

“Diagnóstico y propuesta de programación de San José Televisión de la ciudad de Dolores”

Tesistas

Marina Betiana Isaurralde. Leg. 8959/0

Pía Soragni. Leg. 9306/0

Directora

Ileana Matiasich

Resumen: En este trabajo se realiza un diagnóstico y una propuesta de programación para San José Televisión de la ciudad de Dolores.

En el marco del diagnóstico y para aproximarse, comprender y contextualizar al objeto de estudio se hace una breve reseña de la historia de Dolores, momentos que permanecen en el relato y en los imaginarios; se describe la ciudad, sus circuitos sociales y culturales, las principales organizaciones y espacios que la conforman y que sus habitantes se apropian. También se hace un recorrido por los medios de comunicación de la ciudad, haciendo hincapié en San José Televisión y su programación.

Este diagnóstico se completa con un relevamiento de las impresiones de los habitantes de Dolores acerca de la programación de San José televisión. A partir de esto, se esboza una propuesta de programación que pretende que el canal local se constituya en un espacio que exprese la identidad de la ciudad y los intereses de sus habitantes; un espacio que retome las principales actividades, que hable de los temas locales que interesan a los habitantes de Dolores. El objetivo principal es proponer una programación que invite a los dolorenses a participar, que los interpele.

Palabras Clave: diagnóstico, propuesta, programación televisiva, San José Televisión, ciudad de Dolores.

Programa de Investigación: Comunicación, Periodismo y Medios

Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP

Julio 2011

Índice

Introducción: Una aproximación al problema	4
Marco metodológico	6
Cap. I Un diagnóstico de la ciudad y sus habitantes (audiencia actual y potencial de San José TV)	8
I.1) Breve historia de Dolores	9
I.2) La importancia del espacio	12
I.3) La ciudad y sus atravesamientos	12
I.3.1) Principales actividades económicas	12
I.3.2) La inserción profesional en Dolores	13
I.3.3) Organizaciones Educativas	14
I.4) Los medios de comunicación dolorenses	15
I.4.1) La relación del gobierno municipal y los medios	15
I.5) Los sujetos, la ciudad y los modos de transitarla	17
I.5.1) Circuitos de consumo cultural	18
I.5.2) Las formas de protesta en la ciudad	22
I.5.3) Los grupos etarios de la ciudad. Diferentes apropiaciones de los espacios	23
Cap. II Diagnóstico del canal y su audiencia	26
II.1) El canal en la ciudad	27
II.1.1) San José Televisión: los orígenes	28
II.1.2) La Programación: el análisis	28
II.2) La audiencia actual y potencial de San José televisión	32
II.2.1) Marco conceptual para comprender qué decimos cuando hablamos de audiencia	32
II.2.2) Una aproximación a la audiencia actual y potencial. Análisis de las entrevistas semidirigidas	33
Cap. III Una nueva propuesta de programación para San José TV	37
III.1) Propuesta y grilla de programación sugeridas.....	41
Cap. IV Consideraciones generales	51
Bibliografía	55



Introducción: una aproximación al problema

Este trabajo parte de entender a la comunicación como una producción social de sentido, con esto queremos plantear que la comunicación no se da sólo en los medios o a partir de ellos, sino que también está presente en las prácticas, forma parte del entramado cultural. Desde esta concepción es desde donde vamos a elaborar un diagnóstico de la relación entre San José Tv y su audiencia actual y potencial para replantear la programación, ya que, pese a ser nuestro material de análisis un medio y sus producciones, lo vamos a pensar desde esta noción de comunicación.

Replantear la programación de un canal implica tener en cuenta el contexto donde ese canal se encuentra, su audiencia actual y potencial, las organizaciones, empresas y relaciones de poder que pueden entrar a jugar en la construcción de los sentidos.

Desde esta postura nos parece fundamental hacer un análisis descriptivo de la ciudad de Dolores, de su historia, sus organizaciones, las prácticas de los sujetos que la habitan, la recorren y la construyen cotidianamente. No podríamos pensar la programación del canal local sin tener en cuenta estos atravesamientos, además estaríamos traicionando nuestra idea de entender la comunicación desde las mediaciones.

Por esto, en un primer momento nuestro diagnóstico se centra en la descripción de las características de Dolores, ciudad de la que somos oriundas. Haber nacido en esa ciudad y conocer sus escenarios y sus habitantes ha marcado este diagnóstico, también el hecho de que por más de varios años ambas vivimos en La Plata y que, por lo tanto, nuestra relación con la ciudad natal se vio modificada. Por eso este diagnóstico exigió un doble extrañamiento: por un lado con la imagen que teníamos de Dolores antes de venirnos a vivir a La Plata y por el otro con nuestra imagen segmentada de fines de semana de los últimos años. Exigió además un esfuerzo para no caer en una comparación simplificante en relación a las prácticas vivenciadas en la ciudad de La Plata. Para esto recurrimos a una estrategia, le dimos a leer nuestro diagnóstico a personas que conocen Dolores (para que nos dijeran qué le faltaba o qué no quedaba claro, ya que es muy complejo describir sin dar aspectos por sentado) y a personas que nunca estuvieron allí. Esto nos sirvió para repensar nuestras técnicas de recolección de datos y nuestra manera de contarlos.

Esta tesis está dividida en cuatro capítulos, en el primero realizamos un diagnóstico de la ciudad y las prácticas de sus habitantes. En este apartado contamos brevemente la historia de Dolores desde diferentes discursos –libros de historia de escritores locales, folletos impresos por la Municipalidad, viejas clases escritas en los cuadernos de primaria– ya que lo consideramos fundamental al momento de entender cómo se construye la identidad de la ciudad, en torno a qué mitos, a qué símbolos: la cabeza de Castelli colgada en una estaca, o la virgen que sobrevive al incendio de los indios marcan idiosincrasias, miradas de los sujetos que, de generación en generación, van reescribiendo la historia de la ciudad. No por azar uno de los programas más mencionados en las entrevistas semidirigidas es “Te acordás Dolores”, un programa que relata historias de la ciudad. Aspecto sobre el que volveremos más adelante.

Luego hacemos una descripción de las organizaciones más relevantes y dedicamos un apartado especial para hablar de los otros medios de comunicación dolorenses con los que convive San José televisión.

En el segundo capítulo nos abocamos al análisis de San José televisión y su audiencia actual y potencial. Para esto utilizamos como técnica las entrevistas semidirigidas que realizamos tanto a personas que miran cotidianamente el canal local como a aquellos que no lo hacen. Este capítulo es muy importante para

conocer los intereses, gustos y preferencias de los habitantes de Dolores con respecto a la programación del canal.

Esta información surgida de las entrevistas, junto a la que se desprende del análisis de la ciudad nos permitieron realizar una propuesta de programación para San José tv, que se encuentra desarrollada en el capítulo 3 y que pretende incluir a los diferentes actores sociales, sus prácticas e intereses; una programación que interpele a los dolorenses. Por último, al final de la tesis están las consideraciones generales.

Es importante señalar que el trabajo de campo se realizó durante 2006 y 2007, por lo que las entrevistas, las descripciones de espacios, prácticas y de la situación política refieren a ese contexto. El análisis de la programación de San José tv también se realizó en ese período; sin embargo y, pese a que pasaron algunos años, consideramos que las principales características que hacen a la programación del canal de Dolores y que son explicitadas en esta tesis aún se mantienen.

Este trabajo pretende constituirse en un aporte comunicacional al único medio audiovisual de la ciudad reconociendo las limitaciones que implica ser un canal local, pero subrayando las potencialidades. La propuesta busca ampliar la audiencia de San José tv y consolidar el vínculo con la audiencia actual a partir de una programación que dé cuenta del contexto local, de las inquietudes y los intereses de los dolorenses. Al mismo tiempo, intenta brindar a los habitantes de la ciudad un espacio donde visualizarse y sentirse interpelados.

Marco Metodológico

Lo metodológico, es decir, las formas de abordar el campo también son construcciones que marcan un posicionamiento, la elección de determinadas técnicas y no de otras no es un proceso neutro. Cada técnica contiene una teoría implícita de lo social, por eso Bourdieu se refiere a la falsa neutralidad de las técnicas.¹

Nuestro trabajo partió de la realización de un diagnóstico, es decir una aproximación al objeto de estudio que, como expresamos anteriormente, nos permitió obtener información sobre las características de la ciudad, la audiencia actual y potencial, el canal y los medios de comunicación de Dolores.

Consideramos que para abordar el campo es necesario una metodología flexible que permita la aproximación en proceso, una aproximación creativa que no retome, simplemente, recetas hechas; sino que pueda reconstruirse, modificarse, adaptarse para facilitar la recolección y la sistematización de los datos. Por eso las técnicas utilizadas se enmarcan en lo que se conoce como metodología cualitativa.

Por cualitativo se entiende un proceso de investigación “más fiel al fenómeno que se estudia que a un conjunto de principios metodológicos”.² Y esta es la más clara diferencia con la metodología cuantitativa, ya que mientras la cualitativa busca interpretar y comprender, la cuantitativa busca medir y predecir fenómenos. La metodología cualitativa tiene como postura el examen directo del mundo social y coloca al investigador/planificador en el medio del proceso de investigación, es decir, no plantea exterioridad.

Guillermo Orozco Gómez define a la perspectiva cualitativa como “un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la forma más integral posible”³

En el marco de esta perspectiva, la metodología utilizada para el presente trabajo consistió en la aplicación de técnicas para la recolección de datos:

Análisis de Documentación: Se analizaron para el diagnóstico distintos documentos: materiales de archivo, proyectos institucionales, propuestas de programación, proyectos de los programas que se emiten actualmente. El análisis de documentos también se destinó a abordar la historia de la ciudad de Dolores, sus instituciones y características principales.

Observación: Se utilizó esta técnica para conocer las características del canal y las lógicas de trabajo. Esto se realizó durante cuatro semanas. Durante este tiempo asistimos en distintos días para poder conocer las dinámicas de trabajo de los programas, tanto de los que salían en vivo como los que se grababan en estudio.

Entrevistas: Es una técnica de investigación flexible considerada como una charla parcialmente estructurada. Esta técnica se utilizó con el director del canal y la productora de San José tv y con los referentes de las principales organizaciones dolorenses. En estos casos utilizamos esta técnica porque los entrevistados estaban seleccionados previamente, definidos, sabíamos con quiénes debíamos hablar y qué queríamos preguntar en cada caso. Nos interesaba la opinión y la profundización y por lo tanto debíamos plantear un cuestionario más flexible, que permitiera la repregunta y se adaptara a cada entrevistado.

¹ BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude, PASSERON, Jean-Claude (2002) El Oficio de Sociólogo. Siglo XXI Editores, México D.F

² VASILACHIS de Gialdino, Irene (1993); Métodos cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos, América Latina, Buenos Aires.

³ OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996), La investigación en la comunicación desde la perspectiva cualitativa; Periodismo y Comunicación, La Plata.

Entrevistas semi dirigidas: Esta técnica se utilizó con la audiencia actual y potencial de San José TV. Fue precisamente para indagar las posturas, los gustos y preferencias, ante la programación del canal. Estas entrevistas, si bien siguieron un cuestionario guía que debimos respetar para poder obtener tendencias, permitieron el diálogo con el sujeto entrevistado. Con esto, se buscaba conocer las representaciones, los relatos de la audiencia.

Como expresa Orozco Gómez, la entrevista semidirigida admite la realización de preguntas amplias donde se pueden trabajar distintos temas y subtemas, permitiendo al entrevistado expresarse libremente sobre cada uno de ellos.

Con esta herramienta no buscábamos obtener porcentajes rigurosos, sino que la idea era que nos mostrara una tendencia de cuáles son las posturas y expectativas del público en cuanto a la programación., Se trabajó con entrevistados de diferentes edades (niños, adolescentes, jóvenes y adultos)⁴ con el objetivo de conocer sus opiniones, gustos y preferencias.

Es importante destacar que para determinar cuántas serían las personas entrevistadas se tuvo en cuenta la cantidad de abonados que posee el canal que, según los datos suministrados por Cablevisión, es de 5800 Por lo tanto se consideró que 250 entrevistas permitirían obtener una clara tendencia.

Las entrevistas semidirigidas se hicieron sobre la base de preguntas que nos permitieron conocer no sólo si miraban o no la programación del canal, sino también qué preferían de esta programación, qué sentían que faltaba o qué esperaban encontrar en un canal local.

A esta combinación de metodologías se la denomina Triangulación Metodológica, ya que aplicando más de dos técnicas se intenta aprovechar las ventajas y salvar las limitaciones de cada una.

⁴ A los fines de esta tesis se considera adolescentes a los sujetos que tienen entre 13 y 18 años y jóvenes a aquellos que tienen entre 18 y 30 años. La dife-

renciación está vinculada a los trayectos educativos, ya que lo escolar en una ciudad como Dolores marca los circuitos de consumo cultural.

CAPÍTULO I: Un diagnóstico de la ciudad y sus habitantes (audiencia actual y potencial de San José TV)



I.1) Breve historia de Dolores

La ciudad de Dolores es el primer pueblo fundado en nuestro país luego de la declaración de la Independencia, por lo que es considerado “el primer pueblo patrio”. De hecho el cartel ubicado a la entrada aclara este punto señalando la fecha de fundación, aspecto muy discutido ya que hasta hace sólo 8 años el día de festejo local era el 15 de septiembre, día de la virgen de los Dolores que dio nombre a la ciudad. Ahora, se celebra el 21 de agosto, fecha en que se firmó el acta de fundación. Este aspecto es relevante al momento de analizar los mitos, los relatos que van construyendo a la ciudad en los imaginarios de los sujetos que la habitan: imaginarios que deberían ser retomados por la programación local para adquirir características identitarias propias y no ser simplemente una copia de formatos de otros canales de cable o de los canales de aire, copias que, obviamente, no tienen la misma calidad de producción.

1817: Se marca el destino de la ciudad

En mayo de 1817 se designa al capitán de Caballería de la Milicia Cívica, Pedro Antonio Paz, Comandante de Paz y Juez Político de las Islas del Tordillo. Su misión principal era la de fundar un pueblo en la Banda Occidental del Río Salado, la misma se concretaría en agosto del mismo año siendo el Acta de Monsalvo la prueba documental de la fundación de la Nueva Población.

1821: El malón que lo arrasó todo

La estancia Miraflores, ubicada en el actual partido de Maipú era propiedad, en ese momento, de Don Francisco Ramos Mejía, hacendado que supo mantener buenas relaciones con las tribus aledañas. Otro personaje de estas tierras era José Luis Molina, uno de los más expertos baqueanos de la zona y capataz de la Estancia Miraflores.

Hacia 1820, con la mediación de Ramos Mejía, se firma el Tratado de Miraflores entre indios y blancos. Pero el mandatario bonaerense Martín Rodríguez, que no era partidario de pactos con los aborígenes afirmaba que su exterminio era la única solución. Así fue que en 1821 unos malones en la zona de Salto y Pergamino le sirven a Martín Rodríguez como excusa para ordenar masacrar a la comunidad de Miraflores y tomar prisionero a Ramos Mejía bajo los cargos de herejía y reconvivencia con los indios. Sólo el capataz José Luis Molina se salva quien, junto con varios caciques, decide tomar venganza ante la masacre de los peones de la estancia. De esta manera el 4 de abril de 1821 Dolores y las estancias aledañas, por ser el lugar desde donde habían salido las tropas que atacaron a los indios, son asoladas, e incendiadas con la consecuente cautividad de mujeres y robo de ganado. Dolores será reconstruida y en 1839 será el epicentro de la Revolución del Sur.

