

La otra pantalla: educación, cultura y televisión. 2005 -2015, Una década de Canal Encuentro, Pakapaka y las nuevas señales educativas.

Tamara Smerling (2015)

La otra pantalla: educación, cultura y televisión. 2005 -2015, Una década de Canal Encuentro, Pakapaka y las nuevas señales educativas. Buenos Aires

Ediciones educ.ar

2015

240 páginas

Televisión y educación: sobre las experiencias de Encuentro y Pakapaka en Argentina.

Reseñado por:

Vanina Lanati; Licenciada y Profesora en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario, Doctoranda del Doctorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario. Becaria Doctoral CONICET, docente Profesorado en Comunicación Social, UNR; Argentina; vaninalanati@gmail.com

Los cumpleaños son una excusa para celebrar y hacer balances. Este trabajo que reseñamos tiene mucho de eso. Basado en los primeros diez y cinco años de Encuentro y Pakapaka, respectivamente, este libro recorre con minuciosidad los avatares de la gestión de ambos medios audiovisuales en donde convergen de manera muy potente la educación y la comunicación. Se trata de dos canales televisivos creados por el Ministerio de Educación de la Nación argentino; el primero con un perfil educativo cultural y el segundo es una señal televisiva infantil, original en su tipo, ya que Argentina no contaba hasta 2010 con el antecedente de una programación para niñas y niños y de iniciativa estatal. La otra pantalla (...) es un trabajo de investigación organizado en 15 capítulos y con prólogo del Dr. Alberto Sileoni, Ministro de Educación de la Argentina, al momento de la publicación del libro. A través de más de cincuenta entrevistas, se refleja el testimonio de funcionarios, productores, contenidistas, guionistas,

conductores y otros trabajadores de dichos canales que permiten recuperar la historia de estos medios desde la cercanía que brinda la "primera persona" de estas voces. Entre las mismas podemos encontrar los testimonios de Daniel Filmus, Ministro de Educación de la Argentina en los años que comenzó a gestarse la idea de un canal educativo, Tristán Bauer, cineasta y primer director de Encuentro, Cielo Salviolo, directora de Pakapaka, Rubén D'audia, responsable del portal web educ.ar.

En un relato cronológico, que aborda desde 2004 a 2015, se intercalan capítulos acerca de la gestación y puesta en marcha de Encuentro y Pakapaka(1), incluyendo cuadros con extractos de los guiones con escenas de distintos programas.

Asimismo, repasa la antesala de la ley de Servicios e Comunicación Audiovisual N° 26.522, promulgada en 2009, en reemplazo de la Ley de Radiodifusión N° 22.285(2).



“Tras 25 años de debates –desde 1987, cuando el Consejo de Consolidación de la Democracia impulsado por el entonces presidente Raúl Alfonsín encomendó la redacción de una Ley de Radiodifusión–, casi un centenar de proyectos fueron presentados sin suerte en las cámaras de Diputados y Senadores de la Nación. La norma que reglamentaba la radiodifusión en la Argentina, sancionada en plena dictadura, había sido diseñada por funcionarios del Poder Ejecutivo con el asesoramiento de las principales asociaciones patronales del sector” (Smerling, 2015: 91).

La motivación de la sanción de la LSCA(3) dio impulso a pensar la creación de un canal exclusivo para la infancia. El mismo ya existía como franja infantil dentro de Encuentro y se llamaba Pakapaka que en voz quechua significa “jugar a las escondidas”.

La televisión de aire en Argentina presentaba en 2009 muy pocos contenidos para niñas y niños. Como bien explica Fuenzalida “El desplazamiento de las audiencias infantiles desde programas o franjas infantiles a canales de cable que los niños identifican como canales infantiles está generando un desafío relacionado con las políticas de comunicación; un desafío que interpela a las autoridades políticas en los diferentes niveles, así como a las agencias orientadoras de la televisión” (2006:41).

