas y productivas. Frente al giro que tomaban los acontecimientos, es probable que algún periodista inspirado de la época hubiera indicado que "la importancia del agro americano imprimió un sesgo científico a la conquista española".

LAS PRIMERAS SIMIENTES.

Los primeros expedicionarios que llegaron a estas tierras quedaron sorprendidos por la exhuberancia de la vegetación. Sus comentarios se derramaron por el Reino y la fama de la fertilidad de las llanuras pampeanas conquistó en primer lugar a los mismos conquistadores. Cuando, en 1527, Sebastián Gaboto, fundó Santi Espíritu en las cercanías de los ríos Paraná y Carcaraña, tomó una medida infrecuente para un guerrero en operaciones: distribuyó sementeras entre sus soldados para cultivar trigo, cebada y arroz. La disposición, que sin duda formó parte de una decisión estratégica adoptada en la etapa previa a la partida de la expedición desde la Península Ibérica, convirtió a don Sebastián en un precursor del cultivo de granos europeos en el territorio que luego formaría parte de la República Argentina. No tuvo a su lado a ningún atento periodista que exaltara su memoria como el hombre que consagró a "Santa Fe, cuna de la agricultura argentina", pero su acción no cayó en el olvido. El informe que envió a la Corona y las memorias escritas por sus acompañantes rescataron su empeño chacarero para la posteridad. Una vez más, la crónica salvó del anonimato la experiencia agrícola y la dejó como ejemplo para sus inmediatos seguidores. En 1580 le tocó el turno a Juan de Garay. Lo despacharon desde Asunción para que bajara por la costa del Paraná hasta la desembocadura del Río de la Plata y reocupara el lugar que había dejado vacante Pedro de Mendoza. Para asegurar el éxito de la misión le dieron semillas y animales domésticos. En la decisión pesó el antecedente de Gaboto pero también el relato de otro escriba improvisado, Ulrico Schmidt, quien en 1535 participó de la primera fundación de Buenos Aires y dejó un testimonio escalofriante del hambre sufrido por sus habitantes que, además de pelearse con los aborígenes proveedores de víveres, carecían de recursos propios para subsistir. Por eso, lo primero que hizo Garay después de tomar posesión del sitio estratégico en nombre del Rey y cumplir con las formalidades de rigor, fue distribuir las semillas y el ganado entre los pobladores. Como bien lo hubiera señalado un periodista de la época, *"Garay promovió la producción agropecuaria para garantizar la seguridad alimentaria de los porteños"*. Los cruces de información y producción se multi-

plicaban. Faltaba un periodismo formal pero había un intenso intercambio de comunicaciones sobre el agro. Adelantados, gobernadores, capitanes, soldados, o simples cazadores de fortuna dejaban testimonios de la forma en que se relacionaban con el nuevo hábitat que estaban ocupando. Cómo se arreglaban para vivir y sobrevivir en un medio desconocido para ellos, que a veces les parecía hostil pero, en general, amable y generoso; cómo adaptaban los insumos y las herramientas que traían de Europa a los requerimientos locales; en que época debían sembrar el maíz en Buenos Aires; cómo pudieron construir el primer molino harinero en Córdoba; cuántas fanegas de trigo lograron en las fértiles tierras de Santa Fe; cómo se adaptaban los frutales y las vides en Cuyo; cuándo y quiénes cultivaban zapallos, porotos y quinua en Santiago; cómo levantaban corrales de pirca en el norte. Los usos y las modalidades, las necesidades de los hombres y las posibilidades de la tierra fueron conformando, con el avance de la conquista y el afianzamiento de la ocupación, el mapa agropecuario del futuro país de los argentinos.

TIEMPOS DE INDEPENDENCIA.

Finaliza el siglo XVIII. En 1776 se independizaron las colonias inglesas de América del Norte. En 1780 es ahogado en sangre el alzamiento de Tupac Amaru que conmovió a la América indígena y dejó la semilla de la rebelión entre los criollos y mestizos. En 1789 la Revolución hizo rodar las cabezas reales en Francia y

por primera vez reemplazó a una monarquía por una República en territorio europeo, soplaron vientos de insurrección impulsados por las ideas de los iluministas franceses y maduraron los tiempos de la emancipación de las colonias españolas en América. Cada una de las regiones revisó sus posibilidades productivas y económicas con las que se proyectaría a conquistar su destino de país independiente. Las teorías económicas revalorizaron la importancia de la tierra como generadora de los bienes destinados al comercio, en cuyo desarrollo se apoyaba el crecimiento de las naciones. Manuel Belgrano, un joven porteño educado en Salamanca portavoz de nuevas ideas fue designado en 1793 Secretario del Consulado del Virreinato del Río de la Plata y desde ese lugar proyectó con el desarrollo de la producción agropecuaria las bases para el engrandecimiento de su futura patria. En este contexto político y económico nació con Hipólito Vieytes, como se indicó, el primer órgano periodístico dedicado a la agricultura argentina.

CARTAS, LIBROS Y CRÓNICAS.

