

El caso de *Canal 5* de Rosario

Provocaciones para pensar un nuevo mapa comunicacional

por **Eleonora Spinelli**
y **Moira Taylor**

Resumen

El presente artículo abarca los resultados parciales del proyecto "TV regional e identidad", enmarcado en el Programa Nacional de Incentivos a la Investigación, en donde se indaga principalmente la relación de las televisoras locales del interior del país con la identidad regional de su zona de influencia.

Aquí se presentan las reflexiones surgidas sobre el caso de *Canal 5* de Rosario, seleccionado por ser una de las señales más importantes en el interior del país, dada su historia por un lado y su gran audiencia por el otro.

La programación es emitida en la ciudad que posee el segundo lugar entre las más grandes del país y que tiene una serie de rasgos culturales que la caracterizan (el "ser rosarino"), por lo que puede considerarse un caso con una gran riqueza para reflexionar sobre la realidad de la TV en el interior de la Argentina.

Palabras clave

TV regional – TV nacional – identidad – formatos y contenidos – perspectiva socio-cultural – perspectiva económica – recorridos históricos

Abstract

The present article it includes the partial results of the "Regional TV and identity project", framed in the National Program and Incentives to the Investigation, where there is investigated principally the relation of the local broad-casts of the whole country by the regional identity of each zone of influence.

In this case appears the reflections arisen on Channel 5 of Rosario City, selected for being one of the most important signs of the country, because of its history and on the other side because of its great number of audience.

The programming is emitted in the city which is the second among the largest in the country and that it has a serie of cultural features that characterize it ("to be rosarino"), which it can be considered to be a case by a great wealth to think about the reality of the TV inside the Argentina.

Keywords

Regional TV - national TV - identity - formats and contents – social and cultural perspective - economic perspective - historical tours

Este artículo pretende reflexionar sobre una historia que comienza con protagonistas, nombres y apellidos que, a medida que la tecnología avanza, también lo hace el centralismo y su anonimato nacional. Una realidad que, de forma compleja, nos muestra las grietas de un modelo que vuelve a pensar en lo local.

La temática que atañe a esta investigación radica en el contenido de la programación de los canales regionales y tiene, como actor fundamental de análisis, el diálogo entre las identidades culturales, los canales de TV regionales y la TV nacional. A estas vinculaciones, que conciernen al contenido y a su fundamento constructivo, las haremos dialogar con aspectos económicos, programáticos y fundamentalmente, con los de la identidad local. Cualquier intento por comprender esa realidad y sus procesos de desarrollo no se puede construir desde fuera, sin tener en cuenta la mirada de los actores.

Relaciones que se tejen en una trama social siempre compleja e histórica en la que, en muchos casos, la tecnología y el avance acelerado de nuevas y más herramientas

Eleonora Spinelli

eleonoraspinelli@yahoo.com.ar

Docente e investigadora de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS), Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Especialista en Desarrollo Local Endógeno, Universidad Politécnica de Valencia y UNLP.

Moira Taylor

mt@moirataylor.com.ar

Docente e investigadora, FPyCS, UNLP. Consultora en Comunicación Estratégica.

de comunicación han provocado que los discursos locales no sean los protagonistas de las grillas sino, por el contrario, las repetidoras de cadenas nacionales e internacionales.

También analizaremos los cambios que han desarrollado en muchos medios, en los últimos años, las nuevas posibilidades de re-adaptar los paquetes que vienen armados, las redefiniciones y aplicaciones de contenido a un público que, a pesar de estar inmerso en lo global, entiende e interpreta desde su carácter de individuo social, primordialmente local. Son ellos los que van a dar cuenta de las ideas y las acciones que proyectan e interesan a una región.

Las emisoras regionales, como *Canal 5* de Rosario, *Canal 10* de Mar del Plata, *Canal 7* de Neuquén, fueron creados por el interés de mostrar los hechos, sucesos e inquietudes de esas comunidades particulares. Los canales locales lograban presentar un espacio en donde la población encontraba identificado su interés, desde una narrativa construida por y para ellos mismos.

Si bien su origen se fundamentó en los elementos contemplados en el párrafo anterior, su desarrollo nos muestra que esa vocación inicial ha tenido fuertes vaivenes temporales y que hay momentos bisagra en su historia, como las políticas y los cambios en el ámbito empresarial, que modificaron la grilla de estos canales. En ese desarrollo se pueden ver tres etapas:

- A. los inicios como canales regionales, que marcan una fuerte vocación social de vinculadores de los intereses que representa;
- B. el cambio hacia repetidoras, con un contenido que viene desde la central en Buenos Aires y con poca o ninguna participación de producciones y/o programas locales, y

C. una realidad más actual, que muestra algunas expresiones de vuelta hacia lo local y generación de un espacio diferente de interacción, aunque muy incipiente y que pasa casi desapercibido para la mirada de la audiencia local (según datos recabados de entrevistas y encuestas a televidentes de la ciudad de Rosario).