La Revolución de los Libres del Sur y el Grito de Dolores

Otro episodio importante en la historia de la ciudad fue el llamado "Grito de Dolores", un levantamiento en armas contra Rosas, en la llamada "Revolución de los Libres del Sur". Dicho levantamiento fue, también, conocido como Revolución de Los Hacendados porque participaron en él los principales terratenientes del centro y sudeste provincial. Uno de los principales motivos que llevó a esta "revolución" fue el descontento por la desvalorización que sufrían los productos ganaderos por la falta de exportación, debido al bloqueo francés al Río de La Plata.

Tras el levantamiento en Corrientes, el General Lavalle invadió Entre Ríos lanzando una proclama en la que pedía que los pueblos lo acompañaran en su lucha contra Rosas. Dolores fue el primero y posteriormente se alzó Chascomús.

Cientos de ciudadanos, a los que se proveyó de armas, se reunieron en la actual Plaza Castelli, con el objetivo de elegir para el partido de Dolores un nuevo comandante militar y otro Juez de Paz que respondieran y apoyaran el levantamiento de la campaña contra el gobernador Juan Manuel de Rosas.

Conforme el contenido de la Proclama, surge la creación de un movimiento político-militar contra el gobierno rosista y en ella se resalta el principio de libertad. Ese Grito de Dolores inició la Revolución de los Libres del Sur, que continuaría en Chascomús con la batalla decisiva.

Al improvisado campamento en calles de esta ciudad se fueron sumando varios centenares de hombres, asumiendo la jefatura del movimiento Pedro Castelli, hijo del vocal de la Junta de Mayo.

Rosas enterado de estos acontecimientos, comisiona a su hermano Prudencio para reprimir, a la vez que Castelli parte de Dolores hacia Chascomús para unirse a las topas sublevadas. La batalla fue el 7 de noviembre de 1839, dejando como saldo 250 muertos y 200 prisioneros, determinando de ésta manera el triunfo de los rosistas.

Muchos de aquellos hombres, vinculados al campo, que no fueron tomados como prisionero emprendieron el exilio a Montevideo. Castelli, que se había dirigido hacia los Montes Grandes (hoy los del Tordillo) fue alcanzado por una partida federal que procedió a decapitarlo y su cabeza fue entregada al juez de Paz de Dolores, al que se le ordenó exponerla públicamente en la Plaza en una alta pica.

La orden fue inmediatamente cumplida y la cabeza de Castelli quedó expuesta durante siete años en la entonces llamada Plaza de la Constitución. Actualmente, en referencia a ese hecho, la plaza principal de Dolores se llama Castelli.

Además, por decreto gubernamental del 23 de diciembre de 1839, el partido de Dolores fue reducido, y su territorio quedó dividido en tres: los actuales partidos de Dolores, Tordillo y Pila.



La(s) historia(s) en el imaginario " La virgen de los Dolores"

Según relatos recogidos en el ámbito local, la imagen que se venera y que actualmente se encuentra en la parroquia Nuestra Señora de los Dolores, fue traída por el sacerdote Francisco de Paula Robles el 14 de julio de 1817, días más tarde, el 21 de agosto, se ofició la primera misa bajo el amparo de Nuestra Señora de los Dolores.

En 1821 la ciudad sufrió los embates de un malón que la incendió, como consecuencia el poblado quedó destruido y con él la iglesia. No obstante, un hecho milagroso permitió que la imagen de la virgen se salvara. Curiosamente apareció en un pajonal donde fue rescatada por Benignita Molina, casada con el tendero del pueblo, quien al no ser religioso exigió a su esposa que se deshiciera de la imagen. Benignita la entregó a su tía, Balbina Molina Díaz. Mientras estuvo bajo su protección, un altar en su casa atrajo durante años a los dolorenses para elevar plegarias a la Virgen.

Tras la muerte de Balbina Molina de Díaz, sus hijos decidieron retornarla a la Iglesia, donde se encuentra actualmente.

La cabeza de Castelli

Era julio de 1847 cuando Francisca Gutiérrez, una anciana más conocida como "Mama Pancha", atravesaba la plaza con una vieja amiga. Como siempre, elevó su mirada para omitir una plegaria en honor al caudillo y vio con sorpresa que la cabeza ya no estaba allí, sino que rodaba por el piso de la plaza. En ese momento, Mama Pancha decidió llevarse la cabeza a su casa y ocultarla bajo un colchón.

Al día siguiente, la desaparición del "trofeo" llamó la atención del pueblo y hasta se allanaron las casas de algunas familias tenidas como "opositoras". De Mama Pancha, nadie sospechó. Y así la cabeza de Castelli permaneció oculta por el lapso de cinco años, hasta la caída de Rosas.

Se cuenta que a altas horas de la noche doña Pacha solía sacarla y colocarla sobre un cajón; le encendía algunas velas y le brindaba un rosario. Finalmente, y conocida esta parte de la historia por algunos vecinos, éstos le habrían aconsejado llevar la cabeza al cementerio, así lo hizo y cavando un pozo le dieron cristiana sepultura. Años más tarde, el hijo del decapitado caudillo intentó recuperar la ya histórica cabeza. Pese a los intentos realizados, todo resultó infructuoso; había desaparecido, esta vez para siempre. El 18 de agosto de 1859 se colocó, en el mismo lugar donde estuvo la picota sosteniendo la cabeza de Pedro Castelli, la piedra fundamental de la Pirámide en honor a los Libres del Sur.



Una parte de la historia de nuestro país está presente en la ciudad: la plaza principal, donde estuvo colgada la cabeza, lleva el nombre Pedro Castelli. La pirámide que recuerda la Revolución de los Libres del Sur es considerada Monumento histórico Nacional. Esto es sólo parte de la historia que da origen y constituye la identidad de Dolores que en la actualidad tiene una población de más 40.000 habitantes.

I.2) La importancia del espacio

El Partido de Dolores se encuentra al sur del río Salado en la zona conocida como cuenca del río Salado o Pampa deprimida. La abundancia de agua dio origen a un mosaico de suelos con escasos sectores de buena actitud agrícola, lo que provoca la preferente orientación del área hacia la actividad ganadera de cría sobre campo natural.

La ciudad de Dolores es la cabecera del partido, posee una ubicación estratégica ya que se encuentra sobre la Autovía N° 2 –que une Capital Federal con Mar del Plata– y las rutas 63 y 11 que brindan la posibilidad de fluidas comunicaciones con la zona de la Costa Atlántica. Dista 189 Km. de La Plata, 192 de Mar del Plata y 207 Km. de Capital Federal.

La población del Partido supera los 40.000 habitantes. A 12 Km. sobre la ruta provincial N°2 se encuentra la localidad de Sevigné, parte integrante del partido de Dolores. El partido se completa con la localidad de Parravicini, ubicada a 20 km de la ciudad cabecera.

Además de las rutas, Dolores cuenta con una estación de ferrocarril, que fue inaugurada el 15 de agosto de 1874, hecho que ubicó a Dolores como centro poblacional de mayor importancia en el sur bonaerense. Hoy la vieja Estación conduce a Buenos Aires, Tandil, Mar del Plata y Pinamar. También funciona una Terminal de ómnibus situada en el Parque Libres del Sur, con servicios de diferentes empresas y a distintos destinos.

El Aeroclub agrega la tercera opción, fundado en 1929 y habilitado por la Fuerza Armada Argentina; allí se desarrollan prácticas de vuelos deportivos y funciona una escuela de pilotos. Posee además radio ayuda, estación meteorológica y de combustible. El mismo está considerado entre los mejores aero clubes del país.

I.3) La ciudad y sus atravesamientos

Es importante reconocer a las organizaciones⁵ que interactúan en la ciudad para, a partir de allí, pensar el lugar de San José televisión como medio de comunicación atravesado por las condiciones políticas, las relaciones de poder y las diferentes prácticas y rutinas de los sujetos que viven en Dolores. En primer lugar vamos a referirnos a las actividades que desarrollan los dolorenses y a las organizaciones locales que las enmarcan y luego vamos a describir los otros medios con los que San José tv comparte audiencias.

⁵ Hablamos de organizaciones y no de instituciones porque por organización entendemos lo que Morin define como "disposición de relaciones entre com-

ponentes o individuos que produce una unidad compleja o sistema, dotado de cualidades desconocidas en el nivel de los componentes o individuos (...) que asegu-

ra solidaridad y solidez a estas uniones, una cierta posibilidad de duración a pesar de las perturbaciones aleatorias" Morin, Edgar (1981), El método, I: La

I.3.1) Principales actividades económicas

La economía de Dolores está sostenida por el comercio y la administración pública, aunque también tiene importancia la actividad ganadera debido a las condiciones naturales. Además, en los últimos años se ha comenzado a desarrollar el turismo, vinculado a lo que se conoce como turismo rural. Las estancias y características agrestes sitúan a Dolores y a la zona como un punto de referencia especialmente de extranjeros que vienen a conocer las "tradiciones" de la pampa.

En la actualidad la Municipalidad está trabajando sobre diferentes proyectos y estrategias de comunicación para posicionar a Dolores como una ciudad turística en un sentido más amplio, es decir que no se limite sólo a lo rural. Para esto se han construido hoteles, se han reciclado diferentes lugares de paseo como por ejemplo el del lago, el de la estación, y se ha programado una agenda de espectáculos deportivos –rally, motomarca, automovilismo.

También es importante para la economía dolorense la presencia del frigorífico Bodini que tiene una producción propia de leche y dulce de leche. Hay también producción de dulces, champiñones y miel. Esto último de gran relevancia ya que se registran aproximadamente 330 apicultores.

La actualidad comercial tiene un interesante desarrollo, encabezado por agencias de automotores, comercios de electrónica, supermercados, mueblerías y negocios de ropa; en Dolores funcionan más de 934 comercios de acuerdo al registro de la Cámara de Comercio local.

Sin duda es de vital importancia para la economía de la ciudad la existencia de las sucursales del Banco Provincia y Nación, de los Tribunales bonaerenses y federales, de las dependencias de la Policía federal y provincial y del Servicio Penitenciario –Unidad Penal nº 6.. Estos organismos, junto a los establecimientos educativos, son los principales generadores de puestos de trabajo y, por lo tanto, sostén de la economía doméstica de los dolorenses.

Como se mencionó anteriormente la actividad ganadera es de gran importancia, 450 es el número aproximado de establecimientos rurales que posee el partido, nucleados en la Sociedad Rural, una organización gremial de Fomento Agropecuario dedicada a la actividad rural de todo el partido.

I.3.2) La inserción profesional en Dolores

La presencia del Palacio de Tribunales emplazado en la ciudad desde el año 1853 otorga a Dolores una destacada importancia, es cabecera del Departamento Judicial Dolores y su jurisdicción comprende: Dolores, Castelli, Chascomús, General Belgrano, Pila, General Guido, Maipú, Ayacucho, Gral. Madariaga, Tordillo, Gral. Lavalle, La Costa, Pinamar y Villa Gesell. Siendo además escenario de diferentes casos de gran resonancia en el país (por ejemplo el caso Cabezas, el caso Cópola, entre otros)

Al nuclear toda una región, los dolorenses ven a los Tribunales como un emblema y un referente de la ciudad, una organización que le da prestigio y reconocimiento nacional a la localidad. Además, se presenta como importante debido a la oferta laboral que genera, determinando diferentes prácticas que tienen que ver con las carreras universitarias que se instalan en la ciudad y con los jóvenes profesionales que en un momento abandonaron la ciudad para estudiar abogacía y luego volvieron para desarrollarse profesionalmente.

naturaleza de la naturaleza, Madrid, Cátedra. En cambio, el concepto de institución refiere a "cuerpos normativos jurídico-culturales compuestos de ideas, valores,

creencias, leyes, que determinan las formas de intercambio social (...); nivel de la realidad social que define cuanto está establecido" Lapassade, Georges (1985),

Grupos, organizaciones e instituciones : la transformación de la burocracia, México D.F, Gedisa. Según estas definiciones, las instituciones se corporizan, se expresan en las organizaciones.

Esta situación también es visible en el ámbito de la salud. Existe un Hospital Municipal y tres clínicas privadas, importantes no sólo para la ciudad sino también para la región. Estos espacios permiten que todos aquellos jóvenes dedicados a la medicina encuentren un lugar en la ciudad. En este sentido, estos profesionales logran posicionamiento social, ya que ser médico o abogado en Dolores implica cierta jerarquía y pertenencia a un determinado grupo. Estas características tienen que ver con la tradición de la ciudad, como así también con la existencia de estas instituciones que les posibilitan el desarrollo laboral, a diferencia de profesionales dedicados a otras áreas que encuentran mayores dificultades para insertarse.

1.3.3) Organizaciones educativas

En educación se encuentran cubiertos todos los niveles de enseñanza: primaria secundaria, terciaria y universitaria, por ese motivo a la ciudad llegan muchos jóvenes de la región para realizar sus estudios superiores. Pero también son muchos los que parten hacia Buenos Aires, La Plata y Mar del Plata como principales destinos para realizar sus estudios universitarios.

Las carreras que se dictan en la ciudad responden a las características que tiene Dolores en su desarrollo económico. En la Universidad Atlántida sólo se dictan Abogacía y Ciencias Económicas, profesiones que, son tradicionales en la ciudad.

Respecto a los terciarios la oferta está enfocada principalmente al campo de la docencia: diferentes profesorado, magisterio, tecnicatura en asistencia social, magisterio de nivel inicial, entre otras. Esto está vinculado, claramente, a la inserción laboral ya que, así como la administración pública, el área educativa es otro importante sector de empleos. En algunas oportunidades se dieron otras carreras vinculadas al turismo y la comunicación; aplicándose planes bajados por el Ministerio de Educación sin ninguna proyección, lo que provocó el cierre de las carreras por falta de alumnos que se desilusionaban cuando las promociones anteriores no podían insertarse laboralmente.

En cuanto a la educación media las últimas reformas educativas transformaron también los modos de inserción. Hasta la creación del sistema Polimodal, los colegios en Dolores tenían características bien diferenciadas que, además, generaban diferentes sentimientos de pertenencia e identidad. Estaban la Escuela Normal que, pese a ser mixta, tenía sólo alumnas mujeres y otorgaba el título de bachiller docente, el Colegio Nacional, también mixto pero tradicionalmente masculino que daba el título de bachiller, el comercial que funcionaba en el mismo edificio que el nacional pero a contra turno y tenía orientación contable, el Industrial y la Fruticultura que formaban en oficios y que, por esta razón, tenían mayoría de varones en su alumnado, y por último el Paula Robles, el único privado y católico, con mayoría de mujeres.

La inserción del Polimodal transformó los recorridos tradicionales que dividían a los adolescentes de la ciudad entre aquellos que iban al secundario para "prepararse para la universidad" y los que iban a "aprender oficios útiles" para un futuro desarrollo en esas áreas. Estos cambios no terminaron con las rivalidades entre colegios, aunque al volverse efectivamente mixtos sí se transformaron sus dinámicas

internas. De todos modos, asistir a uno u otro establecimiento sigue representando características identitarias y de pertenencia diferentes, además de que, aunque sea a grandes rasgos, hay también diferencias en las posibilidades de acceso no sólo por la cuota del privado, sino también por la tradición de colegios como el Normal y el Nacional en los que aún perdura un sentimiento que podría definirse como "elitista". Es decir, los hijos de los profesionales, productores agropecuarios o de los comerciantes exitosos extrañamente no asisten al privado, sino al Normal y al Nacional; y, aunque la inscripción es abierta –porque son públicos– se mantiene esta tendencia que opera principalmente en los padres y los chicos al momento de elegir.