La comunicación siempre fue necesaria para promover la producción agropecuaria. A veces, anticipándose a los acontecimientos. Otras veces, comentando los desarrollos en marcha. La ausencia de medios de prensa especializados durante casi todo el siglo XIX, determinó que la circulación de esta información se canalizara mediante el intercambio epistolar entre privados, como ocurrió con la instalación de los

primeros alambrados que trajo Richard Black Newton al país. Otra fuente fueron las crónicas de los viajeros en que se contaban los hábitos y las costumbres de la población rural y se daba cuenta de los métodos aplicados para la obtención de diversos productos, como una cosecha de granos o la reproducción de mulares. También existieron obras de mayor envergadura encaradas por especialistas para destacar las características productivas de determinadas regiones. La particularidad de estos mecanismos de comunicación es que a falta de órganos espe-

Rural Argentina. “El primer paso y uno de los objetos de esta sociedad es la fundación de un órgano de ilustración, de un periódico agrícola industrial. Un periódico de los estancieros y para los estancieros”, con estas palabras Eduardo Olivera presentaba la revista Anales en 1866, apenas dos meses después del nacimiento de la entidad. Durante varios períodos de la historia política argentina, la publicación asumió un rol de orientador de la conducta de los productores. Anales contó con la participación de destacados columnistas como Domingo Faustino Sarmiento, José

“Si ningún otro recuerdo hubiese de quedar en estas islas de mi presencia, sean ustedes, señores, testigos de que, hoy 8 de septiembre (1855) planto con mis manos el primer mimbre que va a fecundar el limo del Paraná, deseando que sea el progenitor de millones de su especie y un elemento de riqueza para los que los cultiven con el amor que yo le tengo”. De esta forma, Sarmiento cierra la crónica del viaje realizado en la fecha mencionada a las islas del Delta en compañía, entre otros, de Carlos Pellegrini, padre del futuro presidente argentino, donde plantó las primeras varas de mimbre que darían origen al desarrollo de uno de los recursos básicos de la zona.

cializados, se reflejaban en forma esporádica en los periódicos de información general de la época, como comentarios bibliográficos o cartas de lectores de la actualidad.

Un caso emblemático fue lo ocurrido con la promoción de una zona cercana a Buenos Aires, el delta del Paraná, distinguida por sus extraordinarias condiciones por destacados observadores. Por un lado, Marcos Sastre, quien estaba interesado en promover y divulgar las bondades de la región, publicó *El tempe argentino*, un libro en el que describe con una precisión no exenta de poesía, la fauna y flora del lugar. La obra despertó gran interés entre el público y se mantuvo por muchos años como material didáctico para la educación primaria. Por el otro, un distinguido impulsor del Delta argentino, Domingo Faustino Sarmiento, tuvo que publicar sus crónicas en el diario *El Nacional* ante la falta de medios especializados.

PERIÓDICO PARA ESTANCIEROS.

Los primeros en percibir la necesidad de contar con un instrumento destinado a divulgar las novedades técnicas y los conocimientos agronómicos entre los productores, fueron los fundadores de la Sociedad

María Gutiérrez y Ángel de Estrada.

Al final del siglo XIX, la producción agropecuaria argentina alcanzó un extraordinario desarrollo. El país se integró al comercio internacional mediante los productos del campo. Camino al Primer Centenario de la patria, a Argentina se la reconocía como “el granero del mundo”. Por entonces, la información sectorial empezó a ocupar un espacio de importancia en la prensa gráfica de la época. Los precios de los mercados, las plagas que afectaban a los cultivos y los pronósticos meteorológicos conformaron secciones fijas de los diarios nacionales más importantes de ese entonces, como *La Nación* y *La Prensa de Buenos Aires*, y *La Capital de Rosario*. La comunicación agropecuaria desarrolló un período de expansión nunca antes registrado. No por casualidad, en el primer número de *La Nueva Provincia* (1898), uno de los avisos publicados fue de la Sociedad Rural de Bahía Blanca, lo que simboliza la importancia que ya tenía la actividad en la zona.

La demanda sostenida de agnoticias generó como resultado agropublicaciones. A comienzos del siglo XX y con lectores propensos a la producción, se originaron varias publicaciones institucionales o sectoriales circunscriptas al ámbito primario. *Chacra & Campo Moderno* se imprimió por primera vez en

Manuel Belgrano escribió: *“todo depende y resulta del cultivo de las tierras, sin él no hay materias primas para las artes, por consiguiente, la industria que no tiene como ejercitarse no puede proporcionar materias para que el comercio se ejecute. Cualquier otra riqueza que exista en un estado agricultor, será una riqueza precaria y que dependiendo de otros esté según el arbitrio de ellos mismos. Es pues forzoso atender primeramente a la agricultura como que es el manantial de los verdaderos bienes, de las riquezas que tienen un precio real, y que son independientes de la opinión. Hay que darle el fomento de que sea susceptible y hacer que prospere en todas las provincias que sean capaces de algunos de sus ramos, pues toda prosperidad que no esté fundada en la agricultura es precaria; toda riqueza que no tenga su origen en el suelo es incierta; todo pueblo que renuncie a los beneficios de la agricultura y que ofuscado con los beneficios de la artes y el comercio no ponga cuidado en los que les pueden proporcionar las producciones de su terreno se puede comparar, dice un sabio político, a aquel avariento que por una mayor ganancia contingente pospone imponer su dinero en los fondos de un rico que darlos a un hijo de familia que lo gastará en el momento y no volverá capital ni intereses”.*

noviembre de 1930 y perduró hasta nuestros días. Esta publicación alcanzó gran popularidad, aun en la sociedad urbana y durante un largo tiempo su nombre fue emblema de la comunicación sectorial.

