

# La mediatización de una agrociedad latinoamericana. Consumos de televisión dentro y fuera del hogar

Edgardo Luis Carniglia

Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina

ecarniglia@hum.unrc.edu.ar

Recibido: 5/7/2019 / Aceptado: 6/2/2019

doi: 10.26439/contratexto2019.n031.3892

---

RESUMEN. La interrelación entre los procesos modernos de urbanización y mediatización constituye una clave sociocultural de América Latina en el siglo XXI. La mediatización de la vida cotidiana, expresada aquí a través del consumo de televisión, atraviesa los diferentes espacios urbanos: megalópolis, ciudades grandes, urbes medianas y pequeñas localidades. En particular, este texto muestra cómo el consumo de televisión también se despliega, en un escenario de transición digital, en la agrociedad de Argentina, un específico territorio híbrido conformado por la interpenetración de rasgos urbanos y rurales. Este estudio comprende tres operaciones de una estrategia de convergencia o triangulación metodológica: a) la discusión sobre los antecedentes, la pertinencia y la relevancia de la noción de “agrociedad” en el marco de la teoría sociocultural para desentrañar sus implicancias en los estudios sobre la relación entre comunicación, medios y territorios urbanos; b) el análisis de datos secundarios cuantitativos en serie sobre los consumos de televisión en los hogares de una particular configuración urbana como la ciudad de Río Cuarto (Córdoba, Argentina), y c) una exploración etnográfica de otros lugares de esta urbe mediana que describe ciertos modos de exposición a la televisión también cotidianos y externos a los espacios domésticos.

*Palabras clave: mediatización / América Latina / agrociedad / consumo / televisión*

---

## ***The mediatization of a Latin American agro-city. Television consumption inside and outside households***

**ABSTRACT.** The interrelationship between the modern processes of urbanization and mediatization is a sociocultural key of Latin America in the 21st century. The mediatization of everyday life, expressed herein through the consumption of television, crosses different urban spaces: megalopolises, large cities, medium-sized cities and small towns. In particular, this text shows how television consumption is also deployed in a scenario of digital transition, the agro-city of Argentina, a specific hybrid territory made up of the integration of urban and rural features. This study includes three operations of a methodological convergence or triangulation strategy: a) the discussion of the background, relevance and significance of the “agro-city” notion within the frame of the sociocultural theory in order to understand its implications on studies about the relationships between communication, media and urban territories; b) the analysis of serial quantitative secondary data on television consumption in the households of a particular urban configuration such as the Río Cuarto town (Córdoba, Argentina); and c) an ethnographic exploration of other places within this medium-sized urban area that describes certain ways of exposure to television also given on a daily basis and outside households.

*Keywords: mediatization / Latin America / agro-city / consumption / television*

---

## Introducción: urbanización y mediatización en la modernidad avanzada periférica

*Una ciudad es una sociedad que tiene nostalgia de una comunidad.*

Renato Ortiz Pizarro (2013)

**S**i en el territorio de la ciudad moderna del siglo **xxi** una de las principales actividades consiste en mirar y ser mirados, cabe identificar los ubicuos consumos de la televisión dentro y fuera del hogar en las diferentes formas de aglomeración urbana, y en particular en la agrociedad latinoamericana, como una experiencia básica de la vida contemporánea.

Como sostiene Gorelik (2002), una articulación entre capitalismo, Estado, sociedad y territorio define la modernidad urbana desde la segunda mitad del siglo **xix** traduciéndose en una triple tensión: hacia fuera en el territorio desde la expansión urbana, hacia adentro en la sociedad para la integración social y hacia delante en el tiempo con la idea de proyecto. Así, la elaboración de los llamados planes estratégicos urbanos constituye una de las experiencias actuales de la muy difícil convergencia entre estas tensiones urbanas (Busso y Carniglia, 2013).

La modernidad avanzada periférica implica para América Latina la constitución de unas complejas sociedades. Estas, desde una perspectiva de muy largo plazo, se conformaron y tienden a conformarse como configuraciones que son al mismo tiempo: a) heterogéneas económicamente, b) fragmentadas socialmente, c) turbulentas políticamente, d) híbridas culturalmente y e) desequilibradas territorialmente. A su vez, en términos de la comunicación mediatizada, una de las claves de la cultura contemporánea, dichas sociedades muestran una hegemonía de los sistemas mercantiles concentrados y un predominio de los consumos culturales centrados en la televisión (Carniglia, 2010; 2016).

La constitución de sociedades latinoamericanas con esta compleja configuración nada tiene de natural sino que obedece a los particulares procesos históricos por los cuales las naciones del subcontinente vivieron y viven como periferia las grandes transformaciones modernas, o sea, tanto las revoluciones constitucionales en el sentido político como la industrialización en el sentido económico (Zanatta, 2014). Así, por ejemplo, a diferencia del mundo europeo, la América poscolombina se inició en el espacio urbano y solamente a partir de este específico territorio se promovió el desarrollo de las actividades agrarias (Villavicencio, 2011).

En estas condiciones de la modernidad avanzada periférica la ciudad nunca es única (Clemente, 2014; Marcús, 2011) ni tampoco deja de constituirse desde

una historia específica (Harvey, 2014) y por sus relaciones con otros espacios urbanos y/o rurales (Cimadevilla y Carniglia, 2010; Cloquell, 2014; Hernández, Fossa y Muzi, 2013). Cabe entonces una perspectiva de los territorios urbanos en el siglo XXI atenta a la condición histórica, fragmentada y relacional de cada configuración urbana.

Las ciudades son abordadas ampliamente desde las diversas disciplinas de la sociedad, la cultura y los seres humanos, pero prevalecería un abordaje unidimensional. Así, la ciudad es concebida alternativamente como núcleo del desarrollo industrial y la concentración capitalista (Gorenstein, Landriscini y Hernández, 2012), como texto resultante del acelerado intercambio de mensajes (Di Felice, 2012), como espacio social diferente del rural (Cimadevilla y Carniglia, 2010), como enclave desplegado a lo largo del tiempo histórico (Sennett, 2010; Harvey, 2014), como discurso ficcional alternativo que constituye espacios para los deseos sociales (Heffes, 2008) y como tensión de la narrativa latinoamericana entre una ciudad real —tomada y bárbara— y una ausente —imaginaria y futura— (Villavicencio, 2011), entre otras perspectivas.

Con todo, emerge en el siglo XXI la necesidad de un tratamiento situado de la estructura y la dinámica urbanas que habilite para el conocimiento, la crítica y la acción respecto de un ambiente y un territorio, a la ciudad, que predomina crecientemente en la experiencia cotidiana de los sujetos contemporáneos. La Argentina, a menudo considerada como un país de desarrollo intermedio, concentra alrededor de un 90 % de su población en diferentes manifestaciones de la aglomeración urbana: megalópolis, ciudad intermedia, ciudad mediana, ciudad pequeña y pueblos.

La modernidad avanzada comprende —incluso en las sociedades periféricas— los simultáneos procesos de globalización, urbanización, individualización y mediatización, entre otras dinámicas de la vida cotidiana. La mediatización generalmente alude a los procesos a través de los cuales los elementos centrales de una actividad social o cultural, como la política, la religión y la educación, resultan influenciados por y dependientes de los medios de comunicación. La importancia de estos se relaciona con su presencia dentro de la sociedad como una institución semiautónoma y al mismo tiempo integrada en otras instituciones sociales (Hjarvard, 2008; 2012; Carniglia, 2016).