I.4) Los Medios de comunicación dolorenses

La ciudad cuenta con diferentes medios de comunicación: una radio AM, seis FM, dos diarios –Compromiso y El Tribuno– y un canal de cable San José Televisión, que toma la frecuencia 5 de Cablevisión.⁶

El origen de estos medios

El 25 de mayo de 1926 Mariano Conti fundó "El Tribuno", el primer periódico que tuvo Dolores y que continúa saliendo en la actualidad. Es un diario vespertino que, en sus inicios era de formato sábana y actualmente es un tabloide. El primer director de El Tribuno fue Tomás Parodi, sucediéndole desde 1931 hasta 1971 Mariano Juan Conti y desde entonces hasta la fecha la señora María Dolores Estanga de Conti.

Por su parte Compromiso fue el primer matutino de Dolores, fundado por Pedro Zabalette y Raúl Vismara el 23 de noviembre de 1991.

Hasta 1970, los dolorenses se informaban de los hechos locales a través de la prensa escrita, pero el 7 de febrero de ese año salió al aire la primera emisora radial L.U 27 –AM 1480– Radio Dolores. Más de 20 años después, Aníbal Hernández fundó América del Sur –F.M 90.1–. Luego, el 15 de mayo de 1995 surge FM Sol –98.3–, siendo su propietario Oscar Hauquí. También se puede escuchar en Dolores y la zona a partir de 1996 la FM de Covisur, 107.1 la radio musical y de información vial de la Autovía 2. El 2 de febrero de 1997, Horacio Burgueño pone al aire F.M Red 94.9. En Agosto de 2002 Roberto Soragni funda F.M Ensueños. En 2003 sale al aire Radio Centro F.M 97.1, cuya titular es Elsa Tavella y Obdulio Giménez su director. El 12 de diciembre de 2004 comenzó a transmitir F.M En Compañía 92.3 siendo sus propietarios Pablo Baraglia y Ezequiel Fernández Llona.

Respecto a la televisión, el 29 de diciembre de 1985 comenzó a funcionar en Dolores la empresa Unidad TV Canal 5 (UTV Canal 5) Dolores, pionera en la provincia en esta actividad. El servicio fue brindado por un grupo de vecinos hasta que en 1997 se vendió a la empresa Cablevisión, que es la actual prestadora. En marzo de 2000 Arturo Gilabert, uno de los primeros dueños de UTV Canal 5, formó la productora independiente San José Televisión contratada por Cablevisión para realizar la programación local.

⁶ En este último año se han creado dos diarios digitales: Mira Dolores y El Dolorense. Además el diario Compromiso se puede leer también en la web.

1.4.1) La relación del gobierno municipal y los medios

Al momento de realizar el análisis para esta tesis, la municipalidad de Dolores estaba gobernada por un intendente del Partido Justicialista.⁷ Ése era el cuarto mandato justicialista consecutivo y el tercer mandato no consecutivo de Alfredo César Meckievi quien, además de ser intendente, ha cumplido funciones como diputado, Ministro de Justicia y de Obras Públicas de la provincia de Buenos Aires.,

La relación que la municipalidad de la ciudad tiene con los medios de comunicación es a través de su área de prensa. Diariamente dicha oficina envía partes informativos a todos los medios locales, como los dos diarios, las radios y al canal local San José. Además de esto la Municipalidad tiene un espacio en el canal, que utiliza para dar información referida a acontecimientos gestionados o relacionados con la tarea municipal. Este espacio que la municipalidad paga puede ser un aspecto importante a tener en cuenta al momento de pensar en la programación de San José televisión, ya que establece una vinculación clara entre el gobierno municipal y el canal.

Natalia Gelmini, encargada del Área de Prensa, sostiene que en muchas oportunidades la información que ellos mandan en los partes no es brindada por los medios locales en su totalidad, es decir que en determinadas ocasiones la información es recortada y en otros casos directamente ignorada con lo cual ciertos eventos municipales no son cubiertos por los medios.

De esta entrevista se desprende que existen ciertas tensiones entre la gestión municipal y algunos de los medios de comunicación de Dolores, especialmente radios – por ejemplo Fm Ensueños de Roberto Soragni, y la 98.3 de Oscar Hauqui– cuyos dueños son opositores al gobierno municipal justicialista, de hecho han apoyado abiertamente las listas contrarias.

Así como hay medios de comunicación que se muestran claramente contrarios al mandato de Meckievi, hay otros que son visiblemente partidarios de su gestión, por ejemplo la FM red 92 de Horacio Burgueño y la FM Centro de Obdulio Giménez.

En la programación del canal la postura oficialista también está bien marcada en el contenido de los programas y en la forma de abordaje de los temas (más allá del espacio pago que posee la municipalidad dentro del noticiero en el que se difunden gacetillas y la agenda institucional) Con respecto a la pauta publicitaria está ocupada por comercios locales, no hay pauta de la municipalidad.

⁷ En el momento de realizar el diagnóstico el intento de Dolores era justicialista; pero al momento de entregar la tesis ha asumido un nuevo intendente perteneciente a la Coalición Cívica.

I.5) Los sujetos, la ciudad y los modos de transitarla

Los sujetos que transitan Dolores, comparten estos espacios que hemos descripto antes: están atravesados por las instituciones educativas, políticas, por los modos del hacer económico. Son sujetos que viven, trabajan, se educan en la ciudad y también son lectores de medios, consumen sus discursos, pero también les dan la materia prima para que produzcan sus textos.

Por eso, al momento de realizar nuestro análisis entendemos a las audiencias como sujetos históricos⁸ atravesados por un contexto social y cultural, sujetos productores de sentidos. Esto, sin embargo no implica sobredimensionarlos y plantearlos como factor decisivo al momento de definir la programación, reconocemos, como ya explicamos antes, que las preferencias, los modos de ver de estos sujetos están atravesados por lo cultural/social, por el contexto y la historia y, además, entendemos que existen otros factores que van mas allá de los gustos (también determinados socialmente) al momento de definir una programación. En primer lugar, los recursos técnicos y económicos; pero también las relaciones comerciales y políticas.

Comprender las dinámicas y las prácticas culturales de Dolores nos permite reconocer las diferentes identidades que se van construyendo y cómo éstas entran en relación con los discursos y, en este caso específico, con los discursos y productos mediáticos. Retomaremos el concepto de identidad como una categoría relacional, es decir que se construye a partir de la identificación con un grupo y la diferenciación con otros. No la pensaremos como esencia, sino como una construcción histórica.⁹

Por otro lado, es importante señalar que en sus orígenes el concepto de recepción estaba asociado a una mirada lineal de la comunicación, retomada de las primeras teorías de la información que venían del campo de la matemática y la ingeniería –para describir las relaciones entre máquinas. Sin embargo, el concepto ha logrado adquirir nuevos sentidos, si bien algunos autores como De la Peza critican que se siga pensando la comunicación con estos términos. Otros teóricos proponen la noción de consumo, claro que para esto tenemos que desvincularlo de su carga economicista que lo relaciona al consumismo. De todas maneras, ya sea que usemos el término recepción o consumo, debemos dejar en claro que lo pensamos desde el marco de los estudios culturales que entienden el consumo, también, de modo relacional y en vinculación con el contexto y las estructuras que atraviesan a los sujetos. Quizás podríamos hablar de circuitos de consumo, no sólo de productos mediáticos, sino de industrias culturales en un sentido más amplio. Así, entenderemos el consumo de la programación de San José Tv a partir de otros consumos mediáticos y culturales en general.

⁸ DE LA PEZA, María del Carmen "Los Estudios de Recepción..." , Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura. Facultad de Periodismo y Comunicación

Social - UNLP
⁹ REGUILLO, Rossana (2000) "Identidades culturales y espacio público un mapa de los silencios", Encuentro Latinoame-

ricano de Facultades de Comunicación Social Sao Paulo.

I.5.1) Circuitos de consumo cultural

Cine, teatros, espectáculos deportivos, fiestas populares, recitales son algunos de los espacios de lo que podríamos llamar industria cultural. Entendemos por industria cultural a aquella que produce bienes simbólicos para un público que se piensa de manera amplia, es decir que intenta llegar a la mayor cantidad de receptores posible, lo que no implica que no haya recortes en cuanto a edades, clases sociales, sexo, etc. La referencia a industria tiene que ver con que estas producciones simbólicas son pensadas en tanto bienes, mercancías y producidas y distribuidas en serie. Al hacer referencia a este concepto estamos pensando desde la producción y desde los lugares del productor y sus estrategias (lo que autores como Eliseo Verón llamarían condiciones de producción). Octavio Getino piensa a las industrias culturales como un "conjunto de actividades relacionadas directamente con la creación, la fabricación, la comercialización y los servicios de productos o bienes culturales en el ámbito de un país o a nivel internacional".¹⁰

Obviamente, como señalamos antes, pensamos a los sujetos como resignificadores, transformadores de los sentidos que se producen y circulan por las industrias culturales. Pensar en industrias culturales no nos lleva a desconocer al sujeto como un productor de sentidos; dar cuenta de los modos en que circulan los bienes simbólicos, dar cuenta de los modos de producción no implica pensar que esos bienes que son creados para el consumo masivo sean consumidos por sujetos masificados. El concepto de masa es pensado desde un lugar de poder, desde determinadas miradas teóricas que no tienen en cuenta al otro, al receptor, a los usos y apropiaciones que se hacen de esos discursos que circulan en forma masiva.

En Dolores existe una serie de organizaciones dedicadas a la producción de bienes que podrían definirse como simbólicos. Entre ellas se destacan:

El Teatro Municipal Unione, inaugurado en 1914, fue adquirido por la Municipalidad en 1967. Hasta ese momento estuvo en mano de sus fundadores, la Sociedad Unione italiana. Ha sido y es el centro de mayor jerarquía de la actividad artística dolorense. En el último tiempo, fue utilizado para la presentación de espectáculos protagonizados por personajes famosos o mediáticos –por ejemplo Cacho Castaña, Pimpinela, Iñaki Urlezaga– y para la puesta en escena de obras como "Monólogos de la vagina", "El show de las divorciadas", entre otras, con gran convocatoria de público.

Otro espacio importante en el circuito de la actividad artística es el Centro Cultural donde se realizan exposiciones y se dictan distintos talleres de plástica, música, danzas y teatro abiertos a la comunidad. La principal diferencia es que este segundo espacio ofrece otro tipo de participación, los dolorense se lo apropian de manera distinta ya que no asisten a él sólo como espectadores, sino también como artistas. Las obras que se exponen y se muestran son las producidas en los talleres y en las clases.

¹⁰ GETINO, Octavio, (2003) "Las industrias culturales en el MERCOSUR: apuntes para un proyecto de políticas de Estado"

en Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina; Ciccus, Buenos Aires

Mientras el Teatro Unione es más un lugar de contemplación, la Casa de la Cultura es un espacio de actuación.

Otra de las alternativas que ofrece la ciudad es el Cine, una alternativa bastante reciente ya que luego de 15 años del cierre de la vieja sala un nuevo cine abrió sus puertas. Esta sala se constituye en una posibilidad más para pasar el tiempo libre o reunirse con amigos.

El deporte también se vive desde estos dos lugares: el del espectáculo y el del juego en el que se pone el cuerpo, en el sentido más literal. En una ciudad con las características de Dolores (pocos habitantes, con una población en la que el grupo etéreo comprendido entre los 18 y los 30 migra a otras ciudades) la participación deportiva, la pertenencia a un club marca al grupo de los adolescentes, los que transitan por la escuela secundaria, de manera significativa.

Existen diez clubes sociales y deportivos. Estos clubes para informar a sus socios, además de mandar folletos informativos a sus casas, utilizan los medios locales. En San José TV emiten en el noticiero gacetillas informativas para los socios y se contrata publicidad para las actividades deportivas y los eventos culturales que realizan (torneos, competencias, reuniones sociales, etc.) Además se promocionan las Colonias de vacaciones y otras actividades recreativas.

Entre las actividades deportivas se destaca la Liga Nacional de Fútbol, de la que Dolores es sede, un espectáculo que convoca no sólo al público de la ciudad, sino de toda la zona. También es importante el autódromo Municipal, en la ruta provincial Nº 2, un circuito donde compiten todas las categorías nacionales, excepto Turismo de Carretera.

Además, la ciudad cuenta con el Complejo Turístico Deportivo conformado por el Aéreo Club, el Golf Club y el Club Náutico con importante actividad deportiva.

A su vez los paseos son parte del escenario de la ciudad. Dolores recuerda a personalidades y a su historia en los nombres de diferentes lugares de paseo y recreación. El espacio verde más amplio es el "Parque Libres del Sur", en él se encuentran, el Museo Provincial del mismo nombre, que data de 1940 y evoca la edificación de la época colonial, son 7 has. con más de 1300 m² cubiertos, divididos en tres grandes sectores de exposiciones permanentes y temporarias y otro con la biblioteca y la administración.

El Anfiteatro "José Hernández", inaugurado en 1998, con una capacidad de 2500 ubicaciones, vestuarios y sanitarios, se convierte en un escenario ideal para diferentes espectáculos.

Dentro del predio del Parque "Libres del Sur", también se encuentran la estación terminal de ómnibus, el lago artificial, y monumentos, prolongándose más allá de la avenida Lamadrid para ofrecer un espacio de materas, parrillas y juegos para niños, todo esto rodeado de una variada arboleda.

Otro sitio es el paseo de la estación, espacio rescatado de los terrenos del ferrocarril. Allí sus galpones fueron adecuados para actividades culturales, festivales, exposiciones, y en el edificio restaurado de la vieja estación se encuentra el Museo de la Ciudad, conservando en sus salas la historia, los recuerdos y las costumbres de Dolores y sus habitantes.

Castelli, Moreno, 25 de Mayo, Negri, Belgrano, Presidente Perón, Abel Fleury, Capitán Lara e Irigoyen son las plazas que conforman la geografía de la ciudad.

Estos lugares de recreación determinan los diferentes circuitos en la ciudad, son espacios cargados de significación, por eso su consumo marca la distinción que existe, entre otras cosas, de edad, barrio, situación económica, clase social y tradición familiar.

Confiterías, bares y vida nocturna

Hay dos lugares de convocatoria en la ciudad, a los que se puede ir a tomar algo y quedarse hasta altas horas de la noche. Uno se llama "La Cuadra" y el otro "Zarco". También hay dos confiterías que presentan un estilo más tranquilo y relajado, comparado con las dos anteriores, y son "Confitería El Plaza" (perteneciente ésta al céntrico Plaza Hotel, ubicado frente la Plaza Castelli) y "La ley" (que tiene ese nombre por encontrarse cerca del edificio central de tribunales)

Estos cuatro lugares se encuentran en las dos manzanas más céntricas de ciudad. "La Cuadra" es un pub al que concurren principalmente adolescentes.