AGRO Y POLÍTICA.

El crecimiento y desarrollo de la producción agropecuaria no estuvo exento de conflictos políticos y sociales dentro del sector. Las relaciones entre propietarios de la tierra y arrendatarios generaron enfrentamientos de diversa intensidad. En 1912 en la localidad de Alcorta, en el sur santafecino, se desató una prolongada huelga de arrendatarios que terminaría en el surgimiento de la Federación Agraria Argentina y el periódico *La Tierra*, que en sus orígenes fue una publicación de circulación general dedicada a difundir los reclamos y las expectativas de los pequeños productores. Posteriormente, la publicación amplió su registro a la información de temas técnicos, aunque continuó reflejando la ideología chacarera. Al poco tiempo de cumplir un siglo de vida, *La tierra* se jacta de ser decana de la prensa agraria argentina, como se puede leer en su portada actual.

Otro tradicional periódico expresivo de los pequeños y medianos productores es *La Cooperación*, que edita la Asociación de Cooperativas Argentinas (ACA) desde el 31 de octubre de 1924. La publicación siempre acompañó el proceso de crecimiento del movimiento cooperativo y cuando se fundó la Confederación Intercooperativa Agropecuaria (Coninagro) en 1956, pasó a ser el órgano de difusión de esa entidad.

TIEMPOS MODERNOS.

El siglo XX, con sus conmociones y estremecimientos, provocó profundos cambios tecnológicos y económicos en la vida de las naciones. Una de las manifestaciones más significativas de las transformaciones registradas en la centuria pasada se ubica en los sistemas productivos, especialmente, en los dedicados a los alimentos. Finalizada la Segunda Guerra Mundial comenzó la lucha de los pueblos por la conquista de

su bienestar. Los países europeos se abocaron a la tarea de reconstruir los daños sufridos por la contienda y a satisfacer las necesidades básicas de su población, que no quería seguir padeciendo las privaciones impuestas por la etapa pasada. Una vez más, Argentina se proyectaba como la gran proveedora de alimentos para el mundo. El sector agropecuario enfrentaba el desafío de modernizarse e incrementar su capacidad productiva. Los sectores privados se sumaron a esa corriente y crearon entidades que contribuyeron al logro de esos objetivos. En ese marco nació la Cámara de Sanidad y Fertilizantes (CASAFE) fundada en 1949 como asociación privada que representa los intereses de la industria de la ciencia de los cultivos a nivel nacional e internacional.

CREACIÓN DEL CÍRCULO ARGENTINO DE PERIODISTAS AGRARIOS I CAPA.

Si la integración era el estímulo que se perseguía desde distintos sectores, la comunicación no se iba a quedar rezagada. Para hablar de los principios del periodismo agropecuario organizado, hay que remontarse a 1955. El Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la Organización de Estados Americanos (OEA) organizó en Buenos Aires un curso de periodismo agrario y redacción técnica, cuya finalidad era contribuir a “una justa jerarquía y sentido profesional de la labor especializada de todas aquellas personas que tenían a su cargo trabajos de publicaciones e información del sector”. Se realizó durante el mes de junio y tuvo una duración de tres semanas. Las jornadas incluían varios temas, como servicios de información en América Latina, procesos y esquemas para llegar al agricultor, preparación de publicaciones de extensión, entre otros. Una veintena de personas cumplieron con la capacitación, entre ellas Evaristo González Silva, que unos meses después se iba a convertir en el primer socio de la entidad. “*Si bien los periodistas observaron el hecho de que se pusiera énfasis en las cuestiones técnicas y en su presentación, no dejaron de reconocer haber aprendido algunos conceptos sobre lectura y redacción. Los comentarios de los presentes sobre el hombre de campo acercaron a la comunicación con su destinatario. Se habló de un hombre distinto al de la ciudad, que necesita leer*

una publicación de fácil visualización y comprensión. De ahí que surgieran nuevas ideas para las comunicaciones que tenían entre manos”, recuerda González Silva, asesor editorial de *Pampa Argentina*, una prestigiosa publicación de la época. Al terminar el curso todos coincidieron en la importancia de la formación profesional dentro del ámbito de una entidad que los agrupara para tal fin, y con fecha 26 de enero de 1956 nació el *Círculo Argentino de Periodistas Agrarios*. Según sus fundadores, el CAPA “agrupa a los periodistas especializados en materia agraria y que tiene por finalidad, entre otras misiones, reafirmar y defender el principio de la libertad de expresión y capacitación del periodista agrario en todos los aspectos de su profesión”, como se puede leer en el acta fundacional. Desde entonces y hasta hoy, el Círculo tuvo momentos de esplendor pero también etapas difíciles, casi al compás del sector.