La vida urbana en la modernidad periférica también ocurre atravesada por la experiencia con los medios de comunicación. Así, los sujetos no solo residen en las diversas ciudades sino que también su actividad diaria contempla, por ejemplo, el consumo sistemático de medios de comunicación, entre los cuales se destaca la televisión con sus varios géneros y modalidades. De este modo, los habitantes urbanos viven como *en estado de televisión*. Acaso en la ciudad moderna

la principal actividad todavía sea mirar y ser mirados, una experiencia respecto de la cual la televisión instituye uno de los modos predominantes.

En consecuencia, cabe un análisis sociocomunicacional de las ciudades de la región pampeana argentina y de los consumos mediáticos de la población urbana que no reproduzca cierta tendencia unidimensional y dicotómica de la teoría social. Es decir, dado que el interior de la pampa argentina se caracteriza históricamente por el predominio de la agricultura ahora globalizada bajo el modelo del agronegocio, corresponde asumir una perspectiva sobre la posibilidad de hibridaciones o mixturas en el despliegue de los sistemas urbanos que, como se dijo, siempre se constituyen dinámicamente en referencia a un contexto multidimensional.

En este sentido, volver a discutir el concepto de “agrociedad”, en general acotado al reconocimiento de aquellos espacios urbanos con predominio de la actividad agroindustrial, parece pertinente para analizar, desde una perspectiva relacional e histórica, varias ciudades de dicha región conformada por las provincias de Buenos Aires, Córdoba, Entre Ríos, La Pampa y Santa Fe. Al mismo tiempo, cabe identificar la especificidad de los consumos culturales mediatizados de estos particulares territorios en algún sentido “rurbanos”, o sea al mismo tiempo urbanos y rurales.

Así, este texto pone en relación los hegemónicos procesos de urbanización y mediatización para mostrar cómo el consumo de televisión dentro y fuera del hogar, una de las experiencias de la mediatización de la vida contemporánea, también atraviesa con características particulares a un específico territorio conformado por la interpenetración de los rasgos urbanos y rurales.

### **Metodología: una estrategia de convergencia**

Un estudio con estos propósitos y pertinente en cuanto a los recursos disponibles comprende al menos tres conjuntos de operaciones integradas. En consecuencia, se privilegia una metodología de convergencia o triangulación, concebida como una estrategia o un plan de acción de conocimiento que combina en una misma investigación varias observaciones, perspectivas teóricas, fuentes de datos y metodologías, favoreciendo su complementación (Vasilachis, 1992). Por un lado corresponde la discusión teórica sobre los antecedentes, la pertinencia y la relevancia de la noción de “agrociedad” en el marco de los estudios socioculturales para desentrañar sus implicancias en los estudios sobre la relación entre comunicación, medios y territorios urbanos. Por otra parte, en el plano empírico se analizarán datos secundarios cuantitativos de un estudio en serie sobre los consumos de televisión en los hogares

de esta particular configuración urbana. Este relevamiento se realizó en siete ocasiones entre 1996 y 2017 a partir de una encuesta a la población de Río Cuarto (Córdoba, Argentina) mayor de dieciocho años comprendida en una muestra de aproximadamente 500 casos, según cuotas por sexo y edad, consultada en viviendas urbanas seleccionadas por muestreo sistemático y ubicadas en conglomerados homogéneos estratificados por nivel socioeconómico (Grillo, Rusconi y Bosco, 2004). Finalmente, una preliminar exploración etnográfica de otros lugares urbanos describirá ciertos modos de exposición a la televisión también cotidianos y externos a los espacios domésticos.

### **Resultados (1): de la agrociedad, sus condiciones y sus modos**

*La presencia de la dimensión rural en la urbana  
se mantiene en la penumbra  
debido a algunos discursos  
que tratan de ocultarla  
al momento de conceptualizar el mundo urbano.*

Saskia Sassen (2014)

Si la concepción de los problemas u objetos de estudio bajo fórmulas dicotómicas, sincrónicas, unidimensionales y de funcionalidad acotada constituye a veces un rasgo de las disciplinas de la sociedad, la cultura y los seres humanos, la emergencia y evolución de los estudios sociales mostraría dicha característica como una condición significativa que tiende a disolverse cuando crece, en las últimas décadas, la reflexividad sobre los sujetos, objetos, instrumentos y contextos de la investigación sociocultural.

La dicotomía atraviesa particularmente la teoría sobre la ciudad y el campo. Por un lado, Edel (1988) reconocía, hacia fines de la década de 1980, que los estudios urbanos latinoamericanos se organizaron durante mucho tiempo en torno a dicotomías. Dado que la investigación privilegió las diferencias antes que las semejanzas y las relaciones entre los fenómenos sociales, la forma más simple de taxonomía se desplegó en dicotomías como tradicional/moderno, urbano/rural y formal/informal. Asimismo, Cloquell (2014) destaca que luego de los procesos de desruralización que casi despoblaron el campo de la pampa argentina, las fronteras entre el campo y la ciudad en esta región se diluyen no solo físicamente, generando espacios de significación distintos a los de la dicotomía entre lo rural y lo urbano. Por otra parte, Cecchini (2010) recuerda que en América Latina y otras regiones del mundo existen distintas concepciones oficiales sobre

qué se entiende por urbano y rural. En particular, en Argentina, desde 1914, se considera como urbana a toda población aglomerada de 2000 o más habitantes.

Más allá de las distintas definiciones oficiales sobre lo rural y lo urbano, una perspectiva relacional y dinámica de los territorios de la modernidad periférica es sensible a los procesos de territorialización, desterritorialización y reterritorialización. Desde esta mirada en la conceptualización de la agrociudad se consideran al mismo tiempo criterios como la cantidad de habitantes, la función, la historia, la ubicación en la red regional/nacional/global, el ambiente y los imaginarios locales. Así por ejemplo, una reciente definición prioriza los dos primeros criterios para concebir a la agrociudad como la unidad de entre 5000 y 35 000 habitantes, compuesta por el área urbana de referencia más el espacio rural sobre el cual ella gravita organizativamente (Hernández, Fossa y Muzi, 2013). Son los centros urbanos a los cuales se articulan la actividad agropecuaria y el resto de los sectores productivos y de servicios (industriales, administrativos, judiciales, etcétera) que organizan la dinámica del territorio. Con esta concepción se asume un predominio de la localización urbana en la gestión de una agricultura tendencialmente industrializada de la pampa argentina (Cloquell, 2014).

Sin embargo, una concepción más compleja de la condición urbana contempla, según se dijo, la pertinencia de otros criterios complementarios para la definición de la agrociudad. Así, una mirada histórica de largo plazo indica que muchas de las actuales ciudades de la pampa argentina surgieron o se redefinieron al ritmo de una agricultura argentino-pampeana (Hernández y Carbonari, 2012), tempranamente mundializada en el último tercio del siglo XIX y modernizada hacia fines del siglo XX desde un extenso proceso de crecimiento con exclusión, donde el modelo del agronegocio es la pauta hegemónica. Así, Busso y Carniglia (2013) identifican cuatro etapas de la configuración del Gran Río Cuarto, una aglomeración rurbana de tres localidades que opera como un centro de comercio y servicios de una amplia región, los cuatro departamentos del sur de la provincia de Córdoba con predominio de la actividad agropecuaria extensiva y, en consecuencia, una baja capacidad histórica de generación de trabajo directo<sup>1</sup>.