"Zarco" es el bar elegido, principalmente, por los jóvenes (aquellos que tienen más de 18 años) Algunos de ellos son residentes en la ciudad, otros son clientes de fin de semana que concurren cada vez que vuelven a la ciudad. Por esto es muy común que en fines de semana "claves" (Día de la madre- Día del padre- feriados-etc) el lugar tenga mayor concurrencia.

"Confitería El Plaza" y "La Ley" son lugares más tranquilos en donde suele concurrir gente más grande que la que frecuenta "Zarco" y "La Cuadra". Aquí es impensado que los clientes permanezcan parados, en cambio en el caso de los bares anteriormente nombrados esta práctica es más que común. "La ley" y "El Plaza" son lugares más iluminados, la música es más tenue, ofrecen mayor variedad de bebidas y están abiertas también durante el día.

Es importante resaltar que durante las tardes de sábados y domingos concurren a la "Confitería El Plaza" muchas personas acompañadas de sus familiares y/o amigos. En verano esta práctica se vuelve más común, ya que el calor permite que las tardecitas de la ciudad sean especiales para salir a tomar algo. Por otro lado, ocurre exactamente lo mismo con "Mingo's", una confitería tradicional de Dolores que se caracteriza por permanecer igual durante décadas, jamás ha cambiado su ambientación ni arquitectura. Está ubicada en la esquina del Plaza Hotel, frente a la Plaza Castelli, a media cuadra del Banco Provincia y a una del Banco Nación y de Tribunales. Esto provoca que en Mingo's exista un ir y venir de clientes fanáticos que adoran el típico café y tostado que sirve "Pelé", el mozo que desde hace años atiende el lugar.

Fiestas Populares

Entre sus atracciones se destaca la Fiesta Nacional de la Guitarra, evento popular que caracteriza a la ciudad y que se realiza todos los años en honor al guitarrista dolorense Abel Fleury, convocando gran cantidad de público.

Esta fiesta es un símbolo para Dolores, genera un espacio donde el campo y la ciudad se unen para mostrar a los visitantes sus costumbres, artistas, tradiciones, identidad e historia. De la fiesta participan artistas reconocidos nacionalmente; pero también hay un espacio para los talentos locales y regionales.

Además de la música, la Fiesta de la Guitarra ofrece una feria de artesanos, un desfile tradicionalista y espectáculos de destreza gaucha (jineteada, pruebas de rienda, pialadas, etc)

Otro de los eventos más esperados por los dolorenses es el Carnaval. Las noches de Corso son en realidad el festejo más ansiado por la ciudad, gran parte de la población se reencuentra en un mismo lugar compartiendo cada noche un espectáculo hecho por y para dolorenses.

Las calles elegidas como Corsódromo son cinco cuadras que ocupan la avenida del centro más importante de la ciudad. A los bares y kioscos que hay en esas cuadras se le suman puestos parrilleros que se colocan especialmente para esa fecha.

En una noche de Corso "común", así se les llama cuando participan sólo comparsas de la ciudad, se puede ver un gran desfile de carrozas, que representan diferentes temáticas o barrios, gente disfrazada de mascaritas, niños y grandes jugando con nieve y papel picado, comparsas presentadas por diferentes clubes locales, y por último la presencia en este desfile del Rey Momo realizado por los internos del la Unidad Penal N° 6. Antiguamente el Rey Momo era prendido fuego al término de la última noche del Corso. Hoy en día ya no se estila esta práctica por cuestiones de seguridad.

Desde hace unos años la municipalidad ha organizado su propia comparsa "IBI ARI", que se destaca por un gran despliegue escénico: trajes, música compuesta especialmente para la comparsa y cada vez más integrantes.

La noche "Carioca" es aquella en la que se presentan comparsas de otras localidades, por esta razón ese día se cobra una entrada.

El desfile habitualmente suele terminar alrededor de las doce de la noche, pero los puestos parrilleros y los bares de esas cuadras trabajan hasta la madrugada e incluso hasta la mañana del otro día ya que los mismos convocan la presencia de cientos de jóvenes que se quedan tomando algo y comiendo el típico choripán.

Es tal la convocatoria que promueve el Corso que más de una vez se han agregado fechas, es decir que se ha extendido un fin de semana más de lo habitual.

En este sentido, el corso de Dolores puede pensarse como un frente cultural, en los términos de Jorge González¹¹ ya que allí sujetos de diferentes edades, clases y grupos de pertenencia se encuentran y se apropian del espacio público. Además, ese espacio adquiere nuevos sentidos, es el mismo espacio que se transita de día, que se transita todo el año y, sin embargo, el corso compartido lo vuelve otro.

Otro de los eventos que se desarrolla en la ciudad es la Fiesta de las Colectividades. La misma se lleva a cabo una vez por año y tiene como objetivo hacer conocer las costumbres de los inmigrantes y sus descendientes miembros de esas colectividades.

Dicha fiesta presenta espectáculos ofrecidos en el Teatro Unione que abarcan danzas y todo tipo de música correspondiente a cada colectividad, ya sea la árabe, la griega, la española, la italiana, entre otras.

Por las tardes también es usual que cada colectividad presente y comercialice sus platos típicos a los visitantes en un salón de algún club local. Como así también sus vestimentas, artesanías, etc.

También se realizan anualmente la Fiesta Provincial de las Tropicillas en el club ecuestre "La Caballeriza",

¹¹ GONZÁLEZ, Jorge (1998). "La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro". En: Razón y Palabra, N° 10, abril-junio.

la Fiesta del Valor Destreza y Coraje en el Campo "El Amanecer", ambos eventos criollos que convocan gran cantidad de personas. Además se lleva a cabo la Exposición Agrícola, Ganadera, Industrial y Comercial, organizada por la Sociedad Rural, muestra que reúne las actividades más importantes de la ciudad y las exhibe a toda la comunidad y la región.

1.5.2) Las formas de protesta en la ciudad

La población dolorense no se caracteriza por realizar manifestaciones públicas de descontento o disconformidad con la gestión municipal, no hay organizaciones de tercer sector que presionen en las decisiones de la gestión y la mayoría de las protestas son de carácter coyuntural y están organizadas por el partido político de la oposición. Sólo algunas FM brindan un espacio de reclamo, pero no de discusión. En este marco, fue novedosa para la ciudad la realización de una marcha convocada por Juan Carlos Blumberg en contra de la inseguridad y otra que congregó a un grupo de piqueteros liderados por Nina Pelozo de Castells, que reclamaban por los despidos a empleados municipales. Las movilizaciones sólo rompieron las rutinas de la ciudad y es muy significativo el hecho de que estuvieron marcadas por personajes mediáticos externos a la comunidad. También es significativo que, aunque expresaban ideales distintos, ambas fueran convocantes.

Lo que sí generó la participación espontánea de los vecinos dolorenses fue el proyecto Municipal de trasladar la basura del conurbano a la ciudad, sin embargo no se formaron organizaciones estables en torno a este problema y, una vez que la Intendencia decidió dar marcha atrás con respecto a su idea inicial, el interés en la "vigilancia" de la gestión política decayó. Es decir, esta coyuntura no dio lugar a la generación de organizaciones con sentido abiertamente político.

Otras movilizaciones de gran convocatoria se realizaron durante el juicio llevado a cabo por el asesinato de José Luis Cabezas, una pidiendo justicia por la muerte del fotógrafo y otra exclusivamente de dolorenses en apoyo al Juez Machi –en estos ejemplos aparece nuevamente el factor mediático como convocante.

La historia de la ciudad está marcada por estas estrategias que podríamos pensar, en términos de García Canclini, como "interrupciones al orden"¹² ya que una vez que pasa el conflicto que las motivó se disuelven.

¹² GARCÍA CANCLINI, Néstor (2004);
Diferentes, desiguales y desconectados,
Gedisa, Barcelona.

1.5.3) Los grupos etarios en la ciudad. Diferentes apropiaciones de los espacios.

Los niños en la ciudad

Al ser Dolores una ciudad chica ellos pueden circularla con tranquilidad, conociendo todos sus espacios, juegan en las calles, plazas, con amigos y en muchos casos sin la necesidad del cuidado de sus padres. Durante el período escolar concurren a la escuela y a las actividades relacionadas con ésta, siendo la mayor salida ir a los cumpleaños que festejan sus compañeros de grado. En verano pasan sus horas en las colonias de vacaciones y clubes deportivos.

Los adolescentes en la ciudad

Por su parte para los adolescentes lo primordial es ir a la escuela y luego realizar actividades particulares que la ciudad les brinda según sus gustos e intereses (deportes, idiomas, computación, teatro, danzas, entre otras) Es común encontrar grupos bien conformados y diferenciados, generalmente están los que se arman dentro de los cursos de cada colegio, los del barrio, y los que se agrupan por compartir un mismo gusto o hábito, como por ejemplo la música o un grupo musical en particular.

Existe un lazo de pertenencia muy fuerte dentro de cada grupo, como así también una necesidad de diferenciación, especialmente entre los distintos colegios, esto último no es nuevo, sino que se repite generación tras generación, impulsado por padres, hermanos mayores, profesores y hasta autoridades de los distintos colegios, quedando de manifiesto esta confrontación en muchos de los eventos de la ciudad en que participan los adolescentes.

El circuito que la ciudad ofrece para ellos es bastante acotado, esto permite que todos se conozcan, sepan nombres, apellidos, sobrenombres, vida social y familiar. Generalmente pasan sus tardes en la esquina de moda donde hay ubicado un Cyber, (en Dolores hay doce Cybers), algo impensado hace diez años, cuando el lugar escogido por los estudiantes era la Plaza Castelli, a donde iban los adolescentes a la tarde, el estar ahí significaba ser parte de la "movida", además desde ahí se podía ver la casa de los videos juegos, otro lugar clave en aquella época.

Ahora estos lugares han sido reemplazados por los cybers y la plaza apenas es visitada por pequeños grupos que pertenecen a la generación de estudiantes terciarios. Lo mismo ocurre con la casa de los videos juegos, los que concurren a ella y mantienen viva dicha práctica son un pequeño grupo de aficionados.

Hoy los Cyber son un espacio nuevo en el escenario cotidiano de la ciudad, y se han convertido en lugares de encuentro para los adolescentes.

Los chicos se reúnen ahí por el sólo hecho de verse, de juntarse, de compartir la tarde. Esto no quiere decir que todos consuman internet o los conocidos juegos en red. La idea es verse, hace diez años atrás

¹³ A los fines de esta tesis se considera adolescentes a los sujetos que tienen entre 13 y 18 años y jóvenes a aquellos que tienen entre 18 y 30 años. La dife-

renciación está vinculada a los trayectos educativos, ya que lo escolar en una ciudad como Dolores marca los circuitos de consumo cultural.

era en la plaza, hoy es en los cybers, por eso estos lugares no son un espacio de encuentro virtual, por el contrario los adolescentes dolorenses, encuentran en los Cybers un lugar de encuentro físico con sus pares.

Además, suelen ocupar su tiempo en actividades artísticas, principalmente en la música; pero también el teatro, la danza y la pintura constituyen en opciones válidas.

Aprender idiomas también es habitual, como la práctica de algún deporte. Entre los varones el fútbol y el básquet son las principales opciones, mientras que entre las chicas predomina el hockey sobre césped. Las fechas más esperadas son la Fiesta de la Primavera, con el picnic en el parque Libres del Sur y la Estudiantina organizada en el centro de la ciudad. Otra fecha importante para los adolescentes dolorenses es la del carnaval.

En cuanto a la vida nocturna, como se mencionó anteriormente, hay dos lugares de moda a los que se puede ir a tomar algo y quedarse hasta altas horas de la noche son "La Cuadra" y "Zarco". "La Cuadra" es el pub más elegido por los adolescentes.

Los jóvenes en la ciudad

Una vez terminada la escuela secundaria gran parte de los jóvenes se traslada a otras ciudades para seguir alguna carrera universitaria, los que no lo hacen pueden elegir entre las diversas opciones que les brinda la ciudad: las carreras universitarias de Contador Público o Abogacía, o las terciarias de Analista de Sistema, Asistente Social, Enfermería, Bibliotecología, Magisterio y los Profesorados de Historia, Inglés, Francés, Geografía, Biología, Matemática entre otras.

Como ya explicamos, Dolores es una ciudad que no ofrece una amplia o variada vida nocturna, por eso los bares son espacios compartidos por los adolescentes y los jóvenes. Los jóvenes que viven en Dolores o los que vuelven los fines de semana para reencontrarse con familiares y amigos también transitan por estos lugares, compartiendo el espacio con personas más chicas y más grandes.

Los jóvenes dolorenses comparten con los adolescentes los distintos circuitos de consumo cultural (bares, clubes deportivos) pero los recorren y se apropian de estos espacios de maneras diferentes; sus prácticas son distintas. Por ejemplo, mientras los adolescentes se mueven en grandes grupos, los jóvenes lo hacen en grupos más pequeños; prefieren sentarse en las mesas del bar a estar en la pista de baile. Con respecto al deporte, mientras los adolescentes lo hacen por competencia, los jóvenes lo practican como actividad recreativa ya que ya no están insertos en un equipo de la escuela secundaria o tienen actividades laborales que les impiden dedicarse como lo hacían cuando eran estudiantes.

También comparten espacios con los adultos, como el cine, el teatro, los restaurantes. Transitar la juventud en Dolores es una experiencia que ha comenzado a darse en estos últimos años ya que antes lo más común era que los jóvenes dejaran la ciudad para estudiar y volvieran para insertarse directamente en la vida adulta (tanto laboral como familiar) Actualmente, las ofertas de educación superior en la ciudad, pero también las crisis económicas han provocado que muchos jóvenes se queden en la ciudad que aún no les ofrece circuitos propios, por lo tanto han tenido que reapropiarse y resignificar los existentes.

Los adultos en la ciudad

Como se describió anteriormente la población de Dolores se caracteriza por los profesionales, comerciantes, empleados de comercio y empleados públicos. A ellos la ciudad les ofrece diferentes actividades relacionadas principalmente con eventos deportivos, tenis, golf, fútbol, automovilismo, equitación, box, deportes aéreos y náuticos, entre otros, organizados por los clubes de la ciudad, como así también espectáculos musicales. Entre los espacios de recreación preferidos por los adultos se encuentran el teatro y el cine. Últimamente también son muy concurridos los bingos que organizan los diferentes clubes y escuelas a beneficio de sus cooperadoras.

Para los adultos los Carnavales y la Fiesta de La Guitarra son dos buenas ocasiones para salir en familia o con amigos, sentarse en un bar, visitar las ferias, comer en las parrillas y cantinas asentadas en las calles de la ciudad. Son dos propuestas distintas que rompen con la cotidianeidad de la ciudad, ya que generalmente las salidas tienen que ver con ir a cenar a un restaurant, tomar un café en alguna de las confiterías tradicionales de la ciudad, "Mingos" o "Plaza", ir al cine o al teatro.

Como se señaló anteriormente, Dolores no tiene un espacio nocturno para bailar al que puedan concurrir parejas o personas mayores que estén solas o quieran salir con amigos, si quieren hacerlo, como lo hacen muchos, tienen que ir a los lugares antes mencionados y compartirlo con adolescentes y jóvenes.

A la hora de describir a los sujetos que conforman la ciudad de Dolores es importante destacar a las personas que viven en las zonas rurales y transitan la ciudad sólo de paso, ya sea diariamente o fines de semana. Antes la gente de campo visitaba la ciudad mensualmente, cada vez que cobraba su sueldo iba a la ciudad para comprar alimentos y los artículos necesarios, para ir al médico o visitar algún familiar, si bien esta práctica sigue presente los cambios en las comunicaciones y medios de transporte permiten que la gente del campo esté más presente en la ciudad.

