



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Televisión pública para la infancia y derecho a la comunicación de chicos y chicas en Argentina (2005-2015) : la experiencia Paka Paka

Autores (en el caso de tesistas y directores):

Maríel Tellechea

Diego de Charras, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis: 2017

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Ciencias de la Comunicación

Tesina de Grado

**Televisión Pública para la infancia y Derecho a la
Comunicación de chicos y chicas en Argentina (2005-2015).
La Experiencia Paka Paka**

Mariel Tellechea

DNI: 33.226.813

Tutor: Diego de Charras

Co-tutor: Damián Loreti

Diciembre de 2016

“El olvido que excluye y la representación que mutila están en el origen mismo de las narraciones que fundaron estas naciones. De ahí la necesidad ineludible de reconstruir el pacto fundacional mediante un proyecto político de democracia cultural *radicalmente incluyente* de todos los sujetos ciudadanos, tanto tradicionales como nuevos. Y el escenario en que ese pacto puede adquirir su mayor visibilidad y reconocimiento es en la *televisión común* reconstruida como verdadero espacio público”

(Jesús Martín Barbero, 2005: 50)

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	3
INTRODUCCIÓN	
Acerca de la construcción del objeto de estudio.....	4
Estado del arte.....	9
Abordaje teórico-metodológico.....	14
CAPÍTULO 1: Las infancias y sus derechos a la comunicación y la cultura	
1.1 “La infancia” como construcción histórica y social.....	25
1.2 La niñez: ¿sujeto de consumo o sujeto de derecho? Las transformaciones de la década 2005-2015.....	32
1.3 La construcción de identidades infantiles y los medios de comunicación.....	40
CAPÍTULO 2: Perspectivas para una comunicación audiovisual democrática	
2.1 Imposición del mercado, intervención del Estado y soberanía comunicacional.....	45
2.1.1 El Estado como garante del derecho a la comunicación.....	49
2.2 Debates acerca de la Televisión Pública-Educativa.....	52
2.3 Calidad, participación y diversidad para una comunicación democrática.....	59
2.4 La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los derechos de las infancias.....	64
2.5 Algunas notas sobre el trabajo de la Defensoría del Público en relación al derecho a la comunicación de las infancias.....	70
2.6 Panorama de las producciones audiovisuales para las infancias.....	71
2.7 ¿Por qué un canal público infantil?.....	74
CAPÍTULO 3: Paka Paka: proyecto comunicacional y educativo para las infancias	
3.1 La primera televisión pública para las infancias en Argentina.....	78
3.2 El discurso institucional: imaginario, proyecto y objetivos.....	86
3.3 La programación: representaciones y criterios de calidad.....	91
3.3.1 Zamba, el niño estrella de guardapolvo blanco.....	91
3.3.2 Desafiólogos, los chicos y la ciencia.....	92
3.3.3 Medialuna, la princesa latinoamericana.....	93
3.3.4 SOS Mediadores.....	94
3.3.5 Cuentos del árbol.....	94
3.3.6 Otros ejemplos de programación de calidad.....	95
3.3.7 Algunas conclusiones parciales.....	95
3.4 Paka Paka más allá de la pantalla de TV.....	96
3.5 Las críticas.....	104
3.6 Problematizaciones y aportes: algunas cuestiones pendientes.....	106
CONCLUSIONES	108
BIBLIOGRAFÍA	112
ANEXOS	123

AGRADECIMIENTOS

- A mi familia por todo el amor, la paciencia, la lucha y las enseñanzas.*
- A mi cuñada que me leyó y ayudó en momentos de incertidumbre mientras preparaba su tesis doctoral.*
- A mis compañeras y compañeros por el apoyo, las ideas y el cariño.*
- A mis amigas de la infancia por ser mujeres fuertes que no se rinden.*
- A mis tutores por su enorme generosidad y su compromiso con la comunicación democrática.*
- A mis entrevistadas por su valioso tiempo y a quienes no pude entrevistar, en la vorágine de meses difíciles, pero que apoyaron este proyecto.*
- A cada docente que alentó mis inquietudes y marcó un rumbo.*
- A quienes defendieron y defienden la educación pública y gratuita como un derecho humano.*
- A los que vinieron a proponer un sueño y cumplieron.*
- A los y las imprescindibles de la historia.*

INTRODUCCIÓN

Acerca de la construcción del objeto de estudio

El tema de esta tesina es *Televisión Pública para la infancia y derecho a la comunicación de chicos y chicas en Argentina*. El objeto de investigación lo constituye la experiencia de *Paka Paka*, primer canal público-educativo destinado a las infancias de nuestro país y las representaciones de niños y niñas que se construyen desde la señal.

El análisis de la experiencia de *Paka Paka* será abordada desde múltiples perspectivas que atraviesan y abonan el campo de la Comunicación y que, en su conjunto, permiten un análisis más rico del objeto de investigación: Derecho a la Comunicación, Políticas Públicas y Nacionales de Comunicación, Escuela Crítica Latinoamericana de Comunicación, Estudios Culturales, Políticas Culturales, Sociosemiótica, Economía Política de la Comunicación, Teoría de la Dependencia, Pedagogías Críticas, Estudios sobre Infancia, Posmarxismo, Pensamiento Nacional y Latinoamericano. La construcción de este objeto parte del recorte temporal 2005/2015¹ para dar cuenta de las transformaciones en materia de derechos de la infancia y democratización del espacio audiovisual y de los espacios públicos, el ejercicio del derecho a la comunicación y el surgimiento de Políticas Públicas de Comunicación orientadas a garantizarlo, en el contexto de un marcado proceso de privatización y concentración mediática en poder de grandes empresas, que tiene su auge en la década de los '90. En particular, interesa resaltar la fuerte presencia de empresas transnacionales de los llamados países centrales que producen y distribuyen contenidos para chicos y chicas y la necesidad de un canal público pensado desde y para las infancias argentinas. Se decidió hacer el corte en 2015 debido a que el triunfo de la alianza Cambiemos al frente del Gobierno Nacional, la designación de nuevas autoridades en las señales públicas y los primeros cambios que advertimos en el funcionamiento del canal, marcan el inicio de una etapa diferente que implicaría otros objetivos de análisis y, por lo tanto, otra investigación.

¹ Se consideró esta década ya que 2005 fue el año de la sanción de la Ley 26.061 de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes y además el año de creación de Canal Encuentro por Decreto N°533/05, el primer canal público, cultural y educativo dependiente del Ministerio de Educación de la Nación que comenzó a emitir en 2007, lo que nos sitúa en el comienzo de un interesante periodo de políticas públicas audiovisuales. Se decidió realizar el corte en 2015 debido a que se trata de la culminación del gobierno kirchnerista que motorizó la creación de Paka Paka y con el reciente cambio de gobierno se abren otros interrogantes que merecen una nueva investigación.

Este trabajo pretende ser un aporte para todos los interesados en la producción de contenidos audiovisuales de calidad para chicos y chicas y reflexionar sobre la capacidad y la iniciativa política inédita en nuestro país de construir un canal público infantil con 24 horas de programación. Por otra parte, busca analizar esa experiencia como puntapié inicial para replicar otras similares o distintas, corregir errores y construir nuevos espacios de reconocimiento a partir de los cuáles las infancias puedan no sólo verse sino también contarse a sí mismas. La tesina busca reflexionar sobre la relevancia que adquiere una propuesta de comunicación pública para la infancia que se inserta en un mapa de medios concentrado; entendiendo que la comunicación, en tiempos de globalización del mercado y de resurgimiento de políticas neoliberales en la región, se convierte en un área estratégica donde se disputan los sentidos de una comunidad y la identidad de sus integrantes y donde a través de las narrativas, los relatos y las memorias se pueden visibilizar las voces que se animan a cuestionar las historias hegemónicas para construir miradas propias y diversas.