Smerling explica que a la hora de la organización de Pakapaka, la experiencia de canal Encuentro fue fundamental para pensar esta nueva señal con una oferta de programación dirigida tanto a los chicos de nivel inicial como a los de escuelas primarias, que produjera un cambio de sentido al pensar a los televidentes como ciudadanos y no como meros consumidores. “La idea, por eso mismo, era hacer un canal de televisión competitivo –para que fuera realmente una elección por parte de los chicos– des-

de don–de narrar formatos y contenidos de manera atractiva y con propuestas novedosas” (2015: 97).

Tanto en Encuentro como en Pakapaka el objetivo estaba puesto en que los contenidos sean interesantes y de la mejor calidad al mismo tiempo que en la transformación de estos en un producto audiovisual que resultara atractivo para la audiencia.

En ese sentido, por la pantalla de Encuentro desfilaron entrevistas con Pierre Bourdieu, Michel Foucault o Jacques Lacan. Por otro lado, se reconstruyeron las batallas de la Independencia argentina conducidas por José de San Martín con la utilización de animación computada, materiales de archivo, películas históricas y visitando los lugares de los acontecimientos. O un ciclo dedicado a la música como Encuentro en el estudio fue pensado para que no fuera una serie más de entrevistas a músicos sino, según comentan los productores, “teníamos la premisa de que el ciclo debía tener una dosis importante de clase didáctica: debía ser una clase televisada de los maestros de la música. El programa es el autor que saca de la botella maestra los néctares. Pero no queríamos que fuese una clase, sino que el maestro surgiera sin quererlo, desde la charla relajada” (2015:106).

En el libro se valora la conjunción entre la producción televisiva y la estética cinematográfica generada por la convocatoria a cineastas a trabajar para la “pantalla chica”, lo que favoreció un proceso de trabajo no estandarizado que cuidó a cada proyecto en sí mismo y en función de sus necesidades estéticas y narrativas con tiempos de producción más extensos que los que comúnmente se utilizan para televisión.

Encuentro y Pakapaka se convirtieron en referentes para la región latinoamericana y experiencias como éstas se replicaron en Ecuador con Educa TV y la señal infantil

Veo Veo. Educación, entretenimiento y buenos niveles de audiencia deben conjugarse, sin sacrificar uno por otro, buscando además un equilibrio entre los mismos a la hora de producir, mencionan Arroyo, Becerra, García Castillejo, y Santamaría, quienes en su trabajo esgrimen una mirada optimista sobre los cambios suscitados en América Latina en la última década en materia de medios audiovisuales de carácter público y remarcan lo auspicioso de la creación de canales como Encuentro y Pakapaka en la Argentina, Novasur en Chile y el canal informativo regional Telesur (2014).

Esa integración pudo verse reflejada también en la coproducción de Colombia, México y República Dominicana de *La lleva* Latinoamérica, un recorrido por 24 países de nuestra región. "En cada capítulo de *La lleva* –el nombre colombiano del juego que en Argentina se conoce como "la mancha", en México como "la traes" y en República Dominicana como "el topao"– un chico le daba la bienvenida a otro de una ciudad lejana, lo hospedaba durante algunos días y le mostraba sus costumbres, sus formas de vivir y de jugar, su barrio, sus amigos y su vida cotidiana en esos paisajes. Una vez finalizada la visita, el anfitrión de aquel amigo cambiaba de rol y armaba las valijas para emprender, en el siguiente capítulo, su propio viaje y embarcarse en la aventura de conocer el mundo de otro niño" (2015: 203).