Con más de cincuenta años de vida, la asociación civil sin fines de lucro ha cobrado vital importancia en la formación profesional de los comunicadores del campo.

AVANCES Y RETROCESOS.

Hasta comienzos de la década del 80, el desarrollo de la comunicación agropecuaria tropezó con varios límites. Los diarios nacionales crearon segmentos preestablecidos, como las secciones de los sábados. *Clarín* y *La Nación* les dieron diseño a sus suplementos recién en la década del 60. La decisión editorial tuvo un efecto ambivalente. Por un lado representó el reconocimiento a la importancia del sector, y por otro generó un encapsulamiento de la información en los espacios del suplemento semanal. Los medios periodísticos masivos tenían poco espacio para las agronoticias, y las empresas y entidades, escasa necesidad de comunicar. Esta razón también se reflejaba en la poca cantidad de periodistas especializados. En los espacios radiales, solamente se informaba sobre el cierre y las cotizaciones de mercado, y existía una escasa participación en la televisión, que recién empezaba a germinar en nuestro país.

Durante estos años se dio un proceso que duraría hasta nuestros días. Los comunicadores de la época eran, en su mayoría, ingenieros agrónomos, simplemente



PRIMERAS REUNIONES DEL CAPA EN 1956 | DESDE ENTONCES, LOS PERIODISTAS AGROPECUARIOS SE MOSTRABAN PREOCUPADOS POR LA CAPACITACIÓN | FOTOG.: ARCHIVO CAPA



EL PRESIDENTE Y LOS PERIODISTAS | EL 8 DE FEBRERO DE 1965 LA COMISIÓN DIRECTIVA DEL CÍRCULO ARGENTINO DE PERIODISTAS AGRARIOS FUE RECIBIDA POR EL PRESIDENTE DE LA NACIÓN, DR. ARTURO ÍLLIA. EL OBJETIVO DEL ENCUENTRO FUE PRESENTARLE AL PRIMER MANDATARIO UN PROYECTO PARA REALIZAR UNAS JORNADAS LATINOAMERICANAS DE PERIODISMO. LA CHARLA DURÓ 45 MINUTOS Y EL PRESIDENTE SE COMPROMETIÓ FORMALMENTE A BRINDARLE APOYO A LA INICIATIVA | FOTOG.: ARCHIVO CAPA

porque tenían la capacidad de descifrar el lenguaje técnico y convertirlo en una noticia de fácil lectura y comprensión.

RADIO Y TELEVISIÓN.

A mediados del siglo pasado, la radio empezaba a ocupar un lugar de importancia en el sector. Para entender este hecho, es importante remontarse en la historia. En 1894, el físico Guigielmo Marconi logró realizar en una transmisión inalámbrica de 250 metros, uniendo varias experiencias anteriores. Patentó su invento y se fue en busca de financiamiento a Inglaterra hasta que en 1920 estableció las primeras transmisiones de carácter público, que no tardaron en llegar hasta nuestras tierras. ¿Por qué? Marconi había visitado la Argentina unos años antes de su invento y en su estadía conoció a cuatro estudiantes de medicina que compartían, además de sus estudios universitarios, el *hobby* de radioaficionados. Enrique Telémaco Susini, Miguel Mujica, César Guerrico y Luis Romero Carranza terminaron siendo “los locos de la azotea”. Le dieron origen a la transmisión y se convirtieron en pioneros de la radiodifusión argentina. Pocos años después apareció la primera emisión sectorial un 28 de septiembre de 1925 desde el Mercado de Liniers, cuando Víctor Dápice divulgó los precios de la hacienda en el programa *La hora ganadera*, que todavía hoy

sigue al aire ininterrumpidamente. Los granos tuvieron que esperar mucho más tiempo para ser escuchados en los medios de comunicación. El 1° de septiembre, día en que casualmente se conmemora el día del periodista agropecuario, de 1954 y desde la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, Felipe Chiaramonte fue el responsable del “*Primer Boletín Radial de Bolsa*” que relataba el cierre de las cotizaciones del día.

Si la primera transmisión de radio se hizo en Inglaterra en 1920 y solamente cinco años después el sector agropecuario argentino generó un programa, se puede pensar que desde los inicios, el campo y la radio se llevaron bien. No pasó lo mismo con la televisión, que empezó con sus transmisiones experimentales en la década del 40 y llegó unos años después. En julio de 1951, Jaime Yankelevich, pionero en el medio, junto con su hijo Samuel viajaron a Estados Unidos para traer los primeros equipos. Habían acordado con el gobierno peronista llevar adelante la primera transmisión televisiva el 17 de octubre para mostrar el multitudinario acto en la Plaza de Mayo. De esta manera quedó inaugurada la televisión pública. El 4 de noviembre se inició la programación regular y el 18 de ese mismo mes se transmitió el primer partido de fútbol (River vs. San Lorenzo). En esos primeros años la grilla estaba integrada por espectáculos folklóricos y musicales, transmisiones desde el circo, programas de moda, “La Cocina de Doña Petrona”, hasta que en 1952 nacieron los primeros teleteatros. Recién dos años después, en 1954, comenzó el primer noticiero que se emitía a la noche y presentaba un resumen de los hechos acontecidos durante la jornada. Para esa época también se creó la Asociación de Periodistas de Radio y Televisión (Aptra) y con la exitosa incursión nacional, se abrió el camino para los canales del interior (1958). En 1960 llegaría la televisión privada al inaugurarse el canal 9 y el 13, y en 1961 el canal 11. Por la tecnología que utiliza la televisión, se convirtió en el medio más moderno y se usó, en primera instancia, con un contenido más de diversión y entretenimiento que de información periodística. Hasta principios de los 80, los canales del interior no emitieron programas informativos sobre temáticas agropecuarias, y recién a fines de los 90 encontró espacios sostenidos en las grillas de los canales provinciales. Los elevados costos de los equipos y la producción, además del financiamiento