El interés del tema parte de considerar la importancia del rol de los Estados en la elaboración de Políticas Públicas de Comunicación en el contexto de los procesos de concentración de medios de comunicación, el surgimiento de grandes corporaciones del entretenimiento y la transnacionalización de la cultura de los países centrales, que comienzan a mediados de los años 80 y se consolidan en la década de los '90, en las sociedades capitalistas contemporáneas. Los renovados procesos de dominación de este capitalismo neoliberal se juegan con fuerza en el campo cultural. Frente a estas tendencias de la llamada globalización, la comunicación se convierte en un área estratégica de difusión e imposición de las lógicas de la cultura hegemónica en los llamados países periféricos como la Argentina y otros países de América Latina. Se parte del presupuesto teórico que sostiene que los procesos de concentración mediática por parte de grandes empresas y su orientación comercial tienden a homogeneizar imágenes del mundo y lesionan el derecho a la comunicación y la expresión de los pueblos (Loreti y Lozano, 2014). Si bien se llevan a cabo procesos de localización y resignificación de esas representaciones y bienes simbólicos, se vulnera el derecho de la producción de imágenes y sentidos propios en clave cultural de cada pueblo o comunidad. De esta manera, mientras se seleccionan y jerarquizan determinadas representaciones, se invisibiliza la diversidad cultural e identitaria latinoamericana.

En este contexto, se introdujeron en la oferta cultural de nuestro país producciones audiovisuales destinadas a la infancia, por parte de grandes cadenas internacionales, que construyen representaciones que acotan la diversidad cultural propia, jerarquizando estilos, promoviendo determinados valores y estereotipos y ofertando diversos productos. Se trata de representaciones y valores, por lo menos, distantes de la realidad cotidiana de niños y niñas de América Latina. Es importante considerar cómo impactan estos procesos en la construcción de subjetividades e identidades infantiles y cómo afectan el derecho a la comunicación de niños y niñas.

Estos fenómenos de concentración y producción unilateral por parte de conglomerados empresariales resultan problemáticos para la democracia, teniendo en cuenta que en países como la Argentina aún existe una disputa por la definición del proyecto de país y el modelo de desarrollo a construir que requieren la participación activa de la ciudadanía. Una problemática profundamente cultural, política e identitaria acerca de quiénes somos y quiénes queremos ser que se mantiene latente desde hace más de doscientos años.

En este marco cobran importancia las iniciativas de los Estados en la elaboración de Políticas Públicas y Nacionales de Comunicación. En el caso de Argentina, la sanción en 2009 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual cristaliza las demandas de amplios sectores por una ley de medios de la democracia que garantice pluralidad de voces. Sin dudas, es parte de una lucha que no termina y que excede un marco legal. La creación de *Paka Paka*, desde el Ministerio de Educación de la Nación, permite reflexionar sobre esta orientación a partir de ciertos lineamientos como la construcción de una mirada federal que abarque las distintas experiencias de los niños y niñas de Argentina y América Latina. Cabe destacar que, al no tratarse de un canal abierto de aire, su recepción se realizó a través de la plataforma de televisión digital abierta conocida como TDA (impulsada por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, pero todavía con escasa penetración en los hogares argentinos²) y, luego de una larga resistencia por parte de algunos cableoperadores, fue posible incorporar la señal en la televisión de abono por cable y satélite logrando así una amplia cobertura territorial cercana al 80%³.

² Para acceder a la TDA es necesaria la instalación de un kit satelital que consta de un decodificador y una antena. Según información oficial, en el país hay 29.814 kits instalados. Ver: <http://tdasatelital.arsat.com.ar/>

³ Para más información sobre la cobertura de la TV paga ver: http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/files/2014/05/teorico_acceso_participacion.pdf

La hipótesis inicial es que la propuesta de *Paka Paka* construiría representaciones de la niñez que coincidirían, en el periodo analizado, con un momento histórico de apertura de derechos, marcando un quiebre con la etapa anterior: *de la niñez como sujeto de consumo en la década de los '90 a las infancias como sujetos de derecho en la década 2005-2015*. Esta situación implicaría un avance en materia de diversidad, participación y de nuevas miradas no solamente sobre la infancia sino desde la infancia.

El objetivo general que orienta este proceso de investigación es analizar la relación entre televisión pública educativa, culturas infantiles y derecho a la comunicación a partir de la experiencia de *Paka Paka*.

Los objetivos específicos que se desagregan del anterior son los siguientes:

- Explorar las definiciones de infancia construidas histórica y socialmente por el Estado, el mercado y los medios de comunicación.
- Reflexionar sobre el impacto de las transformaciones políticas, sociales, económicas y culturales en las trayectorias infantiles y demostrar la diversidad, complejidad y especificidad de las infancias latinoamericanas, postulando que existen múltiples modos de ser niño/a.
- Analizar la construcción de identidades infantiles y el impacto de los medios de comunicación como agentes de socialización.
- Indagar en los marcos legales de protección de los derechos de la infancia y reflexionar sobre los derechos a la comunicación y la cultura de niños y niñas, focalizando en las transformaciones de la década 2005-2015 y en las luchas entre la imposición del mercado y la soberanía comunicacional.
- Problematizar el concepto “medios públicos”.
- Recomponer los debates sobre televisión pública y televisión educativa y avanzar en una definición de televisión al servicio de los derechos humanos, en particular, de chicos y chicas.
- Brindar un panorama sobre la programación infantil proveniente de canales privados/transnacionales.
- Reconstruir el proceso de creación e historia de *Paka Paka* a través del discurso institucional y la recolección de documentos: la concepción de comunicación e infancia que buscan sustentar, qué canales o proyectos de televisión para la infancia se tomaron como

modelos de referencia, qué lugar tienen los niños y niñas de todo el país en esta creación; qué sentidos, formatos y estéticas buscan promover.

-Indagar las relaciones e interacciones que se establecen con el espacio público, las nuevas tecnologías y con las escuelas.

-Analizar las representaciones que la programación de *Paka Paka* construye de la infancia: qué temáticas, qué escenarios, qué valores, qué imagen de niño y niña (y sus relaciones entre ellos y con el entorno) promueve.

-Comparar el discurso institucional de *Paka Paka* con las legislaciones sobre niñez y con las representaciones de la infancia que construye este canal público para establecer continuidades y/o quiebres.

-Considerar su aporte a la cultura infantil, la diversidad y el derecho a la comunicación de las infancias

El análisis se divide en tres grandes ejes organizados en tres capítulos. En el Capítulo I “Las infancias y sus derechos a la comunicación y la cultura” nos proponemos abordar la cuestión de las infancias argentinas (en plural) desde su complejidad al reflexionar sobre la construcción de la categoría moderna de infancia y las diversas concepciones de niñez promovidas desde el Estado, el mercado y los medios de comunicación; las legislaciones y tratados que consagran los derechos de las infancias; los impactos de las políticas y del mercado en la construcción de sus identidades, trayectorias, posibilidades, deseos y consumos culturales; la creciente centralidad de la televisión en los más pequeños y las transformaciones políticas, sociales, económicas y culturales en el periodo 2005-2015 para dar cuenta del contexto y del proyecto político que hicieron posibles la creación de la señal educativa.

Atendiendo a esa centralidad de la televisión, a los derechos de la infancia y a la necesidad de otras pantallas, en el Capítulo II “Perspectivas para una comunicación audiovisual democrática” problematizaremos el concepto “medios públicos” y retomaremos los debates en torno a la televisión pública y la televisión educativa; los criterios de calidad en la programación; el rol del Estado como garante del derecho a la comunicación frente a las imposiciones de grupos corporativos mediáticos; la promoción de los derechos de niños, niñas y adolescentes en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la necesidad de producir contenidos específicos para audiencias infantiles. Además brindaremos un

panorama de la programación que chicos y chicas pueden encontrar en la oferta privada.

Finalmente, en el Capítulo III “*Paka Paka: Proyecto comunicacional y educativo para las infancias*” buscamos dar cuenta ya no de un debate o una propuesta sino de una política pública concreta de comunicación para las infancias de Argentina y Latinoamérica (que, en muchos puntos, es producto de esos debates) analizando su surgimiento y desarrollo; su relación con los derechos de chicos y chicas; las concepciones de infancia, comunicación y educación que promueve; su relación con otros espacios públicos y tecnologías, más allá de la pantalla de TV y el recorrido por algunas de sus principales producciones audiovisuales. Por último, recogeremos algunas críticas realizadas a la señal y elaboraremos puntos problemáticos y aportes para seguir pensando una TV infantil de calidad.

ESTADO DEL ARTE

Sobre la televisión y los medios de comunicación de masas existe una extensa bibliografía en América Latina y en el resto del mundo, abarcando una diversidad de perspectivas y posicionamientos que van desde sus influencias (directas o indirectas) en las conductas humanas; la crítica elitista que veía en los medios la degradación de la “cultura”; pasando por la denuncia de la propiedad de los medios y el peligro de la concentración para la democracia; el análisis de las mediaciones y los consumos televisivos; aquellos que vieron en los géneros de la TV la hibridación cultural de nuestros pueblos, etc.