Según la entonces directora de Pakapaka, Cielo Salviolo, los chicos y las chicas son los protagonistas, se incorporan sus perspectivas, sus voces, etc. Así lo demuestra *La lleva* junto con otras producciones nacionales como *Enseñas*, el primer programa realizado a partir del lenguaje de señas en la televisión de la Argentina o los micros *Aquí estoy yo*, dedicados especialmente a los niños sordos pero también a los oyentes. "La idea era que todos los chicos pudieran aprender y poner en acción las señas y expresiones

de la lengua de las personas sordas. Los chicos aportaban sus dudas y sus inquietudes: ¿Cómo se dice compañero? ¿Novio? ¿Amiga? ¿Qué hora es? ¿Escuela? ¿Hoy es feriado? ¿Hoy no hay escuela? ¿Jugar? ¿Jugar a la pelota? ¿Saltar a la soga? ¿De qué manera podemos nombrar los colores? ¿Y los animales? ¿Los días de la semana? ¿Los juegos de la plaza? ¿El clima, las comidas, la ciudad o el campo? ¿Y un cumpleaños?" (2015: 117).

Por último, queremos destacar el detallado relato de la construcción de Zamba, un personaje creado, en principio, por cuatro capítulos para contar la Revolución de Mayo en la conmemoración de su bicentenario. Zamba, un niño de escuela primaria, nacido en una provincia al noreste de Argentina, Formosa, que come chipá (un bocadillo típico de la zona) y se aburre en la escuela, se transformó en el personaje más emblemático de Pakapaka. A través de él se cuentan fragmentos de la historia y la cultura argentina y latinoamericana. Su curiosidad y picardía, lo hacen hablar con San Martín, Belgrano, Frida Kahlo, Atahualpa Yupanqui, en tono coloquial y espontáneo, acorde a su edad.

El trabajo de Smerling cuenta al detalle la "cocina" de dos medios de comunicación audiovisuales que marcaron un punto de inflexión para la televisión argentina, convirtiéndose como hemos mencionado anteriormente en referentes para la región.

En la organización del libro, de manera de brindar una lectura más ágil y amena, podrían haberse organizado los capítulos a través de nombres que colaboraran en una ubicación temática de lo trabajado en el apartado, ya que su organización numérica complejiza la retención y asimilación de la gran cantidad de datos expuestos.

Por tratarse de un tema contemporáneo y

sin antecedentes fructíferos de experiencias similares en otras épocas de la televisión en Argentina, son escasos aún los trabajos que estudian Encuentro y Pakapaka, su historia, audiencias, contenidos, etc. Por lo tanto, *La otra pantalla (...)* es un aporte e insumo fundamental para el área de la comunicación y educación como para estudiantes, docentes e investigadores que trabajamos en esta línea de investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Arroyo, Luis; Becerra, Martín; García Castillejo, Ángel; y Santamaría, Oscar (2012): *Cajas Mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Editorial Tecnos.

Fuenzalida, Valerio (2006): *Los niños y la televisión*. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui N° 093. Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para América Latina. Quito, Ecuador. Pág. 40-45.

(1) Encuentro tiene su emisión inaugural el 5 de marzo de 2007, mientras que Pakapaka sale por primera vez al aire el 17 de septiembre de 2010. Ambos son canales públicos que desde su surgimiento hasta la actualidad pueden verse por televisión de pago (cableoperadores) y de forma gratuita a través de la Televisión Digital Abierta (TDA).

(2) Esta descripción incluye desde el envío del proyecto de ley al Congreso de la Nación en agosto de 2009 a la validación de la totalidad de la LSCA dictada por la Corte Suprema de Justicia en 2013. En esos años el Grupo Clarín (conglomerado de medios de comunicación con alto nivel de concentración) había realizado impugnaciones a cuatro artículos de la nueva ley a través de sucesivas medidas cautelares, ya que las mismas lo obligaban a desprenderse de algunas de las licencias de radio y televisión que poseía hasta el momento, acatando el espíritu de desconcentración de la nueva ley. Así, lo manifiesta su artículo 1°: "La regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación".

(3) En su Artículo 121, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual menciona: "Destinar espacios a contenidos de programación dedicados al público infantil, así como a sectores de la población no contemplados por el sector comercial".