publicitario, han sido algunos de los factores causales que llevaron a que recién después del año 2000, el campo llegara a las transmisiones en canales de aire.

DISPUTAS POR LOS ESPACIOS.

Está claro que el sector empezó a ganar más espacio periodístico a partir de los años 80. Los tradicionales medios gráficos empezaron a tener más competencia de diarios y revistas. En cuanto a la radio, las columnas de mercados pasaron a ser programas semanales y la televisión empezó a incorporar definitivamente al sector, e incluso con la aparición de internet, todos confluyeron en la web para mostrar sus contenidos. Por esos años, la soja recién comenzaba a dar los primeros pasos en nuestras pampas y se iba a convertir en una de las razones fundamentales para que el sector -en materia de comunicación agropecuaria- empezara a generar un nuevo proceso hacia fines de los 90. Llegó el paquete tecnológico de la oleaginosa, el glifosato y la siembra directa, rápidamente adoptada por los productores. Estas nuevas innovaciones desembarcaron en las pampas de la noche a la mañana. Lo mismo les sucedió a la comunicación empresarial y a los periodistas del sector, aunque el proceso fue más lento. Los diarios y revistas, empezaron a incorporar información agraria, hablando ya no solo de la exposición rural, sino de una Argentina productora de alimentos para el mundo. En 1985 la industria gráfica, una vez más, empezó a dar las primeras señales. Promediaba el mes de julio y nació *Márgenes Agropecuarios* una revista especializada ya no solo en cuestiones productivas, sino que mostraba que los números y las estadísticas del negocio empezaban a ser atractivos. Luego vinieron otras como *Agromercado* en septiembre de 1986 (se publicaba desde 1981 como Estado Coyuntural de la Empresa Agropecuaria). También fueron años donde empezaron a reaparecer las dedicadas solamente reflejar un sector. La revista *Infortambo* nació en 1986 para descubrir el mundo de la producción e industria láctea. Editorial Perfil es hoy, en 2009, la editora más grande de revistas del país y no se iba a quedar afuera. En octubre de 1994 creó *Súper Campo* y en su tapa mostraba a Mónica y César Massetti, comunicadores sociales, en medio de una producción de naranjas. Quizá fue un prea-



LA COMUNICACIÓN AGROPECUARIA ANIVEL MUNDIAL | EN 2006 CAPA SE ASOCIÓ A LA FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS AGRARIOS Y SE CONVIRTIÓ EN LA PRIMERA ORGANIZACIÓN PERIODÍSTICA DE UN PAÍS LATINOAMERICANO EN SER MIEMBRO DE LA ENTIDAD



nuncio de que el campo desembarcaba en las ciudades mediante los medios de comunicación masivos.

NOTICIAS DEL CAMPO CON IMPACTO NACIONAL.

“Los pingos se ven en la cancha”, dice el refrán popular y el periodismo agropecuario lo tuvo que demostrar.

Era el primer indicio de que algo estaba cambiando en la comunicación agropecuaria y que la repercusión ahora era nacional. Dos casos marcados fueron los emblemáticos: la reaparición de la fiebre aftosa y la resolución 125. Luego del cese de la vacunación contra la aftosa, les tocó a los cronistas agropecuarios de todo el país empeñarse en contar algo que no debía salir a la luz. La historia comenzó en el mes de agosto de 2000, cuando el gobierno de Fernando De la Rúa informó acerca del ingreso “por contrabando desde Paraguay” de diez animales que habían dado positivo en el examen serológico de la enfermedad. Reconocer el foco viral hubiese provocado una debacle de los mercados y de las exportaciones cárnicas argentinas. Por esta razón, la estrategia oficial -decidida en el mismísimo Poder Ejecutivo- consistió en ocultar el problema. El gobierno de De la Rúa llevó adelante el operativo “escondida” hasta principios de 2001, donde fueron los periodistas agrarios que empezaron a mostrar la realidad mientras que los compradores mundiales esperaban que el gobierno nacional oficializara la cuestión. La aftosa no solo no se había ido de nuestros animales, sino que estaba presente en los rodeos de varias provincias. Se produjo una crisis en el negocio vacuno, agravada por una pérdida de credibilidad como país que todavía hoy no se recuperó. El escándalo del ocultamiento quedó bien grabado y fue contado por los cronistas, que demostraron estar a la altura de las circunstancias. Pero todo pare-