Desde los tempranos años ‘40 y ‘50 este medio generó interés de estudio por su propagación y el peso social de sus discursos en los procesos de comunicación. Se indagó en la relación televisión-industria, las intencionalidades de los productores y los efectos en la audiencia. Los estudios pioneros de la Mass Communication Research, desde corrientes sociológicas funcionalistas y empiristas norteamericanas, estudiaron la relación entre los medios de masas y la opinión pública con las obras de Merton (1946, 1970), Katz y Lazarsfeld (1955), Riesman (1981), Lasswell (1985), Mills (1964). Las perspectivas más extremas llegaron a desarrollar la “teoría de la aguja hipodérmica” para dar cuenta de la influencia directa y la manipulación de los mensajes en audiencias pasivas, basándose en el uso político de los medios con las propagandas de guerra durante las contiendas mundiales de 1914 y 1939. En el continente Europeo, las corrientes críticas de la Escuela de Frankfurt

se referenciaron en los estudios del marxismo, el psicoanálisis y la filosofía de Hegel y sus principales exponentes fueron Adorno y Horkheimer (1971), Benjamin (1982), Marcuse (2004) quienes analizaron la relación entre sociedad y medios de comunicación de masas desde el nuevo paradigma planteado por la “industria cultural”, la reproductibilidad técnica del arte y el desencanto ante un progreso que no derivó en mayores libertades sino en las experiencias de los totalitarismos.

En los años ´60, una derivación del funcionalismo, la teoría de los usos y gratificaciones, matizaba esta pasividad del público y sugería que las audiencias rechazaban los mensajes que chocaban con sus principios y tomaban aquellos que le producían alguna gratificación; mientras que se sostenía que la existencia de líderes de opinión mediaba en la relación audiencia-televisión, descartando así la influencia directa. Por otra parte, la vertiente inglesa de los estudios en comunicación en la Escuela de Birmingham y los llamados Estudios Culturales, donde encontramos los trabajos de Hoggart (1957), Williams (1961), Thompson (1963), Hall (1980), retoman la herencia gramsciana a través del interés por los procesos culturales y el concepto de hegemonía. El desplazamiento operado es el que va desde la producción a la recepción, jerarquizando los consumos culturales y el análisis cualitativo de las audiencias. En su libro *Apocalípticos e Integrados*, Humberto Eco (1968) populariza la tensión entre posturas que rechazan de plano a la TV y quienes se entregan de manera entusiasta a la era tecnológica (entre estos últimos, el canadiense Marshall McLuhan (1964) con su concepto de la “aldea global”).

En la década de los ´70 se popularizaron los análisis de los mensajes en clave ideológica desde una perspectiva crítica latinoamericana, así como también las denuncias a los desequilibrios en los flujos internacionales de información inspirados en la teoría de la dependencia (Prebisch, 1998), (Dos Santos, 1978). En esta línea ubicamos a Mattelart (1970), Schmucler (1975), Muraro (1974), Pasquali (1965), Beltrán (1976), Graziano (1980), Renato Ortiz (1997), Ford (1985), etc. Este fue un momento de resplandor para las propuestas acerca de Políticas Nacionales de Comunicación relacionadas al desarrollo de América Latina, donde a los anteriormente mencionados podemos agregar a Chaparro Escudero (1998), Exeni (1998), Kaplun (1987), Roncagliolo (1982), Mata (2000).

En los ´80 en Latinoamérica fue el turno de las audiencias como preocupación relevante en los estudios de comunicación y en las diversas formas de codificar y resignificar los mensajes del medio, desestimando la simplificación del poder absoluto de la

televisión frente a audiencias pasivas y analizando las resistencias, las mediaciones, el consumo cultural, los géneros. En esta línea teórica ubicamos a Orozco Gómez (1996), Martín Barbero (1987, 1999, 2001), García Canclini (1987, 1995), Sunkel (1986), Steimberg (2013).

Por otra parte, los análisis que hicieron foco en los procesos de consumo dominaron la década de los '90 observando “las maneras cómo se articulan las lógicas comerciales de la producción con las lógicas culturales del consumo” (Rincón, 2005: 18) y los fenómenos de globalización tanto desde perspectivas conformistas como críticas: Canclini (1995), Barbero (1995), Landi (1992), Abraham (1998), Mangone (1992), Sarlo (1994), Bourdieu (1997).

En este sintético recorrido, llegamos al inicio de un nuevo milenio con la reedición de tradiciones críticas que denuncian el control oligopólico de los medios de comunicación y su peligro para la democracia: Loreti y Lozano (2014), De Charras (2006), Mastrini (2009), Lázaro (2010), Uranga (2007).

En cuanto a las perspectivas de análisis, desde la Economía Política de la Comunicación encontramos los trabajos de Zallo (1992), Garnham (1983, 1985), Mosco (1996), Murdock y Golding (1981), Krakowiak (2003), De Charras (2006). Desde el derecho a la comunicación sobresalen los aportes de Damián Loreti (1993, 1995, 1998, 2014), Fiss (1996, 1999), Lozano (2011), La Rue (2013), McBride (1980). Desde las Pedagogías críticas se destacan las obras de Simón Rodríguez (1985), Freire (1985), Giroux (2003), Puiggrós (1986, 2010), Apple (1998) y en referencia a las Políticas Culturales son relevantes los trabajos de Canclini (1987), Cubeles (2000), Bayardo (2004).

La cuestión de la identidad (individual y colectiva) ha sido un tema ampliamente indagado. Aquí destacamos los trabajos de Laclau (2010), Hall (2003), Giddens (1991), Giménez (1992), Ortiz (1998), Barker (2003). Los debates sobre televisión pública y televisión educativa encontraron valiosos aportes en Martín Barbero, Beltrán, Cifuentes, Fuenzalida, Orozco Gómez, Montero Otondo, Mazziotti y Rincón (2005); Becerra, Varela, Alfaro, Mata, Verano, Fiorito, Bauer (2013); Nicolosi (2014); Smerling (2015); García Matilla (2003). Y en lo que refiere al debate sobre calidad es frecuentemente consultado el trabajo de Richeri y Lasagni (2006), así como el aporte de Morduchowicz (2010) y los criterios de calidad elaborados por el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (2013).

Por otra parte, numerosas investigaciones se han abocado a la cuestión de la infancia desde los cruces con diversas disciplinas y perspectivas. Entre las más sobresalientes y citadas, encontramos a Philippe Ariés (1987) quien publicó la obra *El Niño y la vida familiar en el Antiguo Régimen* donde, inscribiéndose en lo que se conoció como historia de las mentalidades, propuso la tesis de la infancia como una categoría histórica y socialmente construida. Desde las teorías del aprendizaje, son muy reconocidos los trabajos de Jean Piaget (1975) y desde la filosofía ubicamos a Agamben (2003). Otro especialista, Joel Brée (1995), indagó la relación entre niños, consumos y marketing; en tanto que Corea (1999, 2004) y Lewkowicz (1999, 2004) pensaron en la “muerte” de la “infancia moderna” y su relación con los medios de comunicación. Los investigadores de la Universidad Federal de Río de Janeiro, Vinicius Darriba y Lucía Rabello de Castro (2001) realizaron sus trabajos sobre infancia y adolescencia en la cultura de consumo, en tanto que Joe Kincheloe (1997) lo hizo sobre el cruce entre cultura infantil y multinacionales. Desde la pedagogía, Mariano Narodowski (1994) indagó sobre las relaciones entre infancia y poder.

La investigadora y Doctora en Educación, Sandra Carli (2002, 2003, 2005, 2009) tiene una rica trayectoria en trabajos sobre infancia desde la historia de la educación y fue compiladora de libros que reúnen estudios sobre infancia desde diferentes perspectivas. La Facultad de Ciencias Sociales (UBA) cuenta con Licenciadas, Magísters, docentes e investigadoras que han trabajado el tema infancias: desde la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Cielo Salviolo (2013, 2015); Viviana Minzi (2003, 2006); Laura Ahmed (2008); Melina Curia (2009); Valeria Dotro (2000); Mariana Bernal (2009); Carolina Duek (2006, 2012) y desde la Carrera de Ciencia Política, María Laura Ebenhardt (2009) han realizado valiosos aportes. Cabe destacar que Cielo Salviolo y Valeria Dotro tuvieron participación directa en el proyecto *Paka Paka*: Salviolo como Directora Fundadora y luego consultora de contenidos y Dotro como productora y responsable de contenidos.