Una mirada geopolítica sensible a la creciente globalización contemporánea considera también a la agrociudad como un nodo de una red de ciudades de diferentes países e incluso continentes cuya interconexión facilita la circulación de los productos de una agricultura crecientemente globalizada como la desplegada en la pampa argentina. De este modo, la ciudad de Río Cuarto constituye

---

1 Estas fases comprenden: a) la formación y colonización (1786-1880), la expansión demográfica agroexportadora (1881-1930), la modernización urbana con cobertura de infraestructura (1931-2001) y la aglomeración como polo regional de comercio y servicios (2002 en adelante).

un punto de vinculación entre los puertos de los litorales atlánticos y pacíficos de América del Sur (Busso y Carniglia, 2013), o sea un lugar estratégico en el cual se combinan intereses locales, nacionales y globales. Las condiciones ambientales, por ejemplo las características de los suelos pampeanos, instalan otro criterio de configuración de la agrociedad. La temprana conformación de una agricultura mercantil y mundializada en la pampa argentina se facilitó porque los actores sociales, y en particular el capital global y local, contaron hasta la actualidad con una amplia disponibilidad de diversas tierras fértiles para la actividad agropecuaria. La región pampeana es una inmensa planicie de entre 52 y 55 millones de hectáreas, distribuidas entre cinco provincias centrales de Argentina, que concentra actualmente tanto la mayor parte de la población del país cuanto la producción de *commodities* como la soja, el maíz y la carne bovina.

Como se dijo, los imaginarios de lugar también instalan nociones sobre la agrociedad. Demarchi (2014) identifica algunos indicios de la mediatización de ciertos rasgos de la condición rurbana de la ciudad de Río Cuarto. Su reciente estudio se origina en investigaciones previas sobre el tratamiento de la prensa local acerca de los “cirujas”, unos actores rurbanos, o sea una mixtura entre lo rural y lo urbano, que utilizan carros tirados por caballos en, entre otras actividades, la recolección y el reciclado de residuos sólidos dentro de los ejidos urbanos (Cimadevilla y Carniglia, 2010). Entre los resultados del análisis sobresale que esta prensa vincula la visible presencia de dichos actores con la pobreza, los riesgos sanitarios y los problemas de tránsito. En consecuencia, esta mediatización de los diarios locales interpela a una de las manifestaciones de la condición rurbana y a otros emergentes sociales, correspondientes a tres momentos del siglo xx, desde un imaginario naturalizado que considera a la ciudad como exclusivamente moderna.

### ***La agrociedad y sus matices***

La discusión previa enfatiza, entre otros aspectos, la necesidad de una mirada renovada para entender la relación entre lo rural y lo urbano en contextos de modernidad avanzada periférica. Así, el concepto de agrociedad postula que la estructura y la dinámica de la concentración urbana se definen por una lógica particular de vinculación entre el campo y la ciudad. El análisis del núcleo urbano alcanza una orientación más compleja si se considera cómo, en una determinada región social agraria de Argentina, el campo condiciona la forma y la dinámica de la ciudad y al menos a algunos de sus actores, permitiendo diversas integraciones en unas formaciones “rurbanas” (Cimadevilla y Carniglia, 2010).

La manifestación de la agrociedad muestra varias situaciones en contextos como la región pampeana argentina. Un caso es la configuración de *ciudades agroindustriales*, es decir espacios urbanos con predominio de las



empresas especializadas en la transformación de las materias primas agropecuarias (cereales, oleaginosas, carne y leche principalmente) y/o en la producción de instalaciones, equipos e insumos para la agricultura (máquinas, semillas, agroquímicos, etcétera). Esta situación corresponde a algunos enclaves agroindustriales vinculados al procesamiento de oleaginosas, principalmente la soja, pero también el girasol y el maní, emergentes desde la década de 1980 en distintos ámbitos de la pampa argentina<sup>2</sup>.

Un segundo matiz de la agrociedad corresponde a aquellas aglomeraciones urbanas que no siempre serían ciudades en el estricto sentido legal, porque su población no supera aún los 10 000 habitantes, pero que desempeñan un papel clave como un lugar de residencia de los grupos domésticos de productores y trabajadores agropecuarios y como el nodo más cercano de la red o trama urbana de intermediación de la producción de granos, carne y leche. Estos *pueblos rurales* (Cloquell, 2014) comprenden a varios lugares de la pampa argentina que operan como soporte material de la gestión de la producción, el transporte y la comercialización de la agricultura globalizada; como el hábitat de productores y trabajadores tanto rurales como industriales y de servicios, y como localidad situada en un espacio socioeconómico fuertemente relacionado con la actividad de las explotaciones agropecuarias próximas.

Otro modo de las agrociedades se conforma con aglomeraciones urbanas de mayor porte, en este caso ciudades entre *medianas* e *intermedias* que funcionan como centro de comercio y servicios de un territorio regional en cuya economía predomina la actividad agropecuaria, en especial la agricultura y la ganadería extensivas con, como se dijo, una baja capacidad histórica de generación de empleo directo. Esta configuración de la agrociedad casi no ha sido objeto de los estudios sociales y comprendería varias situaciones de las cinco provincias argentinas que conforman la región pampeana.

En la enorme planicie pampeana hay un subconjunto de ciudades, quizás más fácil de definir por lo que no son, antes que por la afirmación de algunos de sus rasgos. Esas ciudades no constituyen una megalópolis porque en Argentina hay una, única y hasta ahora irremplazable. Estas configuraciones tampoco representan necesariamente ciudades intermedias, es decir localizaciones de puertos fluviales y marítimos importantes (Bahía Blanca, Mar del Plata, Rosario) y/o de la capital de alguna unidad político-administrativa provincial (Santa Fe, Córdoba, Paraná, La Plata), ni configuran necesariamente urbes industriales. La población de estas ciudades oscila aproximadamente entre los 30 000 y 150 000 habitantes

---

2 En el sur de la provincia argentina de Córdoba, la región de referencia en este texto, estas agrociedades alcanzan su manifestación más relevante en la localidad de General Deheza.

y cada una de ellas conforma a menudo un núcleo de servicios y comercio en áreas de la región pampeana con predominio de las actividades agropecuarias, agrarias y agroindustriales.

Como particular agrociedad, Río Cuarto es la cabecera de la región sur de la provincia de Córdoba que comprende los departamentos General Roca, Juárez Celman, Presidente Roque Sáenz Peña y Río Cuarto. Como una urbe mediana con aproximadamente 160 000 pobladores, constituye un caso típico de esta tercera modalidad de la agrociedad y representa un núcleo urbano de importante crecimiento poblacional con una significativa capacidad captadora de población en el sur provincial, ya sea por migración interurbana o rural-urbana.