Los espacios más visitados son los supermercados, panaderías, veterinarias y casas de remate. Los jóvenes de campo prefieren divertirse en los bailes organizados por escuelas o clubes rurales como así también algún club de la ciudad. Espectáculos como los Carnavales, Exposición Rural, Fiesta de La Guitarra y Fiesta de las Tropillas o del Valor Destreza y Coraje que se realizan anualmente son muy esperados y cuentan con una amplia participación del sector rural.



CAPÍTULO II: Diagnóstico del canal y su audiencia

II.1) El canal en la ciudad

Nuestro trabajo parte de pensar al Canal San José Tv como un espacio atravesado por las prácticas, los sentidos y las miradas que se construyen en la ciudad. Desde este lugar es, también, una organización que interactúa con otras organizaciones y en esa interacción adquiere las características que lo constituyen. Esta tesis se construye a partir de la idea de que la programación no logra generar interés en el público de Dolores y tiene como objetivo proponer una programación que recupere las características de la ciudad y genere identificación en los dolorenses.

Para poder transformar la programación del canal es necesario tener en cuenta qué vínculos existen y, principalmente, cuáles podrían existir y no están siendo reconocidos desde la gerencia del canal. Ya establecimos, en puntos anteriores, los vínculos entre el canal y la municipalidad, espacio del gobierno local; es necesario ahora situar las redes con las otras organizaciones, también para entender qué construcciones de lo político se dan en San José TV.

Para relevar esto, se hicieron entrevistas a los representantes y directivos de las organizaciones más importantes de Dolores y que consideramos necesario que estén presentes en la programación del canal porque forman parte de la vida cotidiana, política, deportiva, cultural y social de la ciudad.

Cuando consultamos a los referentes de estas organizaciones sobre su relación con el canal en la mayoría de los casos sostuvieron que sólo envían esporádicamente algún tipo de comunicado para el noticiero pero nunca un aporte mayor para que sea motivo de desarrollo en los distintos programas que ofrece San José TV. Esto demuestra el acotado vínculo comunicacional que existe entre el canal y la ciudad, teniendo en cuenta que estas organizaciones deberían ser una importante fuente de información, como así también podrían aportar un interesante material para desarrollar en programas que aborden temáticas relacionadas a su actividad.

En relación a cómo San José tv retoma la información de las actividades que las organizaciones generan, María Rosa Marsiglia, directora de la escuela Media n°4, explicaba: “Por lo general se procede a la lectura textual de la información enviada sin procesamiento en el noticiero local, es decir no se le practica edición alguna del material. Y a ésta se le suman imágenes de archivo que han sido tomadas en otro momento. En pocos casos se emiten entrevistas.”

San José televisión no es visualizado por los referentes de las organizaciones como el medio de preferencia. Por este motivo, muchas veces eligen promocionar sus actividades en otros espacios o medios locales. “Los socios se informan también con el resto de los medios que cubren de diferente manera los eventos que lleva a cabo el club, por ejemplo los partidos de fútbol o básquet que suelen realizarse en la sede. Por lo general los periódicos cubren con mayor frecuencia tales eventos” explica Facundo Dávila, vicepresidente del Club Ever Ready.

Si bien algunas veces el noticiero retoma las actividades realizadas en el marco de estas organizaciones, lo hace, como señalábamos antes, con lectura de gacetillas y sin producción periodística (no hace entrevistas, ni informes, ni inserts actuales) A esto se suma que el resto de la programación no brinda ningún espacio a este tipo de actividades. En este sentido, Mario Tamagno, Integrante de la Mesa de Servicio a la Comunidad del Rotary Club, explicaba: “En realidad la información con respecto a nuestras actividades se destaca en la edición del noticiero, pero no en otros programas”

II.1.1) San José Televisión: los orígenes

En 1985, Arturo Gilabert (actual director del canal) formó una sociedad que se llamó Unidad TV Canal 5 (UTV) El nombre hace alusión a la unidad entre los socios, ya que en un momento existió la idea de que en Dolores haya dos canales, pero finalmente se decidió armar esta sociedad.

Durante 1997 el canal fue vendido a Cablevisión, el cual mantenía el manejo hasta que en 2001 decidió no cubrir más la información de la ciudad de Dolores. A partir de ese año San José Televisión, bajo la dirección de Arturo Gilabert, se hace cargo nuevamente de la frecuencia local de canal 5. De este modo, el servicio de cable queda en manos de Cablevisión y el canal local es tercerizado.

II.1.2) La Programación: el análisis

Según Valerio Fuenzalida¹⁴ desde el punto de vista semiótico, la programación en televisión es el resultado de las características temporales de los signos audiovisuales televisivos, éstos se despliegan en el tiempo, y por ello la programación se despliega en el transcurso temporal del día, de la semana, del año, y este carácter temporal tiene implicancias, incluso, en la producción estética de los signos, como la existencia de los géneros diarios (noticieros) y seriados (novelas). Los estudios de recepción muestran que también existen temporalidades en los televidentes, es decir tiempo destinado a las actividades, al descanso, etc., estos ritmos temporales en la audiencia, ya sea en amas de casa, jóvenes, adultos y otras segmentaciones pueden ser diarios, semanales, estacionales; por eso la acción de programar debe ajustar exitosamente ambas temporalidades: el transcurso programático de pantalla, con los ritmos temporales grupales y subjetivos.

San José TV transmite sólo de lunes a viernes, los fines de semana no se emiten programas, sólo aparece en pantalla la grilla de programación. Ésta consiste en la emisión de: el noticiero del mediodía a las 13:00 hs, el noticiero de la noche a las 21:00 que, pese a ser en vivo, repite las notas del noticiero de las 13:00 hs., 5 programas, que se emiten una vez a la semana después del noticiero y 1 programa religioso con el que cierra de lunes a viernes la programación.

Para llevar adelante esta programación San José cuenta con un plantel permanente de 9 empleados: 2 operadores, 2 periodistas, 1 productor comercial, 1 productor general, 2 presentadores del noticiero, 1 camarógrafo. A estos empleados hay que agregar a los conductores de los programas "La hora del Líbano" y "María Esperanza del Mundo" que son espacios vendidos por San José Televisión, y ellos mismos se encargan de la conducción y la producción periodística del programa, aunque utilizan el equipo técnico del canal para ser emitidos.

Para analizar la programación de San José Televisión y el lugar que ésta ocupa en la cotidianidad de los televidentes de la ciudad partimos de una encuesta realizada por los alumnos de la carrera de Comunicación Social dictada en el Instituto N° 26 de la ciudad de Dolores. Las conclusiones que arroja este trabajo de campo nos permiten saber que de un total de 25 personas encuestadas, a las que se les realizó la pregunta ¿Qué opina del canal local? sólo 2 personas lo consideraron bueno, 3 personas dijeron que lo único que miraban era el noticiero, 7 personas opinaron que el canal local no tiene programación.

¹⁴FUENZALIDA Valerio, "Programación: por una televisión pública para América Latina", en Televisión pública: del con-

sumidor al Ciudadano. Rincón Omar, compilador, (2005) Ediciones La Crujía, Buenos Aires.

Otras 7 personas dijeron que era muy malo, y 6 que directamente no lo veían.

Si bien la encuesta que realizaron estos estudiantes es acotada, permite marcar cierta tendencia que luego será reforzada por las entrevistas que nosotras realizamos y que también dan cuenta del descontento de los habitantes de Dolores con la programación local.

En este sentido, Mercedes Bazterrica, conductora del noticiero, explicó que el canal no tiene conocimiento de la opinión del público. No se hacen encuestas para tomar contacto con la audiencia (actual y potencial) y la audiencia tampoco realiza llamados telefónicos para opinar sobre los diferentes temas tratados como lo hace con el resto de los medios de la ciudad. Sólo se comunican con el canal para solicitar mascotas perdidas o para reclamar por desperfectos técnicos o cortes del servicio de cable, los cuales no son responsabilidad de San José Televisión sino de Cablevisión.

Actualmente la programación de San José televisión cuenta con la siguiente grilla de horarios:¹⁵

Día/Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
13:00 a 14:00	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5
21:00 a 22:00	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5
22:00 a 23:00	Puesta a Punto	Diálogo Franco	Todas las Voces	La Hora del Líbano	Te acordás Dolores
23:00 a 24:00	María Esperanza del mundo	Maríz Esperanza del mundo	María Esperanza del mundo	María Esperanza del mundo	María Esperanza del mundo

- **Puesta a Punto:** (programa semanal de automovilismo)
- **Diálogo Franco:** (programa semanal de política local)
- **Todas las voces:** (programa semanal de política local, con la presencia de entrevistados)
- **Hora del Líbano:** (programa semanal, que destaca las costumbres y cultura de dicho país)
- **Te acordás Dolores:** (programa semanal que trata sobre hechos ocurridos en la ciudad, contiene archivos y testimonios)
- **María Esperanza del Mundo:** (programa semanal, religioso)

- **Noticiero 5:** Se emite diariamente en dos ediciones, pero la producción de noticias no es suficiente para cubrir esas dos horas que San José tv destina al noticiero. La emisión de la noche repite a la del mediodía y, generalmente, las mismas notas se reiteran a lo largo de la semana. No hay producción periodística y no se retoman las noticias que son tratadas por otros medios dolorenses.

Más allá de esto, el noticiero es el fuerte de la programación, es lo más visto por el público además de

¹⁵Esta programación con la que se trabaja corresponde al período 2005-2006. Fue necesario hacer este recorte porque, si bien siempre se mantuvo y aún se mantiene la

misma base en la programación, hubo modificaciones (temporada de verano, renovaciones de contrato entre los programas y el canal, programas que se fueron y luego

volvieron) que han generado algunos cambios temporarios pero que no han modificado la estructura y los contenidos generales de la programación.

ser el programa con mayor estabilidad a lo largo de los años. Sobre este punto Bazterrica opinó que “si bien el noticiero es el programa más importante del canal creo que le falta material e ir en búsqueda de la noticia como lo hacen el resto de los medios, creo que esta es la mayor diferencia, que el canal está alejado del público, el contacto con la gente es distante”

Puesta a punto: es un programa de automovilismo, un deporte de gran convocatoria en la ciudad de Dolores, pero no el único. El fútbol, el tenis, el golf, entre otros, son deportes de mucha importancia en la localidad; sin embargo San José televisión no habla de ellos, salvo en ciertas oportunidades cuando el noticiero informa sobre alguna competencia local y zonal.

Lo que sucede en Puesta a Punto ocurre con el resto de los programas semanales. Por ejemplo, la ciudad cuenta con varias alternativas acerca de espectáculos, turismo, deportes, cultura, etc.; pero es muy escasa la información que el televidente recibe al respecto.

Todas las voces: es un programa político que, paradójicamente, no da lugar a todas las voces, ya que siempre son los mismos los invitados que concurren (integrantes del partido oficialista), y siempre son los mismos los temas tratados.

Diálogo Franco: es un programa periodístico que aborda la actualidad de la ciudad, pero desde una mirada oficialista¹⁶ y acotada, destacando siempre las iniciativas y proyectos municipales, y obviando las problemáticas o inquietudes que pueden tener o surgir de los dolorenses.

La Hora del Líbano: programa producido y realizado por integrantes de la colectividad de ese país que residen en Dolores. La idea de este segmento es rescatar la cultura del Líbano, su música, vestimenta, comidas y actualidad política.

María Esperanza del mundo: programa religioso que difunde el evangelio y la palabra de Dios. Es un enlatado, es decir no es una producción dolorense, sino que es un producto que se distribuye en distintos canales de cable.

Esta programación no contempla propuestas destinadas a la juventud, los niños ni adolescentes; tampoco a las actividades culturales, deportivas ni a las organizaciones más importantes de la ciudad.

El sustento económico de esta programación

El canal se sustenta económicamente a través de la venta de los espacios para programación, como así también por la publicidad. La publicidad ocupa un lugar sumamente importante dentro de la programación. Por ejemplo en el noticiero que dura 1 hora se emiten 35 minutos de publicidad, además dentro de los compactos de noticias también hay publicidad.

¹⁶ Cuando en la tesis nos referimos a una mirada oficialista, lo estamos pensando en relación al gobierno municipal.

En la mayoría de los casos la publicidad es de los comercios de la ciudad y se basa en una imagen congelada del exterior y uno o dos paneos del interior del negocio mientras que una voz en off masculina (seguramente para diferenciarla de la conductora del noticiero) relata la dirección y las principales ofertas.

El tiempo destinado a la publicidad es mucho y si a esto se suma que en cada emisión del noticiero se otorgan 5 minutos al informe de la Municipalidad elaborado por el equipo de prensa municipal, y lo extenso que son los separadores que se usan como apertura del noticiero y de cada bloque, obviamente que el tiempo que queda para desarrollar otro tipo de noticias es muy poco (10 minutos).

A la hora del análisis, la presencia del informe municipal no sólo cobra importancia por el tiempo que ocupa dentro del noticiero, sino también por la influencia política que ejerce en el contenido de la línea editorial del noticiero y de toda la programación.

Sin duda el canal está atravesado por una inclinación oficialista que se ve claramente en el noticiero y en los programas periodísticos. No ofrece espacio a la denuncia ni a los reclamos de la ciudadanía y, generalmente, los entrevistados son los representantes del gobierno, dejando relegado a los referentes de la oposición.

II.2) La audiencia actual y potencial de San José televisión

II.2.1) Marco conceptual para comprender qué decimos cuando hablamos de audiencia

Para analizar la audiencia de San José TV partimos del concepto que la define “como un conjunto segmentado de sujetos activos, despojados de la pasividad y alienación con que muchos investigadores y medios los han analizado”¹⁷

Esta idea de audiencia como colectivo activo y creativo se ha expandido desde la segunda mitad de la década del 80, intensificando la noción de una audiencia activa, ya no entendida desde un proceso de recepción pasiva, sino desde la acción e interacción, de ambigüedad, de resistencia y negociación.

Para comenzar a hablar de la audiencia no podemos obviar los estudios que, sobre ésta, surgieron en los años 80, cuando comienzan a focalizarse en las distintas posibilidades de comprensión de los mensajes, según Omar Rincón “esta perspectiva se interesa tanto en la construcción discursiva del lector como en la relación entre los textos televisivos y los sujetos reales”.¹⁸

Por su parte Martín Barbero, si bien reconoce las relaciones de poder desiguales en los procesos de comunicación (los medios como empresas que legitiman miradas sobre el mundo e instalan agendas), se refiere a la capacidad de las audiencias de resignificar, es decir de producir nuevos discursos. En los años 90 los estudios se centran en el análisis del consumo siendo Martín Barbero, García Canclini, Orozco Gómez, entre otros quienes empezaron a trabajar la relación entre los procesos culturales y las mediaciones que participan en los procesos de comprensión, interpretación de los mensajes, “se comienza a pensar en las diversas temporalidades, la presencia de lo cultural como lugar del sentido comunicado y las competencias comunicativas que despliegan las audiencias”¹⁹

En la relación televisión y audiencias se desarrolla un proceso complejo de mediaciones, como expresa Martín Barbero, es desde los contextos culturales desde donde el público se apropia de significaciones y otorga sentido al proceso de comunicación, donde se ponen en juego la identidad cultural, la producción diaria de cultura, la sociabilidad y la ritualidad.