Una mención especial merece Alicia Entel (2014), educadora, periodista e investigadora en comunicación. Como Directora de la Fundación Walter Benjamin, y junto con la Fundación Arcor, participa desde hace más de una década del proyecto “Infancias, varios mundos” que consta de un registro visual de la situación de las infancias en América Latina a partir del cuál se produjo una colección de libros donde se conjugan imágenes que retratan a nuestras infancias latinoamericanas junto a poesías, memorias y reflexiones de diferentes especialistas. Este proyecto aborda a las infancias desde sus relaciones con la

cultura, el arte, los derechos, los juegos, los afectos y las diversidades y desigualdades que configuran y afectan a las infancias en América Latina. Dicho trabajo pretende visibilizar y sensibilizar acerca de las experiencias vitales de niños y niñas de la región.

Por último, en cuanto a la producción académica de egresados de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) y de otras Universidades Públicas Nacionales, al relevar las tesinas de grado y posgrado se corroboró un interés muy incipiente por construir sus objetos de estudio a partir de *Paka Paka* y sus producciones para la infancia. En la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA) se han producido algunos trabajos que versan en la relación entre infancias y medios de comunicación o representaciones de la infancia en medios (programas de televisión, publicidades, revistas). Específicamente, las siguientes tesinas de grado toman como objeto de estudio a *Paka Paka*:

La tesina de Francisco Muñoz Larreta (2013), dirigida por Carolina Duek, se propone analizar la serie “La asombrosa excursión de Zamba” a partir de las representaciones de infancia y las relaciones entre juego, escuela e historia. También con Duek como tutora, la tesina de Diego Moreira y Agustina Veronesi (2013) aborda a *Paka Paka* como nuevo espacio pedagógico. Desde la Universidad Nacional de La Matanza, Natacha Arburúa (2013) analiza la serie de Zamba desde el discurso historiográfico que propone el dibujo animado para indagar en las continuidades y rupturas con la corriente de la Historia Oficial escrita por Bartolomé Mitre y predominante en la enseñanza de las escuelas durante el siglo XX. En la Universidad Nacional de Rosario, la Lic. Vanina Lanati está realizando su tesis de doctorado sobre el caso de *Paka Paka* como televisión para niños desde un medio público. Otras producciones ubicadas fueron el artículo de Nicolás Bernardo (2015) en la Universidad Nacional de La Plata titulado “Paka Paka, una cartografía posible sobre la construcción de subjetividades y las tecnologías”⁴ y la producción audiovisual de Daniela Fariña (2014) para la Diplomatura en Ley de Medios y Reconversión Cultural (sede Facultad de Ciencias Sociales-UBA) que versa sobre el lugar que tienen niños, niñas y adolescentes en la Ley 26.522 e incluye a *Paka Paka* como una forma de promover el derecho a la comunicación de las infancias⁵.

⁴ Disponible en: <http://oaji.net/articles/2015/2719-1450554956.pdf>

⁵ Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wLvTekyVCQ>

ABORDAJE TEÓRICO METODOLÓGICO

Paka Paka, como experiencia de Televisión Pública y educativa para las infancias, constituye además un proyecto educativo y cultural que sale de la pantalla para interactuar con chicos y chicas en otros espacios públicos. La elección del caso es relevante por tratarse de una experiencia pionera: el primer canal público para las infancias en Argentina y referente en Latinoamérica en un contexto de fuerte hegemonía de los canales comerciales transnacionales.

Para abordar el objeto de estudio partimos de la problematización de la *relación infancias-comunicación-educación*. En este trabajo sostenemos que la infancia es una construcción histórica y social (Aries, 1987; Carli, 2009; Corea, 1999; Duek, 2006). Para Alicia Entel (2014) “el niño o la niña son – es decir existen, tienen sustancia vital - en un contexto, en el ámbito de proyectos que se da la humanidad y habitualmente, en conexión cotidiana con los grandes que, a su vez, tienen representaciones e imaginarios acerca de lo que es y debe ser la infancia” (2014: 14). Esta perspectiva nos permite dar cuenta de infancias situadas, atravesadas y configuradas por proyectos políticos, económicos, culturales y, por consiguiente, las diferentes representaciones de la infancia a través del tiempo o conviviendo y tensionando en un mismo tiempo histórico (el niño como “menor”, como “sujeto de derecho”, como “consumidor”, etc.). Para Cristina Corea (1999) la variación práctica del estatuto de la niñez hunde sus raíces en las mutaciones culturales producto de las prácticas de consumo. Por su parte, Melina Curia (2009) sostiene que con la instauración de las políticas neoliberales “el mercado se instala como un agente de socialización y legitimación de gran importancia en la vida de los más pequeños desde los primeros años, configurando sensibilidades estéticas y sus modos de ser y de comprender el mundo” (2009: 300).

Por consiguiente, nos interesa indagar en las relaciones de las infancias contemporáneas con la televisión entendiendo a ésta última como un agente de socialización muy presente en las vidas de chicos y chicas y una herramienta pedagógica (ya sea que se trate de la TV comercial o Pública-educativa) lo cuál nos posiciona en una concepción de educación en sentido amplio, que trasciende a la escuela y a las televisiones que se proponen específicamente objetivos educativos (Morduchowicz, 2010; Rincón, 2005) ya que dicha acción pedagógica puede encontrarse en diversas expresiones de la cultura popular:

Lo que concierne específicamente a un proceso educativo consiste en que, a partir de una práctica de interpelación, el agente se constituya como un sujeto de educación activo incorporando de dicha interpelación algún nuevo contenido valorativo, conductual, conceptual, etc. que modifique su práctica cotidiana en términos de una transformación o en términos de una reafirmación más fundamentada. Es decir, que a partir de los modelos de identificación propuestos desde algún discurso específico (religioso, familiar, escolar, de comunicación masiva) el sujeto se reconozca en dicho modelo, se sienta aludido o acepte la invitación a ser eso que se le propone. (Buenfil Burgos, 2011: 92)

La aparición de la televisión como medio de comunicación de masas a mediados del siglo XX en nuestro país y su fuerte arraigo con el correr de los años en la cotidianidad de millones de hogares, la convirtió en un objeto de estudio privilegiado que fue abordado desde diversas perspectivas en el campo de las Ciencias Sociales. Para Omar Rincón (2005) “la televisión es una invención humana que se ha convertido en parte fundamental de nuestra vida diaria, de nuestras formas de construir el símbolo y de nuestras maneras de crear comunidades de sentido” (2005: 11). Este trabajo propone una mirada crítica sobre la televisión que permita reflexionar sobre los entramados de poder que se tejen en torno a ella; pero, lejos de la simple denuncia, buscamos rescatar su valor cultural y pedagógico entendiendo a la televisión como una esfera pública que debe enriquecerse con participación ciudadana para fortalecer la democracia. De esta manera, destacamos el rol de la televisión como servicio público, según el espíritu de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, y entendemos que “el espacio de lo público es, en las sociedades modernas, el lugar de operaciones insoslayables de reflexividad social. Y por ello, el lugar donde la vida social se enuncia en sí misma en tanto que tal” (Caletti, 2004 citado en Duek, 2006: 12). En este aspecto, retomaremos los aportes de Guillermo Mastrini (2012) sobre las complejidades del servicio público de radiodifusión en América Latina y los lineamientos de Antonio Pasquali (1991) sobre las características que definen a un medio público.

Para reflexionar sobre la televisión pública y la televisión educativa para América Latina, retomaremos los debates y miradas propuestas por Omar Rincón (2005); Jesús Martín Barbero (2002, 2005); Guillermo Mastrini (2012); Valerio Fuenzalida (2005, 2008); Germán Rey Beltrán (2005); García Matilla (2003); Morduchowicz (2010); Teresa Montero Otondo (2005); Martín Becerra (2013); Cielo Salviolo (2013); Tristán Bauer (2013); entre otros autores. En cuanto a los criterios de calidad y diversidad en televisión consideraremos los trabajos de Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni (2006) y Diego de Charras (2011,

2016); así como los criterios de calidad elaborados y difundidos por el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) y las recomendaciones de UNESCO (1996, 2005).