La migración rural hacia la agrociedad desde la segunda mitad del siglo xx provino en parte de una disminución muy significativa de las unidades productivas agropecuarias de la región, que aconteció dentro de un proceso, aún en curso, de profundización del capitalismo en el campo cordobés (Carniglia, 2012). Los principales cambios en el uso de la tierra incluyen una agriculturización basada en la expansión del cultivo de soja, la nueva tecnología agrícola (semillas transgénicas, máquinas digitalizadas, agroquímicos y siembra directa, entre otras), una renovada modalidad de ganadería (engorde en corral) y la emergencia de nuevos actores agrarios (contratistas, *pool* de siembra e inversores extranjeros) junto a la redefinición de los sujetos rurales tradicionales. Estas transformaciones aumentaron significativamente la producción de cereales y oleaginosas que al menos se duplicó entre las campañas agrícolas de 1984-1985 y 2016-2017. Sin embargo, esta significativa modernización agrícola contiene una notoria reducción de los establecimientos agropecuarios, en especial de dimensiones pequeñas (menos de 500 hectáreas para la región), que implica la expulsión del campo y, en numerosas ocasiones, la exclusión social para ciertas categorías rurales, como los agricultores familiares y los trabajadores dependientes y sus núcleos domésticos asociados<sup>3</sup>.

Por otra parte, la situación contemporánea del empleo en la ciudad de Río Cuarto destaca al núcleo urbano como un centro de servicios y comercio de una región circundante con predominio de las actividades agropecuarias. Cimadevilla y Carniglia (2010) indican que al menos la mitad de los ocupados trabajan en las actividades de servicios y comercio, en ese orden de importancia, y que estas actividades, junto a la industria y la construcción, concentran a más del 70 % de los ocupados. Al mismo tiempo, una proporción de la población de esta ciudad, poco significativa cuantitativamente, se ocupa de la producción

---

3 En consecuencia, desde comienzos del siglo xxi alrededor del 80 % de la población de los cuatro departamentos o distritos de la región sur de Córdoba reside en los diversos territorios urbanos.

agropecuaria conformando otro rasgo de la articulación entre el campo y lo urbano en el contexto regional: la experiencia de “trabajar en el campo y vivir en la ciudad”. En términos generales, el empleo en esta agrociedad también comprende alrededor de un 40 % de trabajadores informales, una de las proporciones más altas de Argentina (*Puntal*, 14/9/17, p. 5; 20/3/18, p. 7; 17/6/18, p. 6).

Ciertas expresiones socioculturales reiteradas ilustran también esta relación entre la ciudad y el campo en la principal urbe del sur de Córdoba. Cualquier recorrido en taxi permite escuchar de su conductor que “la ciudad anda bien cuando el campo está bien”. Así se tematiza a la ruralidad como un espacio productivo clave para la vida regional, al mismo tiempo que un territorio bajo condiciones de trabajo y de vida que implican esfuerzos y sacrificios importantes. Otro indicio también elocuente de esta particular formación urbana es la tradicional “exposición rural”, el evento anual de mayor convocatoria en Río Cuarto organizado desde hace ocho décadas por la más poderosa organización regional de productores agropecuarios<sup>4</sup>.

## **Resultados (2): el consumo de televisión en hogares de una agrociedad pampeana**

El estudio sobre la televisión comprende un análisis de la estructura, el contenido y las formas de un complejo medio de comunicación en el dinámico ambiente de la transición digital dentro de unas sociedades contemporáneas crecientemente mediatizadas.

La teoría sobre la televisión oscilaría actualmente entre el ensayo para el debate de ideas y la teoría más o menos sistemática, es decir la formulación de conceptos y proposiciones relacionada con evidencia empírica recogida y analizada metódicamente (Corner, 1997). Ejemplos del debate intelectual sobre la televisión y su papel en la sociedad, la política y la cultura son desplegados por Bourdieu (1997) y Sartori (1998) para el caso europeo, y Landi (1993), Sarlo (1992) y Piscitelli (1998) respecto de Argentina. Corner (1997) destaca en este contexto la necesidad de profundizar la orientación sistemática de la teoría sobre la televisión desde una perspectiva de *proceso* que no soslaye los aspectos discursivos, tecnológicos e institucionales del estudio de este medio de comunicación clave en los consumos culturales contemporáneos.

---

4 Este encuentro, concebido como una “fiesta del campo en la ciudad”, comprende actividades productivas, comerciales y artísticas, entre otras, que aglutinan en septiembre de cada año a más de 100 000 visitantes provenientes de las ciudades, los pueblos y las muy despobladas áreas rurales de esta región (*Puntal*, 14/9/17, p. 5; 20/3/18, p. 7; 17/6/18, p. 6).

En este sentido, desde la perspectiva de la mediatización de la vida contemporánea se concibe a la televisión como un medio de comunicación, o sea, una institución tecnosignificante situada en las condiciones de la modernidad avanzada periférica. Esta mirada enfatiza las cuestiones de interacción e interdependencia por las cuales la televisión constituye tanto una agencia de información pública y conocimiento cuanto un espacio de cultura popular y entretenimiento, al tiempo que esta misma perspectiva también destaca los procesos de producción y consumos televisivos. Asamen y Berry (1998), por otra parte, indican que en el plano metodológico corresponde a una perspectiva con esta orientación una colaboración de esfuerzos desde perspectivas diversas, por ejemplo cuantitativas y fenomenológicas, para generar respuestas científicamente válidas y contextualmente relevantes.

Aunque la televisión surgió en Argentina en la década de 1950, recién se instaló en Río Cuarto durante 1964, adoptando un modelo de circuito cerrado desarrollado en Pennsylvania (Estados Unidos) a partir de un emprendimiento de veinte empresarios locales ávidos por incentivar la venta de televisores (Carniglia, 1999). Medio siglo después, esta ciudad dispone de un servicio de televisión gratuita, un emergente sistema de televisión digital también sin cargo y otras tres modalidades de televisión con pago por períodos de conexión. Un canal de la televisión hertziana emite diariamente programación propia, especialmente noticieros diurnos y nocturnos de una hora cada uno, y de un canal de Buenos Aires, la capital argentina situada a seiscientos kilómetros al este de dicha agrocuidad. La emergente televisión digital comprende dieciséis canales cuya transmisión local comenzó en junio del 2014. El sistema de televisión por cable cuenta con dos opciones, una de las cuales pertenece a una cadena nacional. Ambas señales comprenden alrededor de sesenta y cinco canales nacionales e internacionales con programación diversa: cine, música, documentales, noticias, infancia, deportes, artes y espectáculos, ruralidad, educación, economía, género, series norteamericanas y señales de aire o satelitales de origen local, provincial, nacional e internacional. Finalmente, una empresa transnacional ofrece a los televidentes un servicio de televisión satelital también con numerosas alternativas de programación y otros servicios. El precio del abono mensual a los diferentes sistemas de televisión de paga oscila entre los treinta y cien dólares estadounidenses, según la cotización oficial de marzo del 2018.