cía poco hasta que la historia mediática del campo argentino dio un salto espectacular en 2008. Ese año, que se recordará como el del mayor enfrentamiento del último siglo entre un gobierno nacional y los productores agropecuarios, la información sectorial saltó del estrecho límite de las secciones especiales a las primeras planas de todos los medios de comunicación del país, gráficos, audiovisuales y electrónicos. El envío promocional fue tan fuerte que llegó inclusive hasta los órganos de prensa extranjera que reflejan habitualmente los avatares de la vida argentina. Es verdad que la fama suele ser efímera. Lo anticiparon los poetas del tango y lo confirman a diario las enseñanzas del vértigo informativo de la globalización. Pero el espacio ganado por el campo durante el prolongado conflicto, aún irresuelto, no fue artificioso ni circunstancial. Durante casi ciento treinta días la ciudadanía tuvo los ojos puestos en el sector rural. Las secuelas políticas todavía se decantan. Las repercusiones sociales son más evidentes. En líneas generales, puede decirse que la población pudo valorar en ese tiempo el aporte de la producción agropecuaria a la economía nacional, medir la repercusión social de sus demandas en las comunidades regionales y palpar la inquietud que su evolución despierta en terceros países compradores de los alimentos que, por distintas vías, está en la boca de los comensales del mundo. El abanico de experiencias adquiridas en horas de incertidumbre, desconcierto y angustia, ya forman parte del bagaje incorporado a la memoria colectiva del país.

“La guerra gaucha”, “la rebelión campestre”, “el grito del campo” o “la sublevación chacarera”, según la llamaron desde diferentes perspectivas los periodistas locales, comenzó el 11 de marzo y se extendió en su etapa más virulenta hasta el 15 de julio de 2008. Estalló cuando los productores reaccionaron contra una disposición administrativa del Ministerio de Economía de la Nación. Se trataba de la Resolución 125, que pretendía fijar un nuevo régimen para el cobro de los derechos a las ventas al exterior, más conocidos como retenciones a las exportaciones. La norma fijaba una escala ascendente para gravar los embarques en paridad con la evolución de los precios internacionales que, en esos momentos, trepaban en los mercados del mundo con la velocidad de la fiebre en medio de una infección. La medida afectaba a

varios productos pero esencialmente apuntaba a capturar la renta emergente de la cosecha de soja. La oleaginosa, cuyo cultivo trepó de manera exponencial desde 1996, cuando se aprobó el uso de semillas transgénicas en el país, era en la campaña 2007/08, y seguramente lo seguirá siendo por muchos años, el principal producto que ocupaba más del 50% de la superficie agrícola sembrada y aportaba el mayor volumen de las más de 90 millones de toneladas esperadas como saldo de la producción nacional de granos. De acuerdo con la cuestionada resolución, el poroto, que en infeliz metáfora fue comparado con “un yuyo” por la jefa del Estado, podía llegar a tributar según fuera la cotización anotada en las pizarras del mundo, hasta un 95% de su precio. Es decir, la casi totalidad de su valor.

La pretensión resultó inaceptable. Los agricultores solicitaron su inmediata derogación. El gobierno central la ratificó. Las cuatro entidades nacionales del campo formaron la Comisión de Enlace para liderar el movimiento y lanzaron el primer paro del campo del Siglo XXI. La pelea comenzó. En corto tiempo se sucedieron protestas, movilizaciones espontáneas, convocatorias formales, más de cuatrocientos cortes de ruta, interrupciones del tránsito de vehículos y de transportes de carga, suspensión de la comercialización de alimentos y casos de desabastecimiento de poblaciones urbanas. El 2 de abril se dispuso una tregua. Se entablaron conversaciones. Renunció el ministro de Economía, Martín LoustEAU, redactor de la polémica medida. Las negociaciones fracasaron. Volvieron los enfrentamientos. El 25 de mayo se conmemoró con dos actos opuestos, uno oficial en Salta, encabezado por las autoridades nacionales, otro de los chacareros en Rosario acompañados por una muchedumbre proveniente de distintas zonas del país. La queja salida de la Pampa Húmeda se nacionalizó. Las movilizaciones, de por sí expresivas y contundentes, multiplicaron sus efectos por medio de las notas y los comentarios periodísticos y transmisiones de radio y televisión. La opinión pública seguía la evolución de los hechos en los medios. A su vez, los funcionarios oficiales y la Mesa de Enlace acomodaban gestos, palabras y presentaciones, al enfoque de las cámaras. La guerra se libró en planas y pantallas. Los medios eran el teatro de operaciones. Apurado, el Poder Ejecutivo envió la polémica ini-