Profundizar en el análisis y mostrar la complejidad del escenario mediático actual implica sostener que:

[...] hoy se hace y se ve televisión dentro de un paisaje audiovisual contemporáneo bastante complejo que nos brinda contextos de mundialización de la cultura a través de estéticas, narrativas, sensibilidades y subjetividades universales; así mismo, asistimos a propuestas novedosas de reconstitución de lo nacional y revaloración de lo local. (Rincón, 2005: 30)

La complejidad del paisaje mediático se acentúa si consideramos los procesos de convergencia que serán entendidos como un conjunto de cambios no sólo tecnológicos e industriales, sino también culturales y sociales donde viejos y nuevos medios interactúan de formas cada vez más complejas (Jenkins, 2008: 17) y que involucran un flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación (y competencia) entre industrias de medios y el comportamiento migratorio de las audiencias. En palabras de Jenkins: “Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales conferimos sentido a nuestra vida cotidiana” (Jenkins, op. cit: 15).

Para poder comprender el escenario en que se inserta esta experiencia de TV Pública, educativa e infantil, la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación (Garnham, 1985; Krakowiak, 2003; De Charras, 2006; Mosco, 2006) nos permitirá reflexionar sobre la formación de grandes corporaciones privadas y comerciales de la comunicación y los procesos de transnacionalización de la cultura desde los grandes centros industriales y financieros a las periferias. Esta perspectiva nos permite:

[...] explorar la vinculación entre producción material y simbólica a través de un análisis crítico del rol de los medios masivos de comunicación en el proceso de acumulación de capital y reproducción de las relaciones desiguales de clase, repensando la relación entre economía, comunicación y cultura sin caer en reduccionismos economicistas. (Krakowiak, 2003: 6)

Este posicionamiento nos permite sostener que: “el acceso a los medios masivos y las nuevas tecnologías de la comunicación está influenciado por las desigualdades en el ingreso y la riqueza, que permiten que algunos puedan acceder y otros queden fuera.” (Mosco, 2006: 58)

Desde la perspectiva de las Políticas Culturales, entenderemos a la cultura y sus procesos como:

[...] espacios donde se construye la unidad simbólica de cada Nación y las diferencias entre las clases, donde cada sociedad organiza la continuidad y las rupturas entre su memoria y su presente [...] territorio en donde los grupos sociales se proyectan hacia el futuro, donde elaboran práctica e imaginariamente sus conflictos de identidad y realizan compensatoriamente sus deseos. (Canclini, 1987: 60)

Para Cubeles (2000) el fuerte desarrollo de las industrias culturales a lo largo del siglo XX, provocó una creciente producción de bienes y servicios de contenido simbólico e ideológico en la esfera del negocio privado. Quizás lo novedoso de esta nueva era es que la lucha geopolítica ya no se centra, como antes, en el control colonial sino en el acceso a la cultura y el control de los medios de comunicación. En un mundo post-industrial la economía y la cultura están entrelazadas: los nuevos procesos de dominación del capitalismo neoliberal se juegan en el campo cultural. Para Bayardo (2004) no reside en una fatalidad económica sino que tiene implicancias para la Nación como comunidad de sentido: “dejar libradas la distribución y la comercialización a los grandes conglomerados transnacionales es firmar la partida de defunción de la creación cultural autónoma, es liquidar la creatividad que nos constituye como Nación” (2004: 65). En el marco de una globalización que se ha llevado a cabo de manera salvaje y estrechamente vinculada con el mercado, donde creció exponencialmente la participación de la informática, el audiovisual y las industrias culturales en el Producto Bruto Interno de los países desarrollados, Aníbal Ford (2000) señalaba tres desigualdades informacionales y comunicacionales: la que tiene que ver con la desigualdad en el acceso a equipamientos de comunicación (apología de la globalización como si todos los habitantes del mundo pudieran acceder a las nuevas tecnologías), diferencias que se producen en la documentación e información sobre los distintos países y culturas (hegemonía de los Estados Unidos en detrimento del Tercer Mundo) y una concepción de la información que ya no se orienta en base a una necesidad social o en función del debate público sino como mercancía.

Frente a estas tendencias de la llamada “globalización”, la comunicación se convierte en un área estratégica de difusión e imposición de las lógicas de la cultura hegemónica en los llamados países periféricos como la Argentina y otros países de América Latina. Para

comprender estos procesos donde intervienen relaciones de poder es fundamental el concepto de hegemonía que:

[...] constituye todo un cuerpo de prácticas y expectativas en relación con la totalidad de la vida: nuestros sentidos y dosis de energía, las percepciones definidas que tenemos de nosotros mismos y de nuestro mundo. Es un vívido sistema de significados y valores, fundamentales y constitutivos que, en la medida en que son experimentados como prácticas, parecen confirmarse recíprocamente. Por lo tanto es un sentido de la realidad para la mayoría de las gentes de la sociedad, un sentido de lo absoluto [...] Es decir que, en el sentido más firme, es una cultura, pero una cultura que debe ser considerada asimismo como la vívida dominación y subordinación de clases particulares. (Williams, 2000: 132)

Estas transformaciones globales tuvieron una de sus vertientes en la aparición de canales transnacionales para la infancia impactando, a su vez, en la configuración de sus subjetividades debido a que “los medios de comunicación ocupan un lugar central, no sólo en la vida cotidiana de los chicos y las chicas y en sus modos de entretenimiento, sino además como referentes de socialización, como productores de visiones de mundo, etc.” (Fiorito, 2014: 228). Por otra parte, según Viviana Minzi (2003) debido a las transformaciones socioculturales y económicas ocurridas en Argentina entre los sesenta y los noventa, el mercado se convirtió en agente socializador y “es a través de la interacción con los productos y agencias instaladas por el mercado, que los más pequeños no sólo gastan dinero y consumen productos sino que organizan muchas de sus acciones cotidianas, construyen conocimientos acerca del entorno y edifican su identidad” (2003: 257).

En cuanto a la noción de identidad, se sostiene una postura antiesencialista que la aborda como construcción discursiva, tal como la piensan Laclau (2010) o Hall (2003). Este último sostiene que el concepto de identidad es estratégico y posicional: no es el “núcleo estable del yo” sino que se construye dentro del discurso y es producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos, en el interior de formaciones y prácticas discursivas diversas donde intervienen estrategias enunciativas específicas y modalidades de poder. Las identidades no son positividades sino que se dan en relación a un “otro”, están marcadas por la diferencia y por la exclusión. “Las identidades son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas. Son el resultado de una articulación o “encadenamiento” exitoso del sujeto en el flujo del discurso” (Hall, op. cit: 20). Para Martín Barbero (2002) mientras hace unas décadas hablar de identidad era hablar de raíces, territorio y tiempos largos, en el mundo globalizado de hoy implica hablar de migraciones y movilidades, de flujos y reflujos, de instantaneidad y desanclajes. Esas

identidades se construyen en el discurso, en los procesos de comunicación y en la interacción en espacios donde se produce el reconocimiento. En ese sentido, las identidades infantiles son una construcción y en la televisión comercial-transnacional se acentúa la problemática de su concepción como consumidores, además de una definición adulta acerca de lo que es ser niño o niña, al no existir instancias de verdadera participación de sus culturas infantiles.

Por otra parte, al referirnos a la pedagogía cultural queremos dar cuenta del carácter formativo de la cultura. Como dice Giroux⁶ “la fuerza educativa de la cultura en general, ya hablemos de los medios o de la cultura popular, del periodismo o de cualquier variedad de productos culturales constituyen hoy experiencias mucho más poderosas y significativas que la propia escuela”. Por esta razón, es importante reflexionar acerca de esta capacidad de educar que tienen los medios audiovisuales y prestar especial atención a las representaciones, valores y visiones de mundo que promueven sobre la infancia. En sintonía con este planteo, la pedagogía crítica elaborada por el pedagogo brasileño Paulo Freire (2010) se apoya en la afirmación de que “toda acción cultural es siempre una forma sistematizada y deliberada de acción que incide sobre la estructura social, en el sentido de mantenerla tal como está, de verificar en ella pequeños cambios o transformarla” (2010: 220)

Desde la perspectiva del Derecho a la Comunicación se sostendrá que “la concentración de la propiedad de medios de comunicación tiene como correlato la homogeneización de contenidos, en pos de consolidar alianzas comerciales y políticas y la marginación de las voces disidentes” (Loreti y Lozano, 2014: 143). Por esta razón, los autores afirman que en este escenario la intervención del Estado se vuelve imprescindible para garantizar el ejercicio del derecho a la comunicación en condiciones de equidad y preservar la diversidad de las manifestaciones culturales. “El fomento de la diversidad de voces y el pluralismo como presupuestos básicos del ejercicio del derecho a la comunicación se han convertido en desafíos centrales frente a las lógicas de la globalización, integración comercial y libre comercio” (Loreti y Lozano, op. cit: 189).