Por otra parte, el *consumo* de televisión se concibe como el conjunto de los procesos en que se realizan la apropiación y los usos situados de los productos televisivos. A su vez, una definición más operativa distingue entre las prácticas, las representaciones y los usos del consumo de medios de comunicación. El consumo como práctica consiste, en general, en la actividad sensorial y relativamente consciente por la cual los seres humanos, es decir mujeres y hombres, (re)producen tanto las condiciones materiales y simbólicas cuanto las relaciones

sociales de la vida cotidiana situada. Las representaciones son condensaciones y cristalizaciones de significados, realizadas en y a través de sistemas simbólicos que son constitutivas de la vida en sociedad y poseen además un carácter performativo, o sea la capacidad de acción a través de los lenguajes. Los usos se relacionan con el para qué o los fines de la exposición a los medios de comunicación, sean instrumentales, estéticos y de entretenimiento, entre otros.

En este sentido, otra perspectiva reconoce que, dada la ubicuidad del consumo televisivo en una agrociedad como Río Cuarto, cabe emprender relevamientos sobre el consumo de televisión tanto dentro como fuera del hogar pues esta última experiencia es facilitada tanto por la creciente disponibilidad de pantallas en diversos espacios urbanos cuanto por las plataformas digitales. Así, corresponde también emprender el estudio sobre los consumos locales de televisión ahora facilitados por el acceso a internet y sus redes digitales mediante las computadoras, la telefonía móvil y otros dispositivos tecnológicos.

Afortunadamente, como se dijo, un relevamiento local sistemático acerca del consumo de medios de comunicación (televisión, radio y diario), acaso el único conocido sobre una ciudad mediana de Argentina, detalla algunos aspectos de la exposición a la televisión dentro del hogar.

**Tabla 1**  
*Río Cuarto (1996-2017). Hogares según cantidad de televisores (en %)*

Televisores	Años						
	1996	1999	2002	2004	2007	2010	2017
0	1,2	4,5	3,9	5,2	3,6	1,8	1,1
1	54,5	58,0	52,3	55,7	51,8	38,1	26,3
2	36,5	31,4	31,1	27,3	31,8	38,8	38,1
3 ó más	7,8	10,6	12,7	11,6	12,7	21,2	34,5

Fuente: Grillo, Rusconi y Bosco (1996; 1999; 2002; 2004; 2007; 2010; 2017)

Los datos de la tabla 1 muestran una ubicuidad de la televisión, o sea su presencia significativa en la vida cotidiana de los miembros de los hogares de esta particular clase de la agrociedad durante los últimos 20 años. Por un lado, en los siete relevamientos sería insignificante estadísticamente el porcentaje de hogares urbanos sin aparato de televisión. Asimismo, algo más de la mitad de los hogares de Río Cuarto cuenta con un único televisor al tiempo que alrededor de un tercio de los espacios domésticos dispone de dos televisores. En el último relevamiento disponible (2017) aumentó de manera significativa el porcentaje de hogares con dos o más aparatos, sumando al menos un 72,8 % de las viviendas.

**Tabla 2****Río Cuarto (1996-2017). Hogares con servicio de televisión paga (en %)**

Abono a TV paga	Años						
	1996	1999	2002	2004	2007	2010	2017
Con abono	73	68	68,6	73,7	76,6	79,8	88,1
Sin abono	27	32	31,4	26,3	23,4	20,2	11,9

Fuente: Grillo, Rusconi y Bosco (1996; 1999; 2002; 2004; 2007; 2010; 2017)

Otros significativos indicios recurrentes sobre la posición de la televisión en los hogares de la agrociedad a lo largo del período 1996-2017 son presentados en la tabla 2: un altísimo porcentaje de los espacios domésticos, superior a las tres cuartas partes en el siglo XXI, cuenta con un abono mensual a la televisión paga por cable o satelital cuyo costo, según se dijo, nunca es inferior a los treinta dólares estadounidenses.

**Tabla 3****Río Cuarto (1996-2017). Sujetos de 18 y más años según cantidad de horas diarias de exposición a la televisión (en %)**

Días y horas		Año						
Días	Horas	1996	1999	2002	2004	2007	2010	2017
Lunes a viernes	0	0,3	0,8	4,8	6,1	4,5	2,3	2,8
	Menos de 2	23,8	23,3	22,5	27,3	23,9	27,6	22,6
	Entre 2 y 4	56,9	49,8	50,7	52,1	55,0	54,1	55,1
	Más de 4	19,0	20,5	22,0	14,1	16,6	16,0	19,6
Sábado	0	14,9	13,5	16,6	22,3	16,8	13,9	15,9
	Menos de 2	31,7	24,3	26,4	30,0	24,8	30,4	28,7
	Entre 2 y 4	42,2	38,8	34,3	30,2	43,1	37,6	38,2
	Más de 4	11,3	18,0	22,5	17,5	15,2	18,1	16,2
Domingo	0	18,7	14,8	17,9	25,0	18,9	15,9	14,9
	Menos de 2	28,1	26,5	27,0	27,3	26,4	32,2	28,9
	Entre 2 y 4	38,2	38,5	33,2	29,8	37,8	36,8	39,8
	Más de 4	15,1	14,8	21,8	18,0	17,0	15,1	15,6

Fuente: Grillo, Rusconi y Bosco (1996; 1999; 2002; 2004; 2007; 2010; 2017)

Los datos de la tabla 3 otorgan otras referencias significativas de la incidencia de la televisión en el consumo cultural de los habitantes de la agrociedad durante el extenso periodo del relevamiento:

- Prácticamente todos los sujetos de 18 o más años se exponen a la televisión entre lunes y viernes, pero alrededor de un sexto de los encuestados no ve televisión los fines de semana, esto es, los sábados y domingos, como días en que, en general, se atiende a la televisión durante menos tiempo.
- Alrededor de una cuarta parte de los televidentes asiste a la programación de la televisión menos de dos horas los días laborales, o sea, entre lunes y viernes, al tiempo que los fines de semana los televidentes con menos de dos horas de exposición crecen hasta alrededor del 30 % de dicha población.
- Algo más de la mitad de los televidentes ve televisión en un promedio próximo a las tres horas diarias durante los días laborales y esta frecuencia se reduce un poco, hasta aproximadamente un 40 % de los casos, en los restantes días de la semana.
- Al menos una sexta parte de los encuestados reconoce que mira distintos programas de la televisión durante más de cuatro horas en los diferentes días de la semana.
- Cerca de dos tercios del público local de la televisión se expone a la pantalla de este medio al menos tres horas diarias entre lunes y viernes, así como alrededor de la mitad de los televidentes ve televisión al menos esta cantidad de horas durante los sábados y domingos.

### **Resultados (3): escenas locales del consumo de televisión fuera del hogar**

El paisaje de la agrociedad se transformó, ante una mirada con perspectiva aérea, durante las dos décadas de la transición entre los siglos xx y xxi. Hacia 1990 predominaban todavía en el horizonte urbano las torres o columnas metálicas que sostenían las también visibles antenas de televisión imprescindibles para captar la transmisión televisiva por aire o hertziana. Dos décadas después nada queda en Río Cuarto de dicha infraestructura mediática y en el horizonte citadino se destacan ahora notoriamente las siluetas de los más de seiscientos edificios en torre, con un promedio aproximado de nueve pisos cada uno, contruidos durante la inédita expansión inmobiliaria de la primera década del siglo xxi (*Puntal*, 14/9/17, p. 5; 20/3/18, p. 7; 17/6/18, p. 6). En este sentido, distintos actores de esta expansión o *boom* inmobiliario reconocen que una proporción significativa de la correspondiente inversión provino del excedente económico de la

predominante producción agropecuaria regional que atravesó en dicha década una coyuntura de precios internacionales muy favorables.

