



- ¿Qué representaciones de lo agropecuario, lo agrario y lo rural construye el periódico especializado más masivo de Argentina?
- ¿Qué mecanismos textuales son utilizados en la noticia y otros géneros de *Clarín Rural*?
- ¿A qué clase de objeto sociocultural corresponde este “suplemento agropecuario”?
- ¿Por qué esta masiva publicación privilegia ciertos temas y encuadres en su mensaje hacia el campo?
- ¿Qué estrategias textuales utiliza en el tratamiento de las noticias sobre agrotecnologías?
- ¿Codifican sus notas de opinión intereses agrarios específicos, es decir, adscriben a determinados discursos rurales?
- ¿Cómo estos dispositivos textuales establecen ciertos énfasis de sentido y configuran determinados lectores imaginarios?

Este libro propone respuestas a estos interrogantes básicos y otras preguntas puntuales sobre una mediatización de las ruralidades con escasos estudios en el espacio iberoamericano.

INDICE

PRÓLOGO I	11
PRÓLOGO II	13
PRÓLOGO III	15
PRESENTACIÓN	19
CAPÍTULO I	
UNA PROBLEMÁTICA DE MEDIATIZACIÓN DE LAS RURALIDADES	23
CAPÍTULO II	
TEORÍA, MÉTODO Y EMPIRIA.	
LOS ESTUDIOS SOBRE LA PRENSA AGRARIA	27
1. Las textualidades de la prensa agraria: Alcances de la investigación previa	28
2. Concepción y estrategia metodológicas: el suplemento agrario, una textualización entre el contenido y el discurso	33
CAPÍTULO III	
¿CUÁL(ES) RURALIDAD(ES)?	
UNA TEORÍA EN (RE)CONSTRUCCIÓN	41
CAPÍTULO IV	
ESTRUCTURA DE UN OBJETO CULTURAL: EL «SUPLEMENTO AGROPECUARIO» NACIONAL	55
CAPÍTULO V	
UN CAMPO DE REPRESENTACIONES AGRARIAS.	
EL AGRONEGOCIO COMO MENSAJE HACIA EL MUNDO RURAL	65

1. El «agronegocio» como ruralidad acotada. Temas y significados emergentes de una noticia agraria	66
1.1. Los temas destacados del «suplemento agropecuario» nacional	72
1.2. ¿Qué dice <i>Clarín Rural</i> en la nota de tapa?	73
1.3. El «agribusiness» como trama semántica subyacente	96
2. ¿Un periódico «nacional»? Representaciones de los espacios rurales en la prensa especializada	99
 CAPÍTULO VI	
PRENSA AGRARIA E IMAGINACIÓN TÉCNICA. UNA ESTRATEGIA TECNODIFUSORA	111
1. Un énfasis tecnológico en el tratamiento de la noticia rural	119
2. «Vanguardia tecnológica», una mediatización de la difusión de tecnologías	123
3. Dispositivos textuales de una estrategia tecnodifusora de la prensa agraria.	127
4. El dispositivo tecnodivulgador «productor de punta»: diseño, razonamiento y agentes textuales	131
4.1. El diseño de una noticia tecnoagropecuaria	132
4.2. Un razonamiento clave del dispositivo tecnodivulgador	135
4.3. La construcción mediática del agente de desarrollo rural	141
5. Horizonte tecnológico y consejo práctico: dos componentes del imaginario tecnoagrario	147
6. Sobre la imaginación tecnológica de la prensa agraria	153

CAPÍTULO VII

UN DISCURSO DESDE EL CAMPO.

AGRARISMO COMO IDEOLOGÍA PARA UN AGRO MUNDIALIZADO 157

1. Agrarismos: discurso e ideología en la opinión de la prensa agraria 160
2. Ideología, producción cultural y comunicación mediatizada 165
3. Las representaciones como sistema discursivo: un agrarismo emergente y renovado 170
4. La trama discursiva agroindustrial: estructuración, interpelaciones e ideología 174
 - 4.1. Las redes de una trama discursiva agrarista 175
 - 4.2. Una interpelación múltiple de discursos críticos 193
 - 4.3. Huellas de una ideología agrarista autocontenida (y escindida) 204
5. Lector específico o característico de *Clarín Rural* 211

CAPÍTULO VIII

REPRESENTACIONES Y LECTORES TEXTUALIZADOS DE LA PRENSA AGRARIA NACIONAL 215

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN 221

CUADROS

- A. Método del análisis textual: Estructura y perfil de suplementos rurales 243
- B. *Clarín Rural*, 2000-2008. Principales Secciones Fijas y Eventuales del Periódico 244
- C. Metodología de Análisis Semántico de Notas de Tapas de Suplementos Rurales 245

D. <i>Clarín Rural</i> , 2003-2004. Notas de Tapa con Dispositivos Textuales Tecnodifusores	246
---	-----

TABLAS

1. <i>Clarín Rural</i> , 1997-2005. Agroproductos Publicitados según Frecuencia de Publicación	249
2. <i>Clarín Rural</i> , 1997-2005. Secciones según Frecuencia de Publicación	251
3. <i>Clarín Rural</i> , 1997-2005. Notas de Tapa según Tema	252
4. <i>Clarín Rural</i> , 2002. Nota de Tapa según Espacio Agrario de Referencia	254

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Planilla I. Matriz de Análisis Estructural del Suplemento Rural	257
Planilla II. Registro para Notas de Tapa de <i>Clarín Rural</i> con Dispositivo Tecnodivulgador «Productor de Punta»	258

TEXTOS PERIODÍSTICOS ANALIZADOS

A. <i>Clarín Rural</i> , 13/12/03, Página 1, Nota de tapa, «Granos en la terraza»	263
B. <i>Clarín Rural</i> , 13/12/03, Página 10, Continuación nota de tapa, «Con granos en la terraza»	264
C. <i>Clarín Rural</i> , 13/12/03, Página 11, Continuación nota de tapa, «Una de desagües y terrazas»	265
D. <i>Clarín Rural</i> , 21/10/06, Página 15, Entrevista, «La Revolución Verde va por más»	266
E. <i>Clarín Rural</i> , 13/04/03, Página 3, Artículo de opinión, «La vaca argentina no da más leche»	267