Este rol del Estado en Argentina en la regulación de la comunicación y la protección de las infancias está respaldado por los derechos y obligaciones plasmados en la Constitución Nacional, las leyes nacionales y provinciales (Ley de Servicios de

⁶ Giroux, Henry (2000). Conferencia en la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

Comunicación Audiovisual, Ley provincial 13.298 de Promoción Integral de los Derechos de los Niños, Ley Nacional 26.061 de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes) y en los compromisos asumidos a través de convenciones y pactos internacionales a los que adhiere (Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966; Pacto de San José de Costa Rica, 1969; Convención sobre los Derechos del Niño, 1989 etc.) Este último es muy relevante para este trabajo ya que, adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en su resolución 44/25, del 20 de noviembre de 1989, exhorta a los Estados a tomar un rol activo para garantizar el acceso y la participación de niños, niñas y adolescentes en condiciones de equidad en el debate público (Loreti y Lozano, op. cit: 63). También cabe destacar los aportes del informe “Nuestra diversidad creativa” de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (Paris, 1996) y de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (Paris, octubre 2005) ambas de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Al tener en cuenta la afectación a la libertad de expresión de los pueblos que significa esta concentración mediática, la década de los '70 fue el escenario de importantes debates internacionales sobre la comunicación en el marco de la UNESCO, impulsados por actores políticos e investigadores de la región. Los debates acerca de un Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones (NOMIC) nucleó las demandas democratizantes de Países del “Tercer Mundo” y algunos representantes progresistas de los países “centrales”. El concepto de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) se concibe históricamente “en el seno de una tríada que conforma una unidad analítica y propositiva: educación-cultura-comunicación. Así, las PNC son parte de un mismo proceso que engloba también las políticas educativas y las políticas culturales” (Exeni, 1988: 67). En la primera reunión de expertos sobre Políticas y Planificación de la Comunicación reunidos en París en 1972 se definió conceptualmente la identificación existente entre poder y medios, tecnologías de la comunicación e imperialismo de la información, el manejo comercial y político de los medios de comunicación, la reducción de la información por las tendencias monopólicas y el desplazamiento de la economías desarrolladas hacia actividades de comunicación (Exeni, op. cit: 70)

Así como en los años '60 se buscaba la promoción de la educación como factor de desarrollo, en la década siguiente se avanzó conceptualmente en la relación entre procesos

de comunicación y procesos de desarrollo social y cultural. Efectivamente, las PNC estaban vinculadas a lo que se dio en llamar “Comunicación para el Desarrollo”, pero el problema consistía en precisar que significaba “desarrollo” desde las propias condiciones de existencia de los países periféricos atravesados por una profunda desigualdad. En este debate internacional, los actores de la región se esforzaron por alejarse del paradigma norteamericano de la “Teoría de la Modernización o del Desarrollo” imbuido en corrientes evolucionistas y funcionalistas donde:

[...] las diferencias entre naciones son explicadas en términos del grado de desarrollo antes que por la naturaleza básica de cada una. Por lo tanto, el problema central del desarrollo se pensaba en torno a la cuestión de “cubrir la brecha” y “actualizarse” por medio de un proceso de imitación entre los sectores modernos y tradicionales, entre retrasados y avanzados. (Servaes, 2000: 9)⁷

En cambio, desde América Latina se promovió el enfoque de la Teoría de la Dependencia, donde convergen tradiciones intelectuales neomarxistas o posmarxistas, estructuralistas y posiciones emergentes en el seno de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y que, surgida durante la segunda mitad de la década de 1960 “representó un esfuerzo crítico para comprender las limitaciones de un desarrollo iniciado en un periodo histórico en que la economía mundial estaba ya constituida bajo la hegemonía de enormes grupos económicos y poderosas fuerzas imperialistas” (Dos Santos, 2002: 5). Si bien la Teoría de la Dependencia ha recibido críticas por pensar las causas de la dependencia a través de factores externos y ha sido objeto de actualizaciones en concordancia con el devenir histórico de cada sociedad, para este trabajo resulta indispensable rescatar sus presupuestos básicos y las nociones de centro y periferia para ser pensadas no sólo en la relación de nuestro país con los grandes centros de poder internacional, sino también para reflexionar sobre la creciente polarización y fragmentación entre centro y periferias al interior de nuestra propia sociedad. La reactualización de este pensamiento crítico en el presente nos permite pensar no solamente procesos económicos sino también los procesos de producción y distribución de la comunicación y la cultura, la desigual distribución de bienes simbólicos, el predominio de producciones audiovisuales mercantiles y transnacionales y la necesidad de producir nuestras propias narrativas en consonancia con el derecho a la comunicación de nuestros pueblos.

⁷ Disponible en: <http://catedras.fsoc.uba.ar/gpost/material/servaes.pdf>

Retomando el debate internacional de las PNC, éstas políticas fueron concebidas como un fenómeno regional donde se esperaba que los Estados adquirieran un rol central en la regulación de los flujos de información y fueran garantes del derecho a la comunicación, pero desapareció de la agenda con el recrudecimiento de políticas neoliberales y el giro neoconservador de los golpes cívico-militares en América Latina en la década del '70. Siguiendo a Dos Santos (2002) este periodo se caracterizó por la tendencia creciente a la exclusión social, como resultado del aumento de la concentración económica y de la desigualdad social bajo el impacto de la globalización comandada por el capital financiero internacional, las prerrogativas del Consenso de Washington, las privatizaciones y el ahogo de las deudas externas latinoamericanas en la década del '90: "Dependiente, concentrador y excluyente, éstas eran las características básicas del desarrollo dependiente asociado al capital internacional"(Dos Santos, op. cit: 10)

Si bien los Estados no siguieron adelante, la demanda de democratización de la comunicación siguió viva en el trabajo cotidiano de actores de la sociedad civil con el retorno de la democracia. Esta experiencia en nuestro país cobró vigor en 2004 cuando se conformó la Coalición por una Radiodifusión Democrática; una multisectorial formada por más de 300 organizaciones sociales, políticas, sindicales, educativas y cooperativas que se constituyó con el objetivo de llamar la atención sobre la vulneración de derechos que significa la concentración oligopólica de empresas de comunicación e impulsar una ley de medios de la democracia que dejara atrás el decreto 22.285 de Radiodifusión. La elaboración de los "21 puntos para una Comunicación Democrática" alentó el debate a nivel nacional y sirvió de base para la elaboración del Proyecto por parte del Ejecutivo Nacional, que fue puesto a discusión en foros participativos federales, y su sanción por mayoría en el Congreso Nacional en 2009. Para Gustavo Bulla (2010) constituye un acontecimiento legislativo sin precedentes por su participación, además de destacar que la ley apunta a revertir la conformación oligopólica y monopólica al reconocer como titulares de licencias no sólo al sector público y al privado comercial sino también a las "organizaciones libres del pueblo" (cooperativas, sindicatos, mutuales, etc.) y poner límites a las posiciones dominantes de los mercados.

En este marco de ampliación de derechos nace en 2010, bajo la órbita del Ministerio de Educación de la Nación, el primer canal público para la infancia con el nombre de *Paka Paka*. Desde su propuesta institucional expresan que el desafío es aportar una nueva forma

de mostrar, hablar y convocar a la infancia ofreciendo contenidos y formatos estéticos que piensan en las posibilidades y en las necesidades de los niños y niñas de nuestro país, apuntando a enriquecer su mundo y a reflejar su complejidad.