En este sentido, si se asume que en la Argentina del siglo *xxi* se vive en estado de televisión, el estudio sobre el consumo de la televisión debe extenderse más allá del ámbito doméstico, habitualmente el hogar. Entonces cabe registrar la amplitud y la diversidad de la exposición a este medio de comunicación en otras situaciones producidas fuera de dicho espacio canónico de las experiencias cotidianas de la mediatización.

Así, desde una observación etnográfica se rescatan algunas escenas de la vida cotidiana fuera del hogar donde distintos sujetos se exponen a la televisión en una agrocuidad con, como se dijo, cierta relevancia sociocultural a nivel de subregión de la pampa argentina. A continuación se presentan situaciones de consumo televisivo en bares, comedores, laboratorios de análisis químicos y biológicos, estaciones de servicio, clubes de barrio, farmacias, clínicas y hospitales, oficinas de servicios públicos, peluquerías, moteles y terminales de transporte, entre otros lugares urbanos. Estas situaciones son observadas y codificadas para sugerir y discutir su relevancia para el estudio conjunto de la urbanización y la mediatización en la Argentina del siglo *xxi*.

### ***El estadio frente a la plaza***

La ciudad adoptó un diseño en forma de damero desde la época colonial en algunos casos, o desde su fundación durante la formación de la Argentina moderna en la transición entre los siglos *xix* y *xx*, en otras ocasiones. Las principales dependencias urbanas pugnaron y pugnan por estar cerca del núcleo central de dicho diseño: para los sujetos de municipalidades, iglesias, bancos, comercios, escuelas, bares y hospitales, entre otros, la posición junto a o en la plaza central representaba y representa una situación de poder dentro de los flujos y la estructura urbanos. A su vez, la mayoría de la población que efectivamente decide sobre el lugar de residencia también se concentra en las viviendas y los edificios céntricos de hasta quince pisos, que conforman, como se dijo, un incipiente horizonte de rascacielos de la agrocuidad pampeana. Así, frente a o muy cerca de la plaza principal, atienden los bares que representaron una vanguardia entre los lugares del consumo de la televisión fuera del hogar. Mucho antes de la instalación de la actual televisión por cable y cuando los públicos locales solo disponían de dos señales de televisión hertziana, una local y otra provincial, en estos bares se reunían los televidentes durante las noches de transmisión en directo de los partidos de fútbol, por ejemplo, los disputados por Boca y River, los equipos más populares a nivel nacional. Los miembros de una audiencia de hasta 30 simpatizantes de ambos clubes presenciaban dentro y fuera de uno de los bares, y en



muchos casos de pie, como si estuvieran en las masivas tribunas populares de los estadios de dichos clubes, el desarrollo de los partidos televisados en color desde 1980 y retransmitidos por la televisión local o provincial. Los alegres gritos de los hinchas ante los goles del equipo de su pasión o los insultos ante la adversidad del resultado desfavorable eran acompañados, en más de una oportunidad, por una mueca de fastidio del propietario y/o el mozo del bar. Estos advertían cómo ese importante número de espectadores no se transformaba en demanda efectiva siquiera de una infusión, una bebida alcohólica, una gaseosa o una comida rápida (empanadas, hamburguesas, emparedados, etcétera). Esos pioneros estadios de telefútbol continúan en actividad pero han sido en parte reemplazados, en la época de la televisión por cable y satelital, por una significativa cantidad de bares que también ofrecen, mediante una consumición mínima, incluso los partidos del *pay per view* televisado del más popular deporte de Argentina.

### ***Comerciantes, rentistas, jubilados y artistas***

La ciudad del interior pampeano no cuenta hasta ahora con un bar temático globalizado. También cerca de la fuente de la céntrica plaza principal se ubica el teatro municipal. Frente a este atiende otra de las instituciones de la ciudad del interior: el bar o, en una versión más glamorosa, la confitería. En el bar que está casi frente a este teatro confluye un heterogéneo grupo de individuos durante las 12 horas de atención al público, de 8 a 13 y de 17 a 24 horas. Ese grupo comprende durante el horario matutino y, en general, diurno a actores de las actividades más visibles de la ciudad —el comercio y los servicios— y a gente con acceso a la televisión en sus hogares, que hace del bar, por ejemplo, un lugar de encuentro con amigos, colegas, familiares y clientes, entre otros ciudadanos. Con el equivalente aproximado de USD 2, según la cotización oficial, aquellos clientes con ingresos suficientes saborean un café con bizcochitos, acuerdan la tasa de interés de un préstamo de dinero en el circuito financiero informal, dialogan un momento algo extenso con conocidos o desconocidos, leen el único diario local y ven parte de la programación de algún canal de televisión por cable o satelital, generalmente los noticieros o los programas deportivos. En los horarios nocturnos, especialmente de los días con espectáculos en el teatro, es decir, de viernes a domingo, es más habitual la concurrencia de artistas y públicos que construyen la tertulia previa y posterior a la obra de teatro, el recital poético, la actuación de músicos y la conferencia, entre otras actividades de una amplia disponibilidad relativa de manifestaciones artísticas y espectáculos en vivo de la agrociedad pampeana.

### ***Pantalla gigante, goles patrióticos y a la calle***

La ciudad del interior pampeano tiene muchos comercios y varias galerías comerciales, pero no cuenta con un gran centro comercial o *mall*. Hasta mediados de los noventa apenas disponía de pocas sucursales de comercios de cadena nacional (supermercados y tiendas) y provincial (electrodomésticos). Luego de ese periodo se instalaron filiales de tres hipermercados, algunas sucursales de comercios especializados (artefactos para el hogar, música envasada, etcétera) y varios negocios bajo el sistema de franquicia (vestimenta, alimentación, tintorería, locutorios telefónicos, etcétera). Con estas incorporaciones, ahora la agrocuidad pampeana se asemeja más a los grandes conglomerados urbanos argentinos. Uno de los acotados centros comerciales instalados comprende un complejo de puestos de comida, una sala de juegos infantiles, otros comercios y cinco micro-cines. En el patio de comida cuatro televisores digitales de 50 o más pulgadas permanecen encendidos varias horas al día. Dado que en la Argentina el fútbol es un código cultural muy compartido, ese sistema se dispuso para la proyección de los partidos del equipo argentino durante el último torneo mundial realizado en Brasil. Muchos estudiantes de la escuela secundaria o media, cuyas clases se suspendían durante los horarios de los partidos de la selección, se concentraban en ese lugar para presenciar los encuentros de un equipo de 23 jugadores argentinos con Lionel Messi como estrella destacada. Aquel día de julio del 2014 en que Argentina derrotó a Holanda por penales, alrededor de 200 jóvenes festejaron un triunfo muy significativo. Tomaron las calles de la agrocuidad recorriendo unos 700 metros desde el patio de comidas hasta la plaza central, para expresar una alegría incontenible con sus camisetas, consignas, cánticos, banderas, gorras y otros elementos. Un eventual pasajero del servicio público de transporte se sorprendió con la llegada del entusiasta grupo a dicha plaza mientras recordaba una acaso emblemática manifestación estudiantil del siglo xx. En mayo de 1969 también los estudiantes, en esa oportunidad los universitarios que acompañaban a los trabajadores, ocuparon las calles de una capital provincial de la pampa argentina para construir “El cordobazo”, una de las más significativas movilizaciones populares de la historia social y política de Argentina.