“La interacción TV audiencia no debe tomarse como un solo conjunto de acciones, sino como una práctica comunicativa, en la cual se dan combinaciones específicas de mediación”²⁰ La programación de televisión debe responder a esta práctica comunicativa de negociación y mediación entre los criterios económicos que la influyen, la competencia, la tradición del canal, la línea editorial marcada, pero también entre las normas legales vigentes en cada país, la cultura, el contexto, los intereses y las tradiciones de su audiencia. Dice Martín Barbero que los discursos de los medios viven de los imaginarios, de las representaciones sociales y colectivas. Es allí donde la programación encuentra su fuente para lograr que el público se identifique con ella, que se apropie de sus discursos.

Esta forma de entender a la audiencia es la que tomamos a la hora de llevar adelante nuestro trabajo.

¹⁷ OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996); La investigación en la comunicación desde la perspectiva cualitativa; Periodismo y Comunicación; La Plata.

¹⁸ RINCÓN, Omar (2005, compilador). Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2005.
¹⁹ Idem

²⁰ OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996); La investigación en la comunicación desde la perspectiva cualitativa; Periodismo y Comunicación; La Plata.

II.2.2) Una aproximación a la audiencia actual y potencial de San José TV. Análisis de las entrevistas semidirigidas.

Como se mencionó anteriormente para acercarnos a la audiencia actual y potencial y conocer su opinión con respecto a San José Televisión recurrimos a la realización de entrevistas semidirigidas. Para esto entrevistamos a 250 personas, entre ellos niños, adolescentes, jóvenes y adultos de ambos sexos. Las entrevistas se realizaron recorriendo diferentes hogares. Como la empresa no nos brindó registros acerca de qué hogares eran usuarios de Cablevisión iniciábamos la entrevista consultando si tenían acceso a la programación de San José televisión. Elegimos no preguntar si estaban abonados al cable o no porque en algunas zonas se da una condición de irregularidad respecto a los abonos que a los fines de esta investigación no interesaban porque lo importante era saber si tenían acceso o no a la programación de San José televisión. Si la respuesta era afirmativa procedíamos a realizar la entrevista. Utilizamos dos modelos diferentes de entrevistas semidirigidas, el primero destinado a quienes tenían acceso y miraban la programación del canal local y otro destinado a quienes, aún teniendo acceso, no miraban el canal local. (se adjuntan los modelos en el anexo).

En este primer acercamiento muchos de los que respondieron las entrevistas eran adultos y nuestra investigación necesitaba de otras visiones, por eso decidimos ir a buscar a los adolescentes y jóvenes a las escuelas y los clubes porque, aunque no fueran audiencia actual de San José televisión, nos interesaba conocer sus opiniones ya que constituían la audiencia potencial.

En este caso también preguntábamos si tenían acceso a Cablevisión en sus hogares y si miraban o no San José televisión. Aplicamos los mismos modelos de entrevistas.

También diseñamos un modelo 3 de entrevista que apuntaba, ya no al consumo doméstico de San José televisión, sino a indagar en torno a las relaciones del canal con otras organizaciones. Para llevar adelante estas entrevistas seleccionamos a referentes de las principales organizaciones políticas, educativas, sociales, culturales, deportivas de Dolores lo que nos permitió conocer cuál es el vínculo y la relación entre éstos y San José Televisión.²¹

En el caso de las entrevistas en los hogares, en los clubes y escuelas la presentación era espontánea, es decir no pautábamos antes con los entrevistado. En el caso de los referentes, las entrevistas sí eran pautadas telefónicamente. De todos modos, en ambos casos los entrevistados nos recibieron con amabilidad y cortesía al presentarnos como estudiantes dolorenses. Esto nos permitió avanzar en la realización de las entrevistas.

El análisis fue un poco más complejo ya que al ser entrevistas semidirigidas era difícil encontrar una forma de tabularlas, de todas maneras nuestra intención no era obtener porcentajes, si no una tendencia que rescatara impresiones, sentimientos, representaciones...

²¹ La información surgida de estas entrevistas fue recuperada en el capítulo 2. Se entrevistó a directivos de: la Escuela Media n°4, la Sociedad Rural, la Cámara

de Comercio, el Rotary Club, el Club Ever Ready, el Club Social, la Escuela Media n° 3 y la Escuela Primaria n° 7.

La información que surgió del análisis permitió entender el rol que el canal cumple y el espacio que ocupa en la vida cotidiana de los ciudadanos de Dolores.

Una de las primeras cuestiones significativas que surgieron de las entrevistas es que de las 250 personas entrevistadas 175 dijeron no mirar San José Televisión. Este número representa cerca del 70% de los entrevistados. Cuando se les consultaban los motivos, la mayoría de los que habían respondido esto vinculaba su decisión a la poca programación del canal, a la que calificaban de "mala" y "aburrida". Estos calificativos se usan tanto para referirse al contenido de los programas como a las cuestiones técnicas. Muchos de los entrevistados mencionaron la mala señal, la mala calidad de sonido y las técnicas "poco profesionales de edición". Como decíamos antes el público de San José TV está acostumbrado a ver canales de aire nacionales en los que la calidad de señal y los modos de decir, de mostrar responden a un estilo mucho más actual que el que maneja la programación de San José TV. Los planos que duran mucho tiempo, la falta de movimientos de cámara, la poca desenvoltura de los conductores, los decorados de cartón dan cuenta de un estancamiento en el proceso de hacer televisión. Los modos narrativos de San José TV se asemejan a los de la década del '80 y, si bien el público no puede expresar esto en términos técnicos, lo percibe porque está acostumbrado a ver televisión, porque la televisión y sus narrativas forman parte de su cotidianidad.

San José TV no invita a ser mirado desde su estética, pero tampoco desde los contenidos. Si bien entendemos que es un canal local y que no cuenta con los recursos técnicos de canales nacionales, tampoco tiene una buena imagen en la audiencia dolorense desde los contenidos que aborda. La mayoría de los entrevistados señaló que la programación es poco variada, que se reitera la información y que no se abordan los temas con profundidad. Una de las sugerencias de cambio que más se escuchó fue la de que los programas aborden temáticas que interesen a la comunidad y que lo hagan "responsablemente". En términos periodísticos se podría interpretar que lo que reclaman es que haya más producción en torno a los programas.

En este sentido, entre las principales temáticas que les gustaría a los entrevistados que se abordaran en San José TV se destacan: actualidad dolorense, deportes, educación, temáticas rurales, problemáticas sociales, proyectos de la región, salud, espectáculos locales y regionales.

Otra de las cuestiones significativas que surgió del análisis de las entrevistas fue que la mayoría sólo mira San José Televisión cuando saben que por algún motivo ellos o alguna persona conocida va a aparecer en alguno de los programas. Esto hace que los programas no tengan una audiencia cautiva, el acercamiento a San José TV es esporádico y circunstancial y no se debe al interés por la programación sino por algo casual.

Otro rasgo a tener en cuenta es que los entrevistados dijeron que generalmente acceden a la información sobre lo que pasa en la ciudad a través de los otros medios de comunicación que existen. El medio más elegido es la radio, ya sea en la frecuencia AM o FM, y en menor medida alguno de los diarios. La radio parece brindarle a la audiencia dolorense mayor cantidad de información, sobre temas más variados que los que ofrecen los programas de televisión y, especialmente, lo que los entrevistados perciben como mayor producción periodística. Otro de los aspectos que destacan de los programas de radio

es que les permiten una mayor interacción, no sólo por hacer un llamado y opinar sobre un tema, sino porque muchas veces son los mismos oyentes los que proponen las temáticas a ser abordadas a partir de esos llamados.

Hay que reconocer que la calidad técnica de muchas radios dolorenses no es la más óptima y que los programas carecen de una propuesta estética definida sin embargo esto que en los programas de TV se percibe como falta de profesionalismo no se enuncia al momento de opinar sobre los programas radiales. Esto se debe, quizás, a que la radio los interpela desde otro lugar al hacerlos partícipes, al darles temas de discusión y al mantenerlos informados de lo que pasa en Dolores, cosa que no logran los programas de San José Tv.

En las entrevistas de aquellos que reconocieron mirar frecuentemente la programación de San José TV también aparecen estas críticas a la calidad de los contenidos. A esto se agrega la percepción de que el noticiero del canal tiene una marcada tendencia oficialista²² y que hay una clara presencia municipal en la elección de los temas que se abordan en los programas. Frente a esto surge el reclamo de una información más pluralista y un canal más abierto a toda la comunidad.

De estas entrevistas también se desprende otro dato significativo, la mayoría de los dolorenses que mira San José TV mira solamente el noticiero en alguna de sus dos ediciones, pero muy pocos miran regularmente alguno de los otros programas que el canal ofrece. Es decir que, si bien la mayoría de los entrevistados aseguró que su principal fuente de información no era el noticiero de San José televisión sino otros medios locales, aquellos que aseguran ver el canal local miran casi únicamente el noticiero. Este dato resultó importante para pautar la nueva programación ya que la propuesta contempla, en primer término, una transformación del noticiero para que se convierta en la puerta de entrada al resto de la programación de San José tv.

A partir de estas primeras respuestas se les preguntó tanto a los entrevistados que aseguraron mirar algún programa de San José tv como a los que no, qué le cambiarían a la programación, qué temáticas les gustaría que se abordaran, qué tipo de programas les gustaría que produjera el canal. Estas preguntas sirvieron como disparadores para diferentes respuestas que nos permitieron luego proyectar una propuesta que contemplara esas preferencias. En este sentido una de las respuestas más frecuentes fue el planteo de que se debería evitar la reiteración continua de información. Esta crítica se relaciona principalmente con la repetición del noticiero, ya que durante varios días ambas emisiones pasan las mismas notas y los mismos informes.

Otra de las propuestas de los televidentes fue la de incluir temas de actualidad de Dolores como por ejemplo realizar una mayor cobertura de los deportes locales, de la educación en la región y de las problemáticas rurales. Otro grupo de entrevistados especificó que le interesaría que haya programas sobre la historia de Dolores y las actividades culturales. Esta respuesta fue dada principalmente por los adultos.

Los adolescentes, por su parte, dijeron que mirarían San José tv si tuviera algún programa que mostrara la "movida nocturna dolorense", los cumpleaños de 15 y las actividades extra escolares que realizan

²² Es importante aclarar que estas entrevistas fueron realizadas antes de las elecciones de 2007 y que el intendente era

Alfredo Meckievi, del partido Justicialista. Actualmente el intendente es del partido radical: Camilo Echevarren.

distintos grupos: deportes, teatro, bandas de música locales, entre otras. A los adultos y también a los jóvenes les interesaría que haya programas que investiguen a partir de denuncias y reclamos, y también programas periodísticos de debate político. Otra de las propuestas que surgió a partir de las entrevistas fue la de transmitir las fiestas populares y las actividades folclóricas que se hacen en la región.

Otro aspecto importante que tuvimos en cuenta al momento de elaborar la propuesta fue el horario en el que los entrevistados aseguraban mirar más televisión. En la mayoría de los casos el horario señalado fue el de la noche, por eso creemos que el fuerte de la programación debe desarrollarse en la franja de 18 a 24 horas.

En las entrevistas a los referentes surgió el interés de que San José TV promocionara las actividades y proyectos que estas organizaciones llevan adelante. Los referentes coincidieron en que no hay un acercamiento del canal en busca de esa información, sino que son las organizaciones las que deben proporcionárselas. Esto se convierte en una simple lectura de gacetillas, sin producción periodística, ni cobertura.

Por lo tanto, uno de los aspectos que a los referentes les gustaría cambiar es la relación entre el canal y las organizaciones que representan, tener comunicación con la producción y que las actividades que realizan sean tenidas en cuenta por el canal.

CAPÍTULO III:

Una propuesta de programación para San José Televisión

Para planificar una nueva programación partimos de entender a la audiencia como un sujeto histórico atravesado por un contexto social y cultural, nos corremos, así de las miradas vinculadas al funcionalismo y al conductismo, para pensar al sujeto como productor de sentidos. Esto, sin embargo no implica sobredimensionarlo y plantarlo como factor decisivo al momento de definir la programación, reconocemos, como ya explicamos antes, que las preferencias, los modos de ver de estos sujetos están atravesados por lo cultural/social, por el contexto y la historia y, además, reconocemos que existen otros factores que van mas allá de los gustos al momento de definir una programación. En primer lugar, los recursos técnicos y económicos; pero también las relaciones comerciales y políticas.

La tarea del planificador siempre parte de un posicionamiento ideológico, en el sentido que Stuart Hall le da a la ideología, es decir, como un sistema de ideas que permiten pensar al mundo. Lo importante es poder reconocer estos conceptos, estas nociones que entran en juego a la hora de analizar un espacio, y poder realizar una reflexión sobre nuestro rol como planificadores.

Para llevar adelante esta programación nos basamos en la idea de planificación que sostiene Washington Uranga, es decir entenderla como un proceso de transformación, como una reflexión crítica sobre el lugar en que estamos. "La planificación nos proyecta hacia el futuro desde la realidad del presente. Planificar es organizar pasos y los medios, partiendo de un diagnóstico de la realidad, de las situaciones que la conforman, buscando respuestas a los problemas y generando alternativas"²³

Se trabaja a partir de respetar las características propias del contexto sin eliminar lo diverso, rescatando todas las miradas y todas las experiencias para generar acciones y estrategias de comunicación, analizando a la ciudad de Dolores como un escenario vivo, dinámico y en el que se desarrollan diferentes prácticas y relaciones entre los actores, mostrando la complejidad de la trama social.

Desde esta idea de planificación fue fundamental el diagnóstico que nos permitió realizar una lectura de la realidad que estamos analizando, sus actores, identidades, problemáticas y situaciones de comunicación, "el diagnóstico permite una lectura esencial de determinada realidad social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica"²⁴

El diagnóstico fue fundamental para la búsqueda de una programación que contemple las características de la ciudad, de la audiencia actual y potencial, además de brindarnos los datos que nos permitieron conocer el espacio que representa y el lugar que ocupa este medio en la vida cotidiana de los dolorenses, la relación que la audiencia tiene con los otros medios de la ciudad, y las posibilidades de producción que posee San José televisión.

Por eso comenzamos a planificar la nueva propuesta de programación para San José TV, una vez analizadas las características que hacen a la ciudad, los intereses de la audiencia actual y potencial, las potencialidades del canal, el material técnico, los recursos económicos y los profesionales con que cuenta. A la hora de planificar una programación para San José televisión, también es necesario aclarar que un canal local no reemplaza el nicho de un canal de aire nacional o regional, sino que es un complemento de éstos. Como expresa Fuenzalida "una programación de un canal local puede descansar sustantivamente en géneros orales en vivo, como magazines de compañía amistosa y educativa, programas de consulta en salud, conversación testimonial sobre problemas cotidianos, concursos, demanda a las

²³ URANGA, Washington y BRUNO, Daniela (2001) "Itinerarios, razones e incertidumbres en la planificación de la comunicación"

²⁴ PRIETO CASTILLO, Daniel (1990) "Diagnóstico de Comunicación" CIEPAL-Quipis; Quito.

autoridades políticas locales por resolución de problemas y mejoría de la calidad de vida, campañas de utilidad social, información local y regional, programas de debate, e información cultural, de turismo regional y eventos regionales"²⁵

Por este motivo para llevar adelante nuestra propuesta, como lo mencionamos anteriormente, nos basamos en las características de la ciudad, de los dolorenses, en las potencialidades del canal y en los aportes de la audiencia (actual o potencial) que surgieron a partir de las entrevistas semidirigidas.