Por último, para poder analizar las concepciones que se construyen acerca de la infancia recurriremos al concepto de representación (Verón, 1987; Chartier, 1989; Moscovici, 1961). Desde una perspectiva socio-semiótica, la representación es el producto de una construcción social. La Teoría de los Discursos Sociales de Verón plantea la producción de sentido como discursiva y permite analizar la dimensión significativa de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido (Verón, 1987). Para Serge Moscovici (1961) las representaciones sociales son sistemas de nociones e imágenes que construyen realidad y determinan el comportamiento de los sujetos, por la tanto son representaciones operativas ya que inciden en la vida social orientando la acción y brindando marcos de interpretación. Siguiendo a Carolina Duek (2012) sostendremos que:

[...] la representación es la operación por excelencia a través de la cuál se producen los mensajes de los medios de comunicación, que no son lineales, ni “directos”; son construcciones sociales que, en manos de los productores y dueños de los medios, van a orientar la presentación de temas, problemas y eventos en función de los intereses que representan. (2012: 63)

Para este trabajo se seleccionó una estrategia teórico-metodológica de tipo cualitativa que centra la atención sobre los procesos y los actores intervinientes en el surgimiento y desarrollo de este canal público y su proceso de producción. Se trata, en este caso, del análisis de fuentes primarias y secundarias que permitan elaborar información relevante. La construcción de técnicas de obtención de información de tipo cualitativas tiene como fin la reconstrucción de las prácticas y discursos de un grupo acotado de sujetos relevantes en relación a las actividades, propuestas y el contrato con la audiencia llevados adelante en el canal. Consiste en reconstruir a partir de entrevistas a informantes clave, la trama institucional y política del caso de estudio y en identificar los diversos posicionamientos de su estrategia institucional. Además de las entrevistas realizadas, se construyó una base documental que consiste en entrevistas producidas por distintos medios de comunicación a informantes claves, notas periodísticas que resultan relevantes para el caso de estudio, festivales y espectáculos gratuitos promovidos por el canal, videos de encuentros y congresos sobre televisión pública y televisión educativa realizados en nuestro país, material

institucional (folletos, manifiestos, información de la página web del canal), así como las legislaciones sobre protección de la niñez y las políticas relevantes del periodo 2005-2015.

Por otra parte, se llevará a cabo un análisis descriptivo de la programación de *Paka Paka* emitida durante el 20 y 27 de julio de 2015, realizando una selección de producciones representativas del canal y abordando sus características generales: tipo de producción (nacional, internacional, co-producción), géneros y formato, temáticas abordadas, participación de chicos y chicas, con el fin de reconstruir las representaciones de la infancia en este canal público infantil y dar cuenta de los posibles encuentros y tensiones con el discurso institucional y las legislaciones vigentes en el periodo en materia de derechos de la infancia.

CAPÍTULO 1

“Las infancias y sus derechos a la comunicación y la cultura”

1.1 “La infancia” como construcción histórica y social.

En primer lugar, nos proponemos pensar a la infancia como una categoría social y cultural históricamente construida. Es decir, que no la concebimos como esencia o segmento etario estático con similares características, sino como construcción histórica sujeta a diferentes condicionamientos y posibilidades en relación a las distintas épocas y sociedades. Autores como Philippe Aries, Sandra Carli, Alicia Entel, Cristina Corea, Viviana Minzi, Carolina Duek y Cielo Salviolo trabajaron en esta línea de la *infancia como construcción histórico/social*.

Por esta razón, resulta más pertinente hablar de “*infancias*”⁸, en plural, para dar cuenta de las diferentes configuraciones de la niñez según las experiencias que las atraviesan. Existen diversas maneras de ser niño y niña, no sólo a través del tiempo y en diversos contextos, sino también en un mismo lugar y tiempo histórico si atendemos a las diferencias socioculturales y económicas características de los procesos de fragmentación que en Argentina comenzaron con la última dictadura cívico-militar y se extendieron durante las décadas del 80 y 90, eclosionando en la crisis social del 2001. En este sentido, reflexionaremos sobre las medidas neoliberales de aquellos años y las políticas públicas destinadas a la infancia en el periodo 2005-2015, así como sus impactos en la configuración de las experiencias infantiles.

En segundo lugar, daremos cuenta de los cambios en los modos de representar a las infancias y rescataremos concepciones gestadas en Argentina desde el Estado, el mercado y los medios de comunicación que sustentaron visiones del mundo, políticas y acciones que, a su vez, impactaron en los heterogéneos itinerarios infantiles.

Para avanzar en el análisis recurriremos al *concepto de representación*. Desde una perspectiva sociosemiótica, Eliseo Verón (1987) postula que toda producción de sentido es

⁸ Hablar de “*infancias*” no es solamente un posicionamiento teórico sino también político, es el reconocimiento de las diferencias sociales, la inequidad y la fragmentación que impiden hablar de una infancia en sentido general y homogéneo. En esta línea trabajan importantes investigadoras como Alicia Entel y Sandra Carli.

necesariamente social y que todo fenómeno social posee una dimensión significativa⁹. La teoría de los discursos sociales de Verón es un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la semiosis social entendida como la dimensión significativa de los fenómenos sociales. Es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social. Tomaremos esta perspectiva para afirmar que no accedemos a una realidad dada, sino que la realidad es una construcción social y lo social se construye en el discurso. Todo discurso es una configuración espacio/temporal de sentido: una pintura, un discurso político, una pieza audiovisual (diferentes materialidades investidas de sentido). Desde las teorías políticas post-marxistas, postular lo social como discursivo nos permite desterrar las concepciones marxistas de una topología social (base-superestructura) para asumir con Ernesto Laclau (2010) un solo plano: el del discurso que configura y organiza lo social.

Si representar vuelve presente una totalidad ausente, es importante destacar que toda representación deja de lado ciertos aspectos del mundo, parte de un recorte que no puede entenderse como simple reflejo de la realidad. “Por un lado, la representación muestra una ausencia, lo que supone una neta distinción entre lo que representa y lo que es representado; por el otro, la representación es la exhibición de una presencia, la representación pública de una cosa o persona” (Chartier, 1989: 57)

En el caso de las infancias, ellas han sido históricamente representadas y habladas por otros y, como en toda representación, se produjo un recorte donde determinados aspectos permanecieron ausentes. No está de más recordar que el origen etimológico de la palabra “infancia” remite a los “sin voz”, de allí el inicio de un tratamiento sobre la infancia que aún es difícil superar. Según María Laura Ebenhardt (2009) “la representación de las demandas de los niños se convierte, ya no en algo que éstos puedan iniciar activamente por sí mismos a través de la elección de quienes, a su criterio, mejor representarían sus intereses, sino que deben recibirla de forma pasiva e indirecta” (2009: 65). Es interesante, entonces, indagar cómo fueron representadas las infancias en determinados momentos, ya que suelen carecer de herramientas institucionales para representarse a sí mismas y esas representaciones recaen en personas o instituciones que toman a su cargo las demandas y

⁹ Este autor suscribe al modelo ternario de la significación de Peirce para recuperar la materialidad del sentido y la construcción de lo real, rompiendo así con la tradición de la lingüística y la semiología de Saussure que postulaba un modelo binario de signo y dejaba de lado el problema de la significación. Las representaciones en la teoría de Verón son comparables al objeto en la Teoría del signo de Peirce. El signo o representamen (discurso, para Verón) es lo que está en lugar de otra cosa (su objeto). El objeto es lo que está ausente, nunca está presente sino a través del representamen o signo.

elaboran políticas con determinadas orientaciones que impactan en las trayectorias infantiles.

En diferentes periodos se elaboraron *representaciones*, que muchas veces convivieron en un mismo tiempo histórico, donde se interpeló a las infancias como “personas en desarrollo”, “proyectos del futuro” (el enfoque de la “minoridad” y la “tutela”); como “sujetos de derecho” (en las actuales legislaciones) y como “consumidores”, “niño peligroso” o “niño víctima” (en el marco de una sociedad capitalista, mediatizada y desigual).

Philippe Ariés (1987), en su estudio sobre infancia y familia en el Antiguo Régimen, señaló que las sociedades tradicionales no concebían a la infancia como un grupo social con características propias que la pudieran diferenciar de los adultos: la mortalidad infantil era alta y los niños que sobrevivían se incorporaban rápidamente al ritmo y las actividades de la vida adulta. Recién en el siglo XVIII se van delineando ámbitos específicos, cuidados y conductas que caracterizarían a la “infancia”.