### ***Entrada, plato principal, bebida, pan y postre***

Salir a “comer afuera” los fines de semana representa una de las prácticas de los hogares de ingresos medios de la ciudad del interior, quizás tan clásica como el asado nocturno de los viernes entre colegas o amigos y el almuerzo dominical de la familia reunida. Esta práctica social se transformó con las recurrentes crisis socioeconómicas: ahora se sale a comer con menos frecuencia, se concurre

a lugares más económicos, se cambia el restaurante por el puesto de comidas rápidas (lomito, hamburguesa, pizza, etcétera) o bien se compra la comida afuera para consumirla dentro del hogar. Así, el vino reserva que en el restaurante cuesta diez dólares —siempre en la dinámica cotización de marzo del 2018—, alcanza la mitad de ese precio en la góndola del almacén de barrio o el supermercado y ahora se degusta con placer doméstico. Sin embargo, también con la crisis se expandió o apenas se hizo más visible, la oferta de restaurantes con precios más accesibles. Uno de estos comedores se ubica estratégicamente, desde febrero de 1996, en el cruce entre una de las avenidas principales y la ruta de la circunvalación oeste de la agrociedad. Allí se puede almorzar o cenar por alrededor de diez dólares algunas opciones de un menú relativamente fijo. En un salón rectangular, con capacidad para cerca de sesenta y cinco personas, se instalaron tres soportes con televisores de treinta pulgadas permanentemente encendidos, uno en cada una de las esquinas no ocupadas por la cocina ni el mostrador de atención a los comensales. Ni los miembros de la empresa familiar que administra el comedor ni su clientela, quizás habitual o eventual, pueden eludir una constante del lugar: la exposición, como centro de la atención o como escenario audiovisual de fondo, a los tres televisores que emiten la señal de un mismo canal mientras haya comensales.

### ***Juego de naipes, aperitivo y fútbol codificado***

Los clubes de barrio y también del micro y macrocentro de la agrociedad pampeana representan un clásico espacio de encuentro y esparcimiento para socios y no socios. Los concurrentes practican allí algún deporte *amateur* (balompié, baloncesto, bochas, vóley, tenis, natación, *rugby*, etcétera) o juegos de naipes con o sin dinero; comparten un aperitivo junto a la discusión político-partidaria o deportiva; participan de almuerzos de conmemoración o cenas con bailes y desarrollan algunas tareas de trabajo vecinal entre otras actividades. Los nombres de estos clubes y su actividad ininterrumpida desde hace varias décadas remiten a diversos actores, instituciones, prácticas, lugares y momentos históricos de la ciudad del interior y también reflejan las diferencias de currículum y billetera entre los miembros de las distintas entidades. Todos estos espacios concentran casi cotidianamente a sus socios y otros actores en las distintas actividades. El club, como espacio de sociabilidad urbana, incorporó también la televisión desde hace muchos años y permitió incluso un consumo alternativo, de menor costo, de la televisión por cable o satelital, es decir de las imágenes televisivas de mayor costo directo. Así, por ejemplo, quienes desean ver el partido de fútbol de su equipo favorito pueden eludir el pago del abono concurriendo a algunos de dichos clubes. Estos ofrecen a sus públicos la exposición a la televisión, en

algunas ocasiones sin ningún desembolso y en otras oportunidades mediante el pago de una consumición mínima.

De este modo, el consumo de la televisión fuera del hogar acontece en muchos lugares de la agrociedad argentina que son distintos de las vidrieras de los comercios de electrodomésticos, los casi desaparecidos locales de alquiler de videopelículas y los vehículos de transporte público de mediana y larga distancia. Las descripciones realizadas y otras observaciones aún no codificadas permiten sostener que en el interior pampeano la televisión estuvo, aunque no siempre porque comenzó en la década de 1960; está y por algo será. Cada vez más emerge el consumo televisivo en nuevos y viejos lugares urbanos: bares, confiterías, restaurantes, pizzerías, minimercados de estaciones de servicio, clubes, farmacias, salas de espera de clínicas, sanatorios y laboratorios de análisis u otros modos de diagnóstico médico, oficinas de servicios públicos, peluquerías y moteles. Todos estos espacios constituyen los múltiples lugares donde la televisión se instala para la exposición al medio de comunicación fuera del hogar. Sin embargo, la televisión también está como aparato de control y vigilancia, por ejemplo, en aquellos sitios donde los carteles interpelan al televidente “sonría, lo estamos filmando”.

### **Discusión: la agrociedad y los consumos de televisión como espejos y ventanas de una contradictoria modernidad periférica**

Poco se conoce sobre las prácticas, las representaciones y los usos del consumo de televisión en la agrociedad pampeana y, en este sentido, cabe profundizar la investigación trascendiendo la siempre imprescindible descripción inicial de la relación entre los consumos mediáticos y un específico lugar como la agrociedad. Corresponde así intensificar la estrategia de triangulación o convergencia metodológica, en particular para reconocer los sentidos y discursos del consumo televisivo situado mediante, por ejemplo, las entrevistas en profundidad que indaguen sobre las lógicas de los sujetos, comparando entre diferentes situaciones de una agrociedad pampeana también diversa.

Con todo, *a priori* cabe reconocer que el consumo de televisión acontece significativamente tanto fuera como dentro del hogar de este particular modo de la ciudad latinoamericana. A su vez, algunas prácticas de consumo televisivo son integrales o no fragmentadas; por ejemplo, la exposición en el club al partido de fútbol del domingo transmitido en directo por un canal de la televisión por cable, es decir, como un espectáculo más de *pay per view*. En otras ocasiones el consumo de la ubicua televisión se fragmenta muy dinámicamente: muestra las formas del *zapping*, el cambio de canal durante la tanda o corte publicitario; el *zipping*, la aceleración del pasaje de un programa grabado digitalmente para evitar los

anuncios publicitarios; el *flipping*, un cambio de programa durante una emisión sin relación con la tanda publicitaria, y el *grazing*, un ida y vuelta permanente entre dos o más programas para seguir varias emisiones simultáneamente.

Acaso en la Argentina del siglo XXI, y en particular en la agrociedad pampeana como espacio híbrido, se vive, como propone Beatriz Sarlo (1992), en estado de televisión.

El consumo de televisión, una de las experiencias de la creciente mediatización de la vida contemporánea, también atraviesa con características particulares a la agrociedad, un específico territorio latinoamericano conformado por la interpenetración de rasgos urbanos y rurales.

La experiencia urbana de mirar y ser mirados, una condición constitutiva de la modernidad, se resignifica en el siglo XXI desde una mediatización, fundada ahora en el consumo de televisión, que atraviesa diversos espacios de la vida cotidiana. Así, la urbanización y la mediatización constituyen básicos procesos sinérgicos de una modernidad avanzada periférica ubicada en países latinoamericanos como Argentina.