La nueva propuesta contempla la posibilidad de que haya programas producidos por San José Televisión y otros espacios sean vendidos a producciones independientes, siempre y cuando se enmarquen en las temáticas propuestas por el canal y en su estilo editorial. Vender espacios permitirá una pluralidad de oferta que, en sí misma, la estructura de San José televisión no podría sostener.

Sin embargo es necesario que el canal organice y sostenga una programación de al menos de 7 horas diarias. La repetición de algunos programas permitirá mantener la continuidad de emisión para no tener que recurrir todo el tiempo, como sucede actualmente, a bajar la señal de otro canal. Si bien la repetición apareció como un punto de crítica en las entrevistas realizadas a la audiencia actual y potencial de San José tv, consideramos que en este caso sería diferente ya que se plantearía como otra oportunidad de ver lo que no se pudo ver y no se la disfrazaría de novedad como se hace ahora con las emisiones del noticiero, por ejemplo. Además, en el horario central, de mayor encendido, se emitirán programas diversos, que no reiteren información. Esta no reiteración de información será tenida en cuenta, también, para las dos emisiones del noticiero.

La programación comenzará a las 13 hs con la primera emisión del noticiero y cerrará a las 24 hs. Por la tarde se darán las repeticiones de los programas centrales de la noche. La programación central retomará a las 18 hs. Según las opiniones que recogimos con las entrevistas semidirigidas, consideramos que los programas deberían girar en torno a temáticas como: actualidad de Dolores y la zona, temáticas rurales, deportes, política, educación, salud, espectáculos.

Debido al despliegue de producción que requiere la ficción –cámaras, locaciones, escenografías, equipo técnico, personal en este primer momento de reorganización de la programación no se incluirá en la grilla este tipo de programas (novelas, series, unitarios, etc.) Por lo que la programación girará en torno de programas periodísticos y de entretenimiento.

Es importante partir de la idea de que la audiencia (actual y potencial) de San José TV mira principalmente los canales de aire de Capital Federal (competir, aunque sea a esta escala local, resulta muy complejo porque esos canales cuentan con una programación variada, con personajes reconocidos, que ya se han instalado en la cotidianidad de la audiencia), por eso el canal debe interpelar a su público de una manera que los grandes medios no pueden hacerlo, desde la cercanía y la puesta en escena de los temas que competen a los dolorenses. San José TV debe hacerlos sentirse parte de los programas. Por una cuestión tanto económica como técnica la mayoría de los programas serán grabados o se realizarán en estudios. Como se dijo anteriormente, es importante tener en cuenta que San José televisión

²⁵RINCÓN, Omar Op. Cit.

cuenta con un plantel de sólo 10 empleados: 2 Operadores, 2 periodistas, 1 productor comercial, 1 productor general, 1 presentadora (Noticiero) 2 conductores (de los programas diálogo Franco y Todas las voces,) y 1 camarógrafo. Estas personas no se dedican exclusivamente a este trabajo, sino que lo consideran un empleo de medio tiempo.

Esta falta de recursos humanos genera dificultades al momento de plantear una reestructuración de la programación, pero consideramos que al abrir el campo de contenidos, al hacer el canal más atractivo para el público, también se generarán nuevos ingresos por publicidad (la pauta publicitaria presente hoy en día, tal como se explicó antes, es importante pero pareciera no estar reinvertida en la programación del canal), lo que permitirá aumentar la planta de empleados que lleven la programación adelante y mejorar el equipamiento técnico. Esto será una inversión que, a largo plazo, permitirá ampliar las posibilidades de la programación (incluyendo otros géneros, estilos y formatos que antes resultaban más complejos de realizarse)

III.1) Propuesta y grilla de programación sugeridas

Nombre: Noticiero 5

Temática: Actualidad

Género: Periodístico

Día y hora sugerido: de lunes a viernes, dos emisiones de 13:00 a 14:00 y de 21:00 a 22:00

Características Generales:

La programación comenzaría con la primera edición del noticiero local que saldría en vivo desde el estudio. Duraría una hora, de 13 a 14. Este noticiero ya existe en la programación y es el programa más visto por la audiencia. Sin embargo, en las entrevistas surgieron diversas críticas que nos llevan a pensar en la necesidad de proponer algunas modificaciones.

Sería interesante la presencia de dos conductores, un hombre y una mujer. Esto responde al formato estandarizado de los noticieros y permite el juego de voces y de cámaras que son imposibles cuando hay un solo conductor, como ocurre en la actualidad. Que haya dos conductores, además, permitiría el diálogo sobre las noticias y no la simple presentación de notas que es la dinámica que se da actualmente.

Hay que recordar que el canal cuenta con un solo camarógrafo, pero podemos pensar que una modificación en la programación también puede determinar pequeños cambios en la estructura de San José Televisión, por lo tanto se planteará la necesidad de contar con otra cámara en piso.

Estos conductores serán además quienes salgan a hacer las notas, ya que al ser la cara del noticiero tendrán un reconocimiento entre el público. Además, de esta manera se los verá como periodistas y no como presentadores.

En el noticiero se incluirían temas de político local, salud, educación, deportes, espectáculos y sociales. Si bien no serían secciones fijas, organizarían la estructura del noticiero y brindarían diversidad temática.

Según el diagnóstico realizado, los dos problemas principales que tiene el noticiero que se emite actualmente son, en primer lugar, la reiteración de noticias a lo largo de la semana en sus dos emisiones, en segundo lugar la poca cantidad de tiempo destinado al desarrollo de la información ya que la mayor parte del tiempo de aire se utiliza en tanda publicitaria.

El primer problema se resuelve con mayor producción periodística. Dolores es una ciudad chica, pero ocurren cosas que quizás para los grandes medios no sean importantes, pero sí para la comunidad. Se debe reducir la cantidad de noticias retomadas de agencias y producir notas locales. Además las informaciones deben ir acompañadas de imágenes que las ilustren o deben basarse principalmente en coberturas y no en la lectura de gacetillas. Es un medio audiovisual y, por lo tanto, tiene que usar los recursos que este lenguaje brinda.

Si bien es lógico que, por ejemplo, la segunda edición repita notas (ya que también está pensado para el público que no pudo ver la primera edición, y es un recurso que también utilizan los noticieros de los

canales de aire) debería haber por lo menos dos notas diferentes o a las que se les agregue información, reforzando así, la idea de actualidad.

El segundo problema es de difícil negociación ya que implica una reducción del tiempo de publicidad lo que no necesariamente debería significar una reducción de los ingresos. La propuesta es reconfigurar el estilo publicitario, no sólo del noticiero, sino de todos los programas. Tandas más cortas, no necesariamente descriptivas (actualmente, por ejemplo, se hacen muchos planos establecimiento de los comercios, planos que duran varios segundos, provocando saturación y ocupando tiempo que podría ser utilizado de otras maneras) sino que apunten a generar mayor impacto comercial.

La reconfiguración de estilo que debería hacerse en las publicidades, también es necesaria en la programación, ya que las potencialidades que brinda el lenguaje audiovisual no están bien aprovechadas ni en la publicidad, ni en el desarrollo de la programación.

Además de esta reconfiguración, otra propuesta para mantener la cantidad de pauta comercial sin que esto vaya en detrimento de la calidad del noticiero es que las publicidades se incluyan como auspiciantes en distintas secciones y que aparezcan en los créditos finales.

Nombre: Resumen Deportivo

Temática: Información Deportiva

Género: Periodístico

Día y hora sugerido: lunes de 22:00 a 24:00

Características Generales:

Sin duda, un nicho a cubrir en la programación es la temática deportiva, ya que el único programa que posee San José es Puesta a Punto que está dedicado exclusivamente a la actividad automovilística.

Como dijimos anteriormente la sociedad de Dolores está muy vinculada con la práctica y el gusto por diferentes deportes, y su ausencia en la programación fue uno de los puntos débiles que marcaron las personas que fueron entrevistadas para esta tesis.

A su vez el diagnóstico realizado, también nos brindó la información de que existen muchos espacios y clubes que se dedican al deporte. Por estos motivos consideramos que no puede faltar en la programación un espacio que aborde la totalidad de la actividad deportiva de la ciudad.-

Es oportuno que un programa de estas características se emita una vez por semana los días lunes. La elección del día tiene que ver con que los fines de semana es cuando hay mayor actividad deportiva, por eso este programa serviría como un resumen.

El programa requiere de un conductor que maneje esta temática y se sienta cómodo a la hora de hablar de los diferentes deportes que se practican en la ciudad (fútbol, básquet, tenis, rugby, hockey, golf, boxeo y automovilismo) La idea sería que el programa brinde información de lo que sucedió el fin de semana en los distintos deportes, esto estaría acompañado por notas que permitan desarrollar y analizar las distintas actuaciones.

Teniendo en cuenta la importancia de los temas a desarrollar podrían presentarse dos invitados que pueden ser protagonistas de lo acontecido o personas especializadas en la actividad a tratar, para poder enriquecer y ampliar la información y el análisis.

Al ser el deporte una temática que interesa mucho a la audiencia, el programa podría emitirse en vivo, de esta manera se contaría con la posibilidad de habilitar una línea telefónica y una dirección de mail para recibir las inquietudes, comentarios, preguntas de los televidentes, generando así un vínculo más afianzado entre el programa y la audiencia.

La publicidad para el programa se basaría en la diversidad de la audiencia teniendo en cuenta que estos deportes mencionados interesan a diferentes grupos. Esto amplía el escenario de la publicidad, que no se centraría en las casas de indumentarias deportivas y en los clubes, sino también en comercios e instituciones que quieran aprovechar este amplio y diferenciado caudal de audiencia.

Nombre: La Estudiantina

Temática: De interés de adolescentes

Género: Entretenimiento

Día y hora sugerido: martes de 22:00 a 24:00

Características Generales:

Como quedó manifestado en el análisis de las entrevistas, los adolescentes y los niños son los menos interesados en la propuesta de programación de San José televisión. Por esto es interesante proponer programas que los incluyan y cumpla el objetivo de acercarlos a San José TV, superando, de esta manera, una de las grandes falencias del canal que es el desinterés de estos grupos etarios por su programación.

En este sentido, este programa pretende llegar al público adolescente y consistiría en producir un programa basado en juegos entre grupos de chicos que representen a las diferentes escuelas de la ciudad. Iría grabado aunque la idea es que los juegos no generen grandes inconvenientes de producción para el canal, por ejemplo preguntas y respuestas (que pueden variar desde contenidos educativos hasta interés general como música, espectáculos, deportes) También podrían participar a través de destrezas artísticas que algún integrante de los grupos posea (música, pintura, danza, actuación, etc.)

Otro juego podría vincular a los chicos con la ciudad, entonces podría destinarse una sección a preguntas que tengan que ver con Dolores, su historia, personajes, instituciones, calles, comercios, política, etc.

Para relacionar aún más al programa con la comunidad dolorense, cada grupo que participe del programa realizaría durante la semana una actividad solidaria ya sea en una escuela, hogar de niños o ancianos, hospital, barrio, sala de salud, comedor, etc. para presentar en una de las secciones. Las posibilidades técnicas con que cuentan los chicos hoy en día facilitarían que ellos mismos tomen sus imágenes y luego se puedan emitir durante el programa.

Sería interesante que el ciclo tenga continuidad durante todo el año, por eso cada semana habrá un grupo ganador que acumulará puntos para la institución educativa que representa. Así a fin de año habrá una escuela ganadora.

El fuerte de este programa estaría dado también por el carisma del conductor, que debería generar un espacio de sana competencia, imponiendo un estilo dinámico.

La publicidad puede apuntar a negocios de ropa juvenil, comercios de electrónica, cybers, bares, boliches, telefonía celular, enseñanza particular, institutos de inglés y computación, etc. Estos mismos auspiciantes podrían ser quienes aporten los premios para los ganadores de cada programa.

Nombre: Magazine Dolores

Temática: Interés general

Género: Periodístico

Día y hora sugerido: miércoles de 22:00 a 24:00

Características Generales

Muchas de las inquietudes de las personas entrevistadas podrían abordarse en un magazine, este formato permite el desarrollo de diferentes temáticas con un estilo ágil y dinámico. Las temáticas podrían variar desde salud, cultura, deporte, moda, psicología, actualidad, espectáculos, etc.

A la hora de desarrollar estos temas hay varias posibilidades. El mismo conductor/a puede abordarlos apelando a notas, informes, entrevistas, o puede haber diferentes columnistas, que podrían ser conductores de otro programa del canal (por ejemplo el conductor del programa deportivo puede participar como comentarista de esta temática, el conductor de La Estudiantina puede abordar temáticas que interesen a los jóvenes, etc) Este espacio permite, además, la participación de profesionales, comerciantes o referentes institucionales, capacitados para opinar, informar, analizar cuestiones relacionadas a su actividad que en ese momento sean tema de debate o análisis en el programa.

Esta pluralidad de voces generará en el programa diversidad en cuanto al contenido y dinamismo en cuanto al estilo. La diversidad temática del programa también posibilitará una amplia participación de auspiciantes.

Nombre: Todo Campo

Temática: Información Rural

Género: Periodístico

Día y hora sugerido: jueves de 22:00 a 24:00

Características Generales:

La actividad agropecuaria es importante y despierta interés en la localidad, por esto debería haber un programa periodístico, especializado en temáticas rurales. Las temáticas que abordará serán regionales, pero también nacionales cuando éstas influyan en la zona.

Este programa podría tener un conductor en piso, notas breves, un informe especial por programa y una entrevista en piso. En este caso el conductor no sólo actuaría como presentador de las notas, sino que también analizaría la información, por eso es importante que el periodista sea reconocido por el público como experto en estas temáticas. A diferencia de lo que ocurre en el canal, las radios de Dolores sí han tenido en cuenta la temática del campo en su programación, por lo que cuentan con varios periodistas, columnistas especializados y reconocidos –no porque hayan hecho una carrera, sino por la experiencia, los años de trayectoria y la vinculación con el sector. Entre ellos podría elegirse el conductor del programa obviamente el cambio de medio implicaría que esta persona deba apropiarse de los códigos del lenguaje audiovisual, pero sería oportuno alguien que ya esté trabajando periodísticamente las temáticas agropecuarias aunque esto implique un tiempo de aprendizaje de los modos televisivos. Esto nos parece importante porque estos programas de radio tienen mucha audiencia y el conductor, en primer término, goza de reconocimiento y respeto y, en segundo término, posibilitaría el arrastre de audiencia para el programa televisivo.

Además de las notas grabadas, todos los programas podrían contar con un entrevistado en piso relacionado con la temática del informe central. Este es un recurso que permitiría abrir el espacio a otras voces, dialogar con expertos y productores y profundizar en el desarrollo de las noticias.

Dolores es una ciudad que, si bien no es eminentemente agrícola-ganadera (ya dijimos que la economía se basa mayoritariamente en el comercio minorista y el empleo público), tiene una relación muy fuerte con el campo. Por esta razón es central que exista un programa de estas características que sea pensado como de divulgación, es decir para el público en general y no sólo para el sector de la producción agropecuaria. Por eso las temáticas podrían girar en torno al desarrollo tecnológico, nuevas técnicas de producción, factores climáticos, eventos relacionados con la actividad (remates, ferias, exposiciones, fiestas) siempre anclados en lo regional. En algunos casos las notas pueden mostrar experiencias exitosas con tecnologías o técnicas que hayan aplicado productores zonales.