ciativa al Parlamento. Le introdujo leves cambios y dejó en manos de los legisladores la responsabilidad de aprobarla o rechazarla. La Plaza de los Dos Congresos se transformó en el campamento de la discordia con tiendas del campo y del oficialismo. Los medios dieron cuenta de los hechos con transmisiones especiales para el público ávido de novedades al instante. El proyecto logró media sanción en Diputados. Aumentaba la presión. La caldera política estaba a punto de estallar. Nuevas manifestaciones a favor y en contra de la medida. Llegó el día del tratamiento en el Senado. Periodistas, con libretas de apunte, micrófonos y cámaras registraban hasta los más mínimos detalles. Cantidad pareja de votos. Final electrificante. No apto para cardíacos. La transmisión se prolongó hasta la madrugada. La audiencia no aflojaba. El número de oyentes y espectadores solo es comparable al registrado durante la visita del Papa o la disputa de grandes acontecimientos deportivos. Llegó el desenlace. El proyecto tropezó con el voto “no positivo” en el Senado. La resolución 125 cayó. El conflicto continuó. La cobertura periodística de los temas agrícolas también.

Los años previos al cambio de milenio fueron forjando una etapa de consolidación y expansión de la agrocomunicación. Las empresas proveedoras de insumos empezaban a crear departamentos de prensa institucional y las entidades empresariales, al tener una estructura de menor tamaño, habían optado por contratar consultoras externas para que las asesoraran. El monstruo empezaba a despertarse. El avance también se plasmaba en los diarios nacionales y del interior del país, por ejemplo La voz del interior de la provincia de Córdoba había creado a mediados de 1998 el suplemento “La voz del campo”. Al mismo tiempo aparecían revistas y publicaciones de toda índole.

Las radios ya empezaban a incorporar dentro de su grilla programas los días sábados por la mañana para reflejar el negocio agroindustrial dejando en un segundo plano los micros de mercados. La televisión también había dado un paso fundamental, aunque todavía en el cable. Por ese entonces, existían varios programas que sirvieron de base para lanzar una señal íntegramente del campo. En abril de 1996 se creó el *Canal Rural* con una fuerte penetración en el interior del país pero sabiendo que

el objetivo central era mostrar en las grandes ciudades el trabajo del sector durante 24 horas los 365 días del año. Crear y producir un discurso televisivo fue un desafío del periodismo agropecuario, que entendió que se debe cambiar el uso del lenguaje, pasando de lo técnico a la información general. En materia comunicativa, los cambios generados hasta principios de esta década parecían inalcanzables unos años antes.

LOS MEDIOS EN EL NUEVO MILENIO.

Pero todo fue poco hasta que llegó la etapa de la evolución, donde el auge de los “punto com” llegó al campo argentino para dar un nuevo paso en innovación comunicativa. En el año 2000, la gran promesa de Internet para el agro era la insuperable. La posibilidad de obtener información sobre el clima y los mercados casi en tiempo real fue la primera demanda que se generó. Después llegaron las noticias y la información técnica. Cada web fue encontrando su lugar en el mercado, lo que dio origen al desarrollo de distintas plataformas que varias hoy subsisten, luego de la caída del NASDAQ.

El 2001 fue un año de crisis a nivel país. El gobierno nacional debió enfrentar una economía complicada y una falta de credibilidad política que acentuó la debacle. La salida se dio por un proceso devaluatorio y puso final al plan convertibilidad que duró diez años y donde el sector agroindustrial no la pasó bien. La nueva paridad cambiara generó un sector más competitivo, donde la comunicación y el periodismo pudieron ocupar un nuevo lugar, dando el salto tan esperado. Nació un nuevo canal de cable sectorial denominado *Sembrando Satelital* pero esta vez desde el interior y para el interior. Llegó también el momento de la televisión de aire. Se crearon los noticieros *Infocampo* (canal 9), *América Rural* (canal América) y *Aldea Rural* (canal 7). Pero también los canales de noticias incorporaron al sector y generaron su propio espacio, como *TN Agro* o los micros de mercados en *Crónica TV*. Los editorialistas de los diarios más importantes del país empezaron a incluir los problemas del campo dentro de la sección economía, un viejo anhelo del sector. Las revistas de negocios encontraron casos exitosos dentro de la comunidad rural y se empezó a dar un proceso de información



inverso, llegar con información del campo a la ciudad. Un claro ejemplo de esto se dio con la creación en 2004 de la revista *El Federal*, con un eslogan bastante descriptivo “una revista de interés general con aire de campo”.

MEMORIAS DEL FUTURO.

Uno de los poetas y novelistas más destacados de la literatura francesa, Víctor Hugo, alguna vez describió el futuro con varios conceptos en una frase. “*Para los débiles es lo inalcanzable. Para los temerosos lo desconocido. Para los valientes es la oportunidad*”. A juzgar por lo que ha pasado en las últimas décadas, el sector agropecuario argentino muestra una audacia inigualable a la hora de aceptar desafíos, desde la adopción de la innovación tecnológica hasta en los casos más actuales, la participación política del cam-