Es un espacio que disputa permanentemente con una grilla y un sujeto social, acostumbrados a buscar lo importante en la Capital. Las nuevas tecnologías han modificado las posibilidades de participación y lentamente aumentan los ejemplos de un vuelco hacia lo local, tanto de la producción como de la televidencia.

En el caso de *Canal 5* podemos visualizar cómo los procesos, desde su inicio, fueron marcados por su vinculación con los intereses locales. La primera transmisión fue el 18 de noviembre de 1964, desde la Estación Fluvial, en la que actuaban figuras del teatro y la radio; artistas y profesionales nacionales y de la región.

Hasta ese momento, en Rosario (la segunda ciudad más poblada del país) se veía solo *Canal 7*, emisora estatal cuyos contenidos se generaban en Buenos Aires.

La aparición de una nueva propuesta local fue recibida positivamente por rosarinos y su región. La nueva señal buscaba reflejar opciones y vivencias, en la que se identificaban sus propios problemas, noticias, eventos, gustos y tendencias.

Otro punto fundamental para el crecimiento de este formato fue el apoyo de comerciantes y empresas que, como causa o consecuencia y en respuesta a esa relación de interacción entre el público y la producción de TV, comienzan a ver en el medio una forma de publicitar y

visibilizar sus productos y ofertas. En esa relación de interacción y protagonismo regional, la TV local se hace más fuerte y posibilita su crecimiento.

Las gestiones empresarias dieron resultado: se incorporó tecnología y aumentó la gente interesada en producir televisión. Así, surgió el primer noticiero rosarino, "Noticincoco". También otros programas que buscaban conectar y crear comunidad como "Demos una mano" y uno de los más emblemáticos de la televisión inicial, según entrevistas de la época: "Tertulia hogareña".

En la década del '70, el Canal utilizaba un antiguo e importante edificio en el puerto de la ciudad, mientras consolidaba su crecimiento. A partir de ese momento comenzó a generar un vínculo más estrecho con los rosarinos e incorporó la idea de *canal comunitario*, un espacio que buscaba generar pertenencia, con un eslogan: "Ser el Canal de Todos".

Los programas en vivo permitieron que la población local conociera cómo era un estudio de televisión. Aunque su contenido era el de tiras de dibujos animados no producidos localmente, lo que más importaba era la presentación y los juegos que aparecían antes de la reproducción de contenidos. Siguiendo el modelo de países desarrollados, que comprobaban cómo la televisión influía en la educación de los ciudadanos, *Canal 5* marcó un hito al transmitir la "Primera Teleescuela Oficial" de ciclo básico en la provincia de Santa Fe.

Uno de los programas que más se destaca, según la información recabada, es la "Botica del 5", un magazine semanal que poco después tuvo emisión diaria y pasó a llamarse "El Clan", realizado por un grupo de periodistas especializados, liderados en la conducción por Raúl Granados. Así, la TV local fue asu-

miéndose con nombres y apellidos, con caras que se reconocían en los intereses locales.

En los '80, el panorama de desarrollo de la televisión local cambia e incorpora programación centralizada. Primero el Canal añade el color, incorpora equipos de regular calidad, pero sufre pérdidas en la comparación con la competencia (*Canal 7* y *Canal 3*). Entre 1977 y 1978 el Canal instaló, en su afán de poder seguir compitiendo en el mercado, repetidoras de la señal y multiplicó el alcance hasta el centro de la provincia de Santa Fe, sur de Córdoba, este de Entre Ríos y norte de Buenos Aires. Esto posibilitó la llegada a más de 3 millones de televidentes, pero sin información local en tiempo real. Se había dado un gran paso en la programación que ya no priorizaba los contenidos propios.

A fines de la década del '90, *Canal 5* fue incorporado al Grupo Telefe, pasando a formar parte de los ocho canales de la cadena del interior. El cambio promovió una renovación de la programación que venía desde Capital Federal. Actualmente, las dos ediciones de noticias generadas en Rosario guardan estricta correspondencia en cuanto a formato y calidad con los producidos en Telefe Buenos Aires.