La Sociedad Rural de Dolores es muy fuerte como organización en la ciudad, por lo que le podría llegar a interesar este espacio, especialmente teniendo en cuenta que no tiene estrategias comunicacionales definidas para vincularse con sus socios y con la comunidad en general. No sería la intención que el programa se convierta en vocero de la Sociedad Rural, sino que logre canalizar ésta y otras voces relacionadas con el campo. Pero pensándolo en términos económicos, esta organización podría ser uno de los principales auspiciantes del programa. Otros serían: Secretaría de Producción, Casas Consignatarias de hacienda, Veterinarias, Comercios de insumos para el agro, talabarterías, corralones, entre otros.

Nombre: Agenda Dolores

Temática: Información cultural y del espectáculo

Género: Periodístico

Día y hora sugerido: viernes de 22: 00 a 24:00

Características Generales:

Es interesante proponer para esta nueva grilla un programa que realice un pantallazo sobre todo el espectáculo y la actividad social y cultural que se desarrollará el fin de semana en la ciudad, aunque teniendo en cuenta el interés de los dolorenses por los distintos espectáculos también podrán tratarse actividades que se lleven a cabo en localidades vecinas a Dolores.

La idea es que un conductor promocióne, divulgue y analice las diferentes propuestas que en este ámbito ofrece la ciudad. Se podrán realizar notas, cubrir eventos y espectáculos, e invitar al piso a personajes relacionados con esta temática, y artistas que difundan y hagan conocer a los dolorenses su trabajo.

El hecho de que el programa pueda realizarse en vivo permitirá el contacto directo con el público, por eso sería conveniente habilitar una línea telefónica para que la audiencia pueda comunicarse y participar de sorteos para asistir a algún espectáculo.

Las fuentes de información pueden ser los clubes sociales y deportivos, el Cine Dolores, El Teatro Unione, el Centro Cultural Dolores, El Museo Libres del Sur, entre otros.

Como este programa sería, en cierta medida, una propuesta para que los dolorenses conozcan las diferentes opciones para planificar su fin de semana, puede ser un espacio que le interese a restaurantes, bares, al cine, para emitir su publicidad.

También la Secretaria de Cultura de la Municipalidad, como organismo oficial, podría auspiciar el programa.

Nombre: Personajes destacados

Temática: Interés general

Género: Periodístico

Día y hora sugerido: Miércoles de 20 a 21

Características Generales:

En esta nueva programación el canal podría contemplar la realización de un programa que permita conocer un poco más la ciudad y sus personajes; donde el eje del programa recaiga en la realización de entrevistas y que a partir de testimonios se puedan abordar los temas que interesan a la gente de la ciudad. Los invitados podrán ser referentes de importantes instituciones, personajes relacionados al deporte, la cultura, la política, etc., estos personajes pueden ser de la ciudad o de la región pero que por algún motivo sean reconocidos por lo dolorenses o hayan tenido un papel importante en la ciudad.

El programa tendría un conductor y el fuerte recaerá, en la calidad del entrevistado, y en los buenos informes enlatados que refuercen la presencia del entrevistado en el piso. Para darle mayor participación a la audiencia cada semana se anunciaría el próximo invitado, de esta manera el televidente podría enviar por mail sus inquietudes y preguntas para el personaje de la semana.

Nombre: A la vuelta del cole

Temática: Interés infantil

Género: Entretenimiento

Día y hora sugerido: lunes a viernes de 18 a 19

Características Generales:

El programa será diario y estará dirigido a entretener y divertir al público infantil, cuando vuelven del colegio. La idea es que con este programa se acerquen a San José Televisión a los niños, ya que de las encuestas surgió que, junto a los adolescentes, son la franja etaria más alejada y menos interesada en la programación actual del canal.

“A la vuelta del cole” tendrá como protagonista principal a los chicos, basando todo su contenido en temáticas que sean de su interés, para esto también será necesario la presencia de un conductor o conductora que tenga la aceptación de los mismos, y por otro lado una estructura y dinámica de programa que tenga ritmo e incorpore los nuevos códigos de los chicos.

El programa se estructurará a través de distintas secciones, cada día de la semana podrá presentar cada una de ellas, de esta manera se logra que todos los días haya un atractivo especial, generando, así, el interés diario de los chicos hacia el programa.

Entre las posibles secciones se podría pensar en juegos de preguntas y respuestas en los que el público participe en vivo o a través de mensajes de textos.

Por otro lado, se podrían incorporar secciones destinadas a presentación de mascotas, dedicatorias de cumpleaños, presentación de nuevos juegos de video o computadora, moda infantil, deportes, nuevas tecnologías, etc.

El programa también invitará a los chicos a que envíen sus fotos que luego tendrán un espacio en el programa. A su vez se puede destinar una sección a “Los ídolos de los chicos” donde se cuente, a través de un informe, la vida de algún personaje que ellos admiren. En esta sección también podrán participar a través de mensajes de textos, votando o pidiendo que se hable de un determinado personaje. Sería interesante no dejar afuera del programa a la escuela, por eso se puede incentivar a los chicos a que desarrollen en su escuela proyectos educativos, culturales, sociales, deportivos etc. y que luego puedan presentarlos en “A la vuelta del Cole”.

En cuanto a la publicidad, distintos comercios de indumentaria infantil, propuestas deportivas, casas de fiestas, colonias de vacaciones, librerías y jugueterías, podrían interesarse en publicitar en el programa. También la dinámica y estructura permite el uso de la publicidad no tradicional dentro del mismo, ya que cada sección puede tener su propio auspiciante.

Grilla propuesta

Día/Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
13:00 a 14:00	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5
14:00 a 16:00	Magazine	Diálogo Franco	Puesta A Punto	La Hora del Líbano Personaje Destacado	Todas las Voces
16:00 a 18:00	María Esperanza del mundo	Resumen Deportivo	La Estudiantina	Te acordás Dolores	Todo Campo
18:00 a 19:00	A la vuelta del cole	A la vuelta del cole	A la vuelta del cole	A la vuelta del cole	A la vuelta del cole
19:00 a 21:00	Diálogo Franco	Puesta A punto	La Hora del Líbano Personaje Destacado	Todas las voces	Magazine Dolores
21:00 a 22:00	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5	Noticiero 5
22:00 a 24:00	Resumen Deportivo	La Estudiantina	Te acordás Dolores	Todo Campo	Agenda Dolores

- Con rojo Reiteración
- Con azul en vivo
- Con verde grabado
- Con negro programación anterior

CAPÍTULO IV:

Consideraciones generales

La idea de esta tesis surgió porque ambas somos oriundas de Dolores y hemos sido audiencia de San José tv. El recorrido por la Facultad nos aportó herramientas teóricas y de análisis que nos llevaron a pensar el canal local desde otro lugar. De esta combinación de nuestras experiencias como televidentes dolorenses y de lo aprendido a lo largo de la carrera es que surge esta propuesta que busca que el canal local sea apropiado por los dolorenses, que puedan sentirse identificados, interpelados por su programación; algo que, según el análisis de audiencia que realizamos, no sucede actualmente. En Dolores, tal como explicamos en la tesis, conviven diferentes medios (diarios, radios AM y FM) que han logrado, de distintas maneras, interpelar a los habitantes de la ciudad; algo que el canal local no ha conseguido con su propuesta actual de programación. Nuestro interés en el lenguaje audiovisual nos llevó a pensar esta lejanía entre el canal y su audiencia como una problemática a ser trabajada. Desde nuestra mirada comunicacional, que entiende a la comunicación imbricada en la cultura y, por lo tanto, a los receptores como sujetos activos, nos propusimos diseñar una programación que tenga en cuenta los gustos, intereses expresados en las entrevistas semidirigidas; pero también las características, los sentidos de *lo dolorense*. El canal forma parte del entramado de la ciudad y, como tal, debe narrarla, contarla, transitarla. Por eso en nuestro diagnóstico fue central dar cuenta de los distintos espacios, actividades, sujetos que recorren y hacen a Dolores.

Un canal local es diferente de un canal nacional, al menos debería serlo, el canal local debe estar cerca, dar cuenta de lo que le pasa a los vecinos, mostrarlos, dejarlos que se vean en él. Las lógicas, los tiempos, los ritmos de trabajo son otros; pero es en esa diferencia donde radica la importancia de lo local. Si un canal local no da cuenta de estas características, entonces no puede generar un vínculo con su audiencia. Un canal local no puede pretender competir con canales nacionales en calidad de imagen, en recursos, porque no es en eso donde radica su importancia, lo central del canal local es que hable de su ciudad, de lo que en ella pasa, de sus habitantes.

Es desde ese lugar, sin pretensiones de recursos, que pensamos la propuesta de programación, una propuesta que retome las principales actividades de la ciudad, que hable de los temas locales que interesan a los dolorenses, de la historia de la ciudad, una programación que invite a la audiencia a participar, que la interpele.

Un momento significativo de nuestro recorrido fue cuando nos dimos cuenta cuál era el programa que, según nuestras entrevistas, más interesaba a la audiencia de San José tv: "Te acordás Dolores". Este programa que recorre distintos momentos, anécdotas, leyendas de la ciudad supo captar el interés de la audiencia porque habla de lo dolorense, de aquello que genera rasgos identitarios: la historia, los imaginarios compartidos. Por otra parte, otro dato significativo fueron las respuestas que obtuvimos en relación al noticiero local. Si bien, junto a "Te acordás Dolores" era uno de los programas más vistos, los entrevistados aseguraron que no les servía de medio de información porque las noticias eran pocas y repetidas.

Entonces decidimos que nuestra propuesta debía apuntar, por un lado, a ofrecer programas que abordaran temas específicos relacionados con las principales actividades y con la historia de la ciudad y, por el otro, reformular la propuesta del noticiero para que se adecuara más a las expectativas de la audiencia.

Nuestra propuesta pretende dar cuenta de la diversidad, no sólo de temas, sino también de públicos a los que va dirigida. Los niños y adolescentes no miran actualmente San José tv, por lo tanto es importante sumarlos a la audiencia, que también sientan al canal como propio. Por eso, en la programación que proponemos se contemplan espacios específicos para estos grupos que antes no eran tenidos en cuenta.

Otro aporte interesante de la propuesta es abrir el canal para que haya un intercambio más fluido con otras organizaciones que forman y construyen a la ciudad: clubes, escuelas, organizaciones vinculadas a lo rural y al comercio. En los distintos programas sugeridos estas organizaciones y las temáticas que abordan son retomadas porque consideramos que esto contribuye a una mayor identificación del canal con la ciudad. Los proyectos, las actividades que en estas organizaciones se llevan adelante son de interés local y el canal no debería ser ajeno a ellas.

Nuestro plan también pretende que, más allá de que algunos programas se "tercericen", exista una estética y una línea editorial común. A partir de los recursos existentes, planteamos como principales criterios: que se utilicen nuevos modos publicitarios para que las publicidades no prevalezcan sobre el contenido de los programas, pero que sigan siendo un sustento económico; que se priorice la actualidad y la producción de notas e informaciones, especialmente en el noticiero que, actualmente, se basa en la lectura de gacetillas y en la repetición de unas pocas notas; que los programas convoquen a la audiencia a participar de diferentes modos y de acuerdo a las características de cada uno; que para estar al frente de los distintos programas, en la conducción, se convoque a personas vinculadas a la temática del programa y que sean reconocidas por la audiencia para, de este modo, generar un vínculo.

Si bien estos lineamientos pueden parecer someros, actualmente los programas que presenta San José tv carecen de ellos y creemos que esta línea editorial, que puede ir enriqueciéndose con el transcurso del tiempo, permite un punto de acuerdo y un piso para empezar una nueva etapa.

En la propuesta hemos mantenido programas que ya existían: "Te acordás Dolores", "Todas las voces", "Diálogo Franco", "Hora del Líbano", "Puesta a punto". La decisión de mantener estos programas se sustenta en dos razones, la primera y principal, no desestructurar totalmente la programación actual, ya que es muy complejo iniciar una programación desde cero, el otro motivo es que estos programas, de alguna manera, han conseguido cierta audiencia específica y es importante conservarla para que se convierta en audiencia no sólo del programa, sino del canal. Consideramos entonces que es importante que continúen y se adapten paulatinamente a los nuevos modos propuestos para San José tv. El caso de "Te acordás Dolores" es particular, ya que es el programa más visto del canal e incluso nos inspiró a plantear un programa de entrevistas que recupere a los principales personajes de la ciudad. Estos dos programas aportan a la grilla la historia de Dolores.

En todo momento planteamos este trabajo como una propuesta que debemos aún presentar a los responsables del canal, sabemos que no es sencillo cambiar una programación, por eso hemos tenido en cuenta las posibilidades y potencialidades de San José tv; pero también sus limitaciones. Por estos motivos hemos propuesto programas que pueden realizarse con los recursos vigentes o que, a lo sumo, deberán incorporar otros recursos que no demanden demasiada inversión, programas que no impliquen grandes cambios de planta de trabajadores o de estructura; pero sí que den cuenta de otra manera de hacer y pensar la televisión local: una que se acerque y se comprometa más con la ciudad.

Bibliografía

- BOURDIEU, Pierre; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude (2002), El Oficio de Sociólogo. Siglo XXI Editores, D.F , México.
- DE LA PEZA, María del Carmen "Los Estudios de Recepción ", en Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, La Plata.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2004), Diferentes, desiguales y desconectados, Gedisa, Barcelona.
- GETINO, Octavio, (2003), "Las industrias culturales en el MERCOSUR: apuntes para un proyecto de políticas de Estado" en Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina, Ciccus, Buenos Aires.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1994), Más (+) cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- GONZÁLEZ, Jorge (1998), "La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro", en Razón y Palabra, Revista electrónica de América Latina Nº 10.
- LAPASSADE, Georges (1985), Grupos, organizaciones e instituciones: la transformación de la burocracia, Gedisa, D.F, México.
- MARTÍN BARBERO, Jesús, (1988), "Procesos de comunicación y matrices de cultura" Itinerario para salir de la razón dualista, FELAFACS, Barcelona.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1991), De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Ediciones G. Gili, México.
- MORIN, Edgar (1981), "La naturaleza de la naturaleza" en El método, Cátedra, Madrid.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1996), La investigación en la comunicación desde la perspectiva cualitativa; Periodismo y Comunicación, La Plata.
- REGUILLO, ROSSANA (2000), "Identidades culturales y espacio público un mapa de los silencios", Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Sao Paulo.
- PRIETO CASTILLO, Daniel (1990), Diagnóstico de Comunicación, CIEPAL-Quipis; Quito.
- RINCÓN, Omar (2005, compilador), Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Ediciones La Crujía, Buenos Aires.
- SAMAJA, Juan, (2002), Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica, Eudeba, Buenos Aires.
- TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación, Paidós Ibérica, Buenos Aires.
- WAINERMAN, Catalina y SAUTU, Ruth (Compiladoras), (2001), La trastienda de la investigación, Lumiere, Buenos Aires.
- WILLIAMS, Raymond, (1980), Marxismo y Literatura, Península, Barcelona.
-