po, lo que demuestra que, solo con proponérselo, puede generar en poco tiempo y mediante elecciones legislativas, un 5% de los representantes de la Cámara de Diputados. Esto se refleja también en otros órdenes, como la comunicación sectorial, cada vez más necesaria a la hora de informar. Hemos visto a lo largo de este capítulo que hasta mediados de los 80, los informadores agropecuarios eran una especialización difícil de encontrar, quizá por culpa del sector (siempre sesgado a comunicar poco) o de las empresas (por falta de necesidad) o de los mismos medios masivos (orientados a la noticia impactante). En esta primera década del nuevo milenio empezó un crecimiento sin precedentes y de manera exponencial. ¿Por qué? Básicamente existió una fuerte demanda originada en los productores primarios y en las empresas proveedoras de insumos con el avance del paquete tecnológico de la siembra directa y la soja. Pero también los consumidores quisieron saber qué alimentos comían. La respuesta es muy amplia pero, para unificarla, podríamos decir que se dio una conjunción de factores que demandaron más información, a tal punto que en la actualidad es difícil encontrar un medio periodístico que no genere contenido agropecuario. Pero todo desarrollo dentro de una sociedad trae aparejado un compromiso social más allá de lo sectorial en el que todavía hay mucho camino por recorrer. En los próximos años, el desafío deberá generarse no de manera cuantificable, sino desde la calidad del capital humano que transmite la información. Ya hay indicios de que el camino que se eligió es el de la capacitación y la educación para los profesionales de las nuevas generaciones. De la misma manera que se innovó en la oferta educativa en todos los niveles vinculando el concepto de “alimentos”, en materia de periodismo sectorial el Círculo Argentino de Periodistas Agrarios dio un significativo paso en 2008 al lanzar una escuela de comunicación que trabaja de manera conjunta con la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (FAUBA). Los alumnos tienen la posibilidad de cursar virtualmente 18 materias vinculadas a la producción y el periodismo en forma simultánea, una experiencia única a nivel mundial. Esta decisión prevé incorporar, desde la plataforma de CAPACITAR, contenidos agroindustriales en los programas universitarios no solo de las carreras comunicación, sino también en

otros ámbitos académicos como la economía. Para entender cuál es el paradigma que viene, es fundamental razonar sobre el pasado reciente de una trilogía, historia-periodismo-educación. Si el primer paso para reconstruir la historia es el periodismo y si, la historia de nuestras tierras está estrechamente relacionada con el sector agropecuario, se hace imposible entender la disociación entre ambas. Como así también, el alejamiento entre el sector agroindustrial y la educación queda de manifiesto con solo revisar los programas curriculares de la enseñanza primaria, secundaria o universitaria. La escasez de contenidos es una constante en todas las materias. De la misma manera que pasamos del arado a la agricultura satelital, la capacitación y la educación en el sector

PRIMER PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EN PERIODISMO AGROPECUARIO

FORMACIÓN AGROPECUARIA	FORMACIÓN PERIODISTICA
Historia y evolución de la agricultura Argentina	Modelos de comunicación digital
Comunicación digital	Edición periodística
Temas agropecuarios y periodismo	Desarrollo de contenidos y herramientas multimediales para la comunicación
Experiencias regionales y nacionales	Historias de éxito de periodistas agropecuarios
El periodismo en el campo	Internet y video periodístico
Políticas públicas para el sector agropecuario	Forma y estructura del texto
Temas y tecnologías agrícolas	Temas de investigación científica
Investigación científica para el sector	Producción de contenidos
Métodos de producción agropecuaria	Técnicas de edición y diseño gráfico

Programa de materias de CAPACITAR, LA PRIMERA ESCUELA DE FORMACIÓN PERIODÍSTICA SECTORIAL A NIVEL MUNDIAL | NACIÓ EN 2008 | FOTOG.: CAPACITAR

presentan un avance constante en los medios gráficos, televisivos, radiales y sobre todo, electrónicos. Inter-net es el gran conductor de lo que vendrá, reflejando el mundo real de manera virtual. A la hora de comunicar, la red de redes presenta ventajas como el acceso a la información, rapidez, comodidad y la posibilidad de crear comunidades como un fenómeno tecnológico que demuestra suma utilidad. Si los medios tradicionales reflejan la realidad, ésa misma se manifiesta de manera electrónica y ésta su vez se convierte en un espejo compilador de

toda la información que se genera. Las distancias se acortan y la noticia fluye inmediatamente. De esta manera, imaginar lo que vendrá en comunicación agropecuaria deberá estar ligado obligatoriamente a Internet como el cuarto pilar del periodismo, con el desafío de generar sus propios contenidos. Se dice que el sector agro-industrial es el sector económico del futuro, y por ende los periodistas agropecuarios seremos los comunicadores de lo que vendrá.

BIBLIOGRAFÍA

> HISTORIA DEL ALAMBRADO EN LA ARGENTINA. NOEL H. SBARRA	> CRÓNICAS DEL CARAPACHAY. DOMINGO F. SARMIENTO
> ANUARIO CÍRCULO ARGENTINO DE PERIODISTAS AGRARIOS.	> MEMORIAS DEL CONSULADO. MANUEL BELGRANO
> LA AGRICULTURA, GANADERÍA E INDUSTRIAS COLONIALES. EMILIO CONI	> EL TEMPE ARGENTINO. MARCOS SASTRE
	> CRÓNICAS DEL CAMPO ARGENTINO. JOSÉ ANDRÉS CARAZZONI