Como se muestra en los siguientes datos, si bien la programación se intenta involucrar más con lo local, incorporando conductores y personalidades de la zona, los contenidos siguen siendo cien por ciento nacionales. Hoy tiene en el aire el programa periodístico "Bien temprano", conducido por la periodista Susana Rueda y Leo Ricciardino. Se transmite en simultáneo por *Canal 13* de Santa Fe (Grupo Telefe). Además, el Canal cuenta con las dos ediciones

de "Telefe Noticias" (edición de Rosario) conducida por Ariel Bulsico y Sonia Marchesi (en la edición del mediodía) y por Flavia Padín y Cristian Lavallén (en la Segunda edición); Marcelo Lewandoski es el encargado de la sección deportes. A la medianoche y desde los estudios de Buenos Aires, Germán Paoloski y Erica Fontana conducen "Diario de medianoche".

La programación que hoy, en muchos casos, intenta incorporar aspectos y actores de referencia local, permite asociar nuevamente a los canales regionales con su zona de influencia. Si bien esto es una primera muestra de entender que los lazos e intereses sociales se construyen en relación con aquellos "otros" que comparten vivencias y realidades, los miembros de la comunidad de referencia no ven vinculados sus intereses a los de la programación local.

Es visible la intención de los canales, ya sea comercial o por un verdadero afán comunicacional, de avanzar en una re-vinculación de la grilla con sus ciudades y zonas de incidencia, aumentando el *rating* y las pautas de empresas locales, tal como ocurrió en sus comienzos.

Si bien este giro hacia lo local se viene mostrando incipientemente, hay medios que han adoptado y adaptado sus posibilidades técnicas y humanas a los tiempos que corren, donde las fronteras territoriales ya no se describen de la misma manera y las nuevas tecnologías juegan un papel fundamental en esas re-lecturas. Celulares, internet, *blogs*, *on line* e instantaneidad son algunos de los elementos que adornan y se funden en las relaciones sociales y en las expresiones identitarias de las regiones.

En busca de ver ese desarrollo y la adaptación de cada medio a distintas realidades, es relevante pensar la relación con otros canales regionales.

Si vemos el desarrollo de este Canal a la par de otro importante como es *Canal 10* de Mar del Plata, podemos visualizar que, sin diferenciarse en que son repetidores de contenido de las grandes cadenas, este último ha *aggiornado* mucho más la tecnología y la búsqueda de nuevos soportes a su labor comunicativa. *Canal 10* posee una página *web* en la que, además de sus contenidos actualizados, encontramos la posibilidad de ver la señal *on line* y comentarlo, participar. Y esto, aunque podría ser un dato menor, no lo es. Entender las nuevas herramientas de comunicación y aplicarlas para una conectividad más profunda con los televidentes es leer y extender nuevamente un lazo personal con las identidades. Aunque existe mucho camino por recorrer, la adopción de nuevos soportes y canales de comunicación con el público (donde el usuario crea y proporciona contenido) puede ser ese lazo que dicen los televidentes no encontrar en muchas casos, no viendo reflejado sus intereses ni los temas de su entorno en el canal.

Estas nuevas expresiones de identidad que ahora puede trascender el territorio y volverse pertenencia, sin necesidad de estar en la ciudad y sus alrededores, vinculan a un nuevo sujeto social que comparte en el espacio, pero también en la vivencia y aprehensión, una temática particular. Puede ser que su identidad esté más vinculada al interés o temática particular y no simplemente a lo circunscripto territorialmente. Podemos pensar al

medio “canal” como un vinculador de intereses similares, muchas veces sujeto a lo territorial, pero otras tantas escindido de él.

En esta comparativa inicial sobre *Canal 5* de Rosario podemos sintetizar, luego de lo relevado en ambas comunidades, que el medio no ha encontrado o no ha optado por actualizar esos procesos que posiblemente pudieran ser la alternativa que promueva una red social en torno al canal y sus contenidos. Si bien la incorporación de una grilla local, con actores locales, aporta al desarrollo de un canal regional, tal como sucede con otros como *Canal 7* de Neuquén, la falta de tecnología es una “pata flaca” dentro de su estrategia comunicacional. Nuevas tecnologías que, entendidas como un medio de reinventar la televisión, son un elemento fundamental en las redes sociales. Esa falta de conexión es a la que aluden los televidentes en las entrevistas: “no reflejan mis intereses”, “no veo nada interesante”, “es sólo programación nacional”.