Corea y Lewkowicz (1999) plantean que la infancia es producida institucionalmente, es el resultado histórico de un conjunto de prácticas instituidas por el Estado burgués. Las transformaciones en la vida social y familiar y, sobre todo la emergencia de la escolaridad, cumplieron un papel central en la construcción social de la idea moderna de “infancia”. El siglo XX en Argentina se vistió de guardapolvos blancos con la universalización y obligatoriedad de la educación pública primaria y convirtió a la niñez en una nueva categoría atravesada por la *mirada “adultocéntrica”*¹⁰: el niño/niña como ser incompleto, en desarrollo, dócil e incapaz, proyecto futuro, receptáculo vacío al que hay que llenar de saberes y experiencias, objeto de estudio de la pedagogía moderna y cuerpo sobre el cual imprimir una serie de normas. Se trató de un proyecto “normalizador” en sus aristas más conservadoras que buscó homogeneizar a los alumnos educándolos en los valores y símbolos de la nación emergente. Para Carolina Duek (2006) desde su constitución como categoría, la infancia estuvo vinculada con el control y el poder: “si la infancia nace como parte de un programa político de dominación, la escuela será su instrumento por excelencia” (2006: 15).

En esta sociedad argentina de fines del siglo XIX y de principios del XX subsistía una concepción estatal de la niñez representada como “*minoridad*”. Concepto que, por un

¹⁰ Sociedades pensadas y organizadas por adultos en función de sus intereses. http://www.unicef.cl/web/wp-content/uploads/doc_wp/Superando%20el%20Adultocentrismo%204.pdf

lado, remite a “carencia” (se consideraba que los niños no tenían la edad ni la razón suficientes para opinar o elegir) y, por otro lado, a “tutela” (como el menor no puede decidir por sí mismo, la figura del adulto es decisiva). Este concepto quedó muy asociado a los niños de bajos recursos y, en relación al campo jurídico, fue utilizado para referirse a niños y niñas que no lograban “insertarse satisfactoriamente” en el sistema económico-social y aquellos que el sistema educativo no lograba contener (los niños “peligrosos”) para los cuáles se diseñaban instituciones especiales como los reformatorios. Por ejemplo, la Ley del Patronato de Menores de 1919 sustentó esta visión de la niñez como minoridad y colocó al Estado en un rol paternalista, debido a que dicha ley regulaba la patria potestad, la tutela de niños abandonados y su tratamiento en circuitos de atención-internación que recaían en la niñez de bajos recursos (Eberhardt, 2009: 63). Una lectura desde el presente nos permite categorizar la representación de la “minoridad” como un enfoque conservador y represivo donde la niñez era objeto pasivo de tutela sin posibilidad de hacer escuchar su voz.

Según la investigadora Cielo Salviolo (2015), a partir de la segunda mitad del siglo XX las transformaciones sociales en relación con los cambios en la familia, el uso del espacio público, las pautas de crianza, las nuevas concepciones acerca de la autoridad de los padres y las necesidades de autonomía de los niños, empezaron a erosionar la noción tradicional y moderna de infancia¹¹. Este momento coincide con lo que autores como Corea y Lewkowicz (1999) llamaron “el fin de la infancia” en su concepción moderna (el niño dócil, inocente, proyecto del futuro) como consecuencia del agotamiento de las instituciones que la forjaron (como la escuela y la familia). Podemos hablar del surgimiento de una “infancia contemporánea” que experimenta nuevos modos de socialización a partir de la irrupción de los medios de comunicación masiva, en especial la televisión en los hogares, transformando el uso del tiempo libre y del espacio¹² e impactando en nuevas maneras de pensar e interactuar con la infancia y de construir subjetividades e identidades.

La paradoja de las últimas dos décadas del siglo XX es que, mientras se expandieron los estudios acerca de la infancia desde diversas disciplinas y se llevaron a cabo acciones legislativas y gubernamentales que consagraron los derechos de la infancia, por otro lado, se

¹¹ Salviolo, Cielo (2015). Material de cátedra, Clase 1 “Pensar la infancia en clave de derechos”, Curso Virtual de Producción Audiovisual Infantil de calidad, LatinLab, segunda cohorte, mimeo.

¹² La televisión empieza a privatizar los consumos al llevar la información y el entretenimiento al seno privado del hogar. Primero al comedor o living, donde se compartía el acto de ver televisión con la familia y, mucho después, a las habitaciones propiciando un consumo individual, si bien esta práctica no inhabilita una conversación (posterior y, generalmente, entre pares) sobre lo visto en pantalla.

produjeron una serie de medidas económicas y sociales, enmarcadas en la corriente neoliberal, que sumergieron al país en la desigualdad y la pobreza, afectando muy particularmente los derechos de la niñez (Carli, 2009). En la década de los '80 la infancia volvió a ser objeto de debates a nivel internacional y en Argentina, en el seno de la sociedad posdictatorial, comenzó a hablarse de la niñez como "*sujeto de derecho*". En 1989 la Asamblea General de Naciones Unidas sancionó la Convención Internacional de los Derechos del Niño. En la década de los '90 esta Convención adquirió rango constitucional en Argentina, se sancionó la Ley de Educación Federal y se realizaron jornadas y congresos sobre la protección de la niñez y la adolescencia, mientras se aplicaban políticas de corte neoliberal signadas por la privatización, la apertura económica y la liberalización con enormes costos sociales.

En el campo de la Historia de la Educación, Sandra Carli hizo su aporte en lo relativo a la cuestión de la infancia. En sus "Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001)", la autora comienza señalando el pasaje traumático del modelo de sociedad integrada de principios de los años '70 al modelo de sociedad polarizada y empobrecida de fines de los años '90 y cómo ese pasaje, en el marco de la expansión mundial del capitalismo financiero, permite constatar que el tránsito por la infancia en la actualidad asume otro tipo de experiencias respecto de las generaciones anteriores y da lugar a nuevos modos de configuración de las identidades (2009: 19). En un escenario de estabilidad democrática, luego de las traumáticas experiencias de golpes civiles-militares, se profundizó el proyecto neoliberal que provocó el aumento de la pobreza y la exclusión. Fue en ese contexto que "la niñez devino un verdadero laboratorio social en el marco de un proceso histórico dominado por la aceleración del cambio científico-tecnológico, la desaparición gradual del mundo del trabajo, la globalización económica y tecnológica y la mundialización de la cultura" (Carli, op. cit: 20). Las experiencias infantiles se vieron atravesadas por estas marcas locales y globales, la mercantilización de los bienes y servicios destinados a la infancia, el rol fundamental de la publicidad y la televisión motorizando el consumo infantil, el reconocimiento de los derechos del niño y una ampliación del campo de saberes sobre la infancia que no derivaron en una mejora de su calidad de vida, en un contexto de marcado empobrecimiento y exclusión, donde las figuras del "niño de la calle" y del "niño consumidor" convivían en el imaginario social. El primero como producto de la

destrucción del empleo, el deterioro de las familias y la expulsión de los niños a las calles. El segundo, encarnando las transformaciones del mercado transnacional que modificó el paisaje de la producción cultural a través de la televisión comercial y de la publicidad.

La adopción de políticas neoliberales en la Argentina y la región durante la década de los '90, con el consecuente abandono de toda posibilidad de desarrollo autónomo y soberano, produjo el empobrecimiento creciente de la población como consecuencia de una distribución regresiva de los ingresos, la concentración de la riqueza, la privatización de empresas nacionales, la reestatización de la deuda privada, el crecimiento exponencial de la deuda externa, la flexibilización laboral, el desmantelamiento de la salud y la educación públicas, la apertura indiscriminada de importaciones que puso faja de clausura a las industrias nacionales y al trabajo argentino y el abandono de las políticas públicas y las inversiones productivas para volcarse a la especulación financiera. En este escenario, se produjo una reconfiguración del Estado a favor de la hegemonía del mercado¹³. Según datos de SIEMPRO (2006), en octubre de 2002 el 57,5% de la población urbana se encontraba por debajo de la línea de pobreza y el 27,5% se hallaba en la indigencia. Por otra parte, un estudio realizado por Idep-CTA (2002) con las firmas de Martin Hourest y Claudio Lozano, observa que en el año 2001 el 55,8% del total de la juventud del país (niños y adolescentes) era pobre, comprometiendo así el futuro de más de 7 millones de niños, niñas y adolescentes