La agrociedad se destaca, en sus diferentes modos, como un emergente territorial recurrente en ciertas condiciones de esta modernidad avanzada periférica. Una compleja trama de rasgos históricos, económicos, territoriales, socioculturales y geopolíticos configura una particular forma urbano-rural cuya comprensión requiere siempre un reconocimiento de las relaciones entre la ciudad y el campo en territorios bajo procesos de desarrollo desigual combinado; por ejemplo, la pampa argentina.

Los consumos de televisión se muestran ubicuos, al menos en sus prácticas, tanto dentro como fuera del hogar de la agrociedad pampeana, de modo tal que la vida cotidiana acontecería en y a través de la televisión. Los múltiples contenidos de la amplia oferta televisiva, en especial de la televisión de abono, son consumidos en distintos espacios domésticos y extradomésticos que demandan, como se dijo, nuevos estudios relacionales y comparativos sobre las prácticas, las representaciones y los usos del consumo cultural mediatizado.

Como medio de comunicación, la televisión constituye una institución tecnosignificante situada que opera tanto como un espejo para reflejar nuestras sociedades latinoamericanas cuanto como una ventana que las muestra en sus complejas y dinámicas contradicciones. De este modo, el consumo de televisión en la agrociedad se instala en el núcleo de las disputas sociales y políticas por la visibilidad, credibilidad y legitimidad de unos modos de urbanización dinámicos, incluyentes y sustentables que trasciendan los muy críticos dilemas de la modernidad avanzada periférica.

## Referencias

- Asamen, J., y Berry, G. (Eds.) (1998). *Research paradigms, television and social behavior*. London: Sage.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Busso, G., y Carniglia, E. (Eds.) (2013). *Políticas de desarrollo para los municipios del Gran Río Cuarto. Diagnósticos, agendas y proyectos 2011-2020*. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Carniglia, E. (1999). Sobre el consumo de televisión fuera del hogar en una ciudad del interior pampeano. Yendo más allá del comedor, la cama y el living. *CRONÍA. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de Río Cuarto*, 3(3), p. 53-64.
- Carniglia, E. (2010). Ciencias sociales del interior, interior de las ciencias sociales. En Carniglia, E. y A. Brandolin (Comps.). *Las ciencias sociales en el interior, el interior de las ciencias sociales*. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto. p. 17-33.
- Carniglia, E. (2012). *De labradores y campos de papel. Recepción de prensa agraria por agricultores familiares*. Saarbrücken: Editorial Académica Española.
- Carniglia, E. (2016). *Sociedades mediatizadas: emergentes latinoamericanos*. Curso de posgrado, Doctorado en Ciencias Sociales. Río Cuarto: Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Cecchini, S. (2010). Indicadores sociales y derechos humanos: algunas reflexiones conceptuales y metodológicas. En Abramovich, V. y Pautassi, L. (Comps.), *La medición de derechos en las políticas sociales*. Buenos Aires: Del Puerto, pp. 89-126.
- Cimadevilla, G., y Carniglia, E. (2010). *Relatos sobre la rurbanidad*. Río Cuarto: Universidad Nacional de Río Cuarto.
- Clemente, A. (Coord.) (2014). *Territorios urbanos y pobreza persistente*. Buenos Aires: Espacio.
- Cloquell, S. (Coord.) (2014). *Pueblos rurales. Territorios, sociedad y ambiente en la nueva agricultura*. Buenos Aires: CICCUS.
- Corner, J. (1997). Television in theory. *Media, Culture & Society*, 19(2), pp. 247-262.
- Demarchi, P. (2014). *El devenir de las construcciones periodísticas sobre la ciudad y las emergencias sociales (siglo XX)*. Prensa, orden urbano y clima de época. (Tesis doctoral inédita). Rosario: Universidad Nacional de Rosario-Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales.

- Di Felice, M. (2012). *Paisajes posurbanos. El fin de la experiencia urbana y las formas comunicativas del habitar*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba/Del Copista.
- Edel, M. (1988). Los estudios urbanos latinoamericanos: más allá de la dicotomía. En: Hardoy, J. y Morse, R. (Comps.), *Repensando la ciudad en América Latina*. Buenos Aires: GEL, pp. 59-67.
- Gorelik, A. (2002). Ciudad. En: Altamirano, C. (Dir.). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, pp. 12-20.
- Gorenstein, S., Landiscini, G., y Hernández, J. (Comps.) (2012). *Economía urbana y ciudades intermedias. Trayectorias pampeanas y norpatagónicas*. Buenos Aires: CICCUS.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (1996). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 1996. Río Cuarto. DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (1999). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 1999. Río Cuarto: DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (2002). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 2002. Río Cuarto: DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (2004). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 2004. Río Cuarto: DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (2007). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 2007. Río Cuarto: DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (2010). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 2010. Río Cuarto: DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Grillo, M., Rusconi, C., y Bosco, M. (2017). La audiencia de los medios de comunicación en Río Cuarto en 2017. Río Cuarto: DCC-Facultad de Ciencias Humanas-Universidad Nacional de Río Cuarto. Multicopiado.
- Harvey, D. (2014). *Ciudades rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Buenos Aires: Akal.
- Heffes, G. (2008). *Las ciudades imaginarias en la literatura latinoamericana*. Rosario: Beatriz Viterbo.



- Hernández, J., y Carbonari, M. (2012). Río Cuarto. Ciudad de intermediación en el capitalismo agropecuario. En Gorenstein, S., Landiscini, G., y Hernández, J. (Comps.). *Economía urbana y ciudades intermedias. Trayectorias pampeanas y norpatagónicas*. Buenos Aires: CICCUS, pp. 149-174.
- Hernández, V., Fossa, M., y Muzi, M. (2013). Agrocidades pampeanas: usos del territorio. En Gras, C. y Hernández, V. (Coords.). *El agro como negocio. Producción, sociedad y territorios en la globalización*. Buenos Aires: Biblos. pp. 123-149.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. *Nordicon Review*, 29(2), 105-134.
- Hjarvard, S. (2012). Doing the right thing. Media and communication in a mediatized world. *Nordicon Review*, 33 (Supplement), 27-34.
- Landi, O. (1993). *Devórame otra vez*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Marcús, J. (2011). La ciudad múltiple. Percepciones, usos y apropiaciones del espacio urbano. En: Margulis, M., Urresti, M. y Lewin, H. (Eds.); *Las tramas del presente desde la perspectiva de la sociología de la cultura*. Buenos Aires: Biblos, pp. 137-150.
- Pavón, H. (2014); Sassen dio cátedra. *Ñ. Revista de cultura*, 546 (octubre), p. 15.
- Pisarro, M. (2013). Renato Ortiz. El biógrafo de la ciudad "global". (Entrevista), *Ñ. Revista de cultura*, 524 (octubre), pp. 30-31.
- Piscitelli, A. (1998). *Post/Televisión*. Buenos Aires: Paidós.
- Sarlo, B. (1992). La teoría como chatarra, *Punto de Vista*, 44, 11-18.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Sennett, R. (2010). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*. Madrid: Alianza.
- Vasilachis, I. (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*. Buenos Aires: CEAL.
- Villavicencio, M. (2011). *Ciudad tomada y ciudad ausente. Los paradigmas del imaginario urbano en la narrativa latinoamericana*. Quito: Universidad de Cuenca.
- Zanatta, L. (2014). La jugosa manzana del populismo. (Entrevista). *Ñ. Revista de cultura*, 557, pp. 8-10.