Hoy, los sujetos encuentran la noticia internacional, la nacional y los principales hechos del mundo en la instantaneidad de un espacio virtual. Por eso deberíamos repreguntarnos qué objetivo cumplen los canales regionales en esta nueva y desafiante realidad. Tal vez sea esa porción de la torta aún intacta para los medios locales donde los sujetos buscaran su reflejo, su realidad, esa que no se cuenta en los medios nacionales o internacionales. Si se mirara en esta dirección, tal vez los canales locales funcionen como un lazo contenedor de identidades locales.

Más allá de estas preguntas, la grilla repite en un alto porcentaje los programas de las principales cadenas nacionales y nos demuestra la realidad que viven los canales regionales, donde su contenido de-

pende –como muchas otras cosas– de la Capital. Los temas y realidades locales se relegan, por vincularse mucho más con lo nacional e internacional. Los actores locales siguen viviendo, generando y vinculando sus realidades e intereses en otros espacios, pero la grilla lejos está de reflejarlo. Es allí donde volvemos a preguntarnos el porqué de un medio regional y la necesidad de proyectar esta pregunta hacia la producción y el desarrollo del medio. Como dice Daniel Arroyo: “No es un problema de generar ideas, tiene que ver con ideas que, a la vez, se correspondan con la identidad local, que tengan que ver con lo que se sabe o no en relación con las experiencias de la sociedad. Si no tiene que ver con la identidad local la mejor idea se puede frustrar”.

Por ello, si queremos definir el perfil de un contenido desde esta perspectiva, deberíamos tener en cuenta **la identidad como ese elemento rector donde se plasman las particularidades de cada grupo social**. No es sólo lo que hay en el territorio ni tampoco lo que se podría hacer en él, sino los aspectos relacionados con la forma de vivir de los actores que construyen esa localidad.

La historia tiene mucho de cíclica y podemos verlo en la evolución de los medios locales. Al principio no existían y las noticias eran las de la Capital; luego vendrían los canales regionales a reflejar los hechos y cotidianos locales; más adelante, nuevamente los conglomerados de medios coparían la grilla, funcionando como repetidoras. Por último, la actualidad en la que se intentan incorporar personajes locales o alguna programación regional, donde la estructura sigue siendo la misma que en la etapa previa.

Esta última fase tiene más que ver con un período reflexivo de la in-

vestigación, donde nos toca repensar sobre el contenido de una nueva manera de “hacer” los medios regionales. Proponer un análisis como aporte a la práctica de producción, que permita despuntar ideas para la elaboración de una TV regional con identidad propia. La particularidad de sus noticias y contenidos locales es una puerta siempre abierta a que los sujetos sociales vuelquen sus vidas e intereses. De esta manera, vuelve a ser un negocio interesante para todo un sector del comercio y el desarrollo regional. Ese sistema productivo que, por mucho tiempo, vio a la TV como un espacio fuera de su alcance y poco efectivo para sus públicos regionales, pero que podría ser un sector próspero en el desarrollo de un espacio local.

La identidad marca el surco por el que corren los intereses y las vinculaciones sociales de una región y es sobre ellas que cualquier programación debería pensarse para obtener resultados.

Nos hemos permitido esbozar algunas ideas que surgen del acercamiento a los canales regionales, su programación y la comunidad de incidencia. Ideas que se transforman en líneas de acción para ahondar en el análisis de la temática, sus complejidades y su proyección de desarrollo para el futuro.

Bibliografía

ARROYO, Daniel. "Los ejes centrales del desarrollo local en Argentina", Programa Desarrollo Local, apunte de Cátedra de Comunicación en el Sistema Productivo, 2006.

BENHABIB, Seyla. *Las reivindicaciones de la cultura. Identidad y diversidad en la era global*, Editorial Kats, Buenos Aires, 2006.

GIMÉNEZ, Gilberto. "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en revista *Frontera Norte*, Vol. 9, N° 18, julio-diciembre 1997.

REGUILLO, Rosana. "Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios", en revista *Diálogos de la comunicación*, 2001, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, N° 59-60, FELAFACS, Lima. GRACIANO, Walter. *Nadie vio Matrix*, Editorial Planeta, Buenos Aires, 2007.

En internet

http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_5_de_Rosario

<http://todoscontelefe.blogspot.com/2009/05/grupo-telefe-hoy-canal-5-rosario.html>

<http://www.rppnet.com.ar/multimedios.htm>

<http://argentina.indymedia.org/news/2005/02/264063.php>

http://www.portalplanetasedna.com.ar/medio_tv.htm

"Del *Prime Time* a *My Time*": la evolución de la experiencia del televidente en Argentina

<http://www.inforo.com.ar/node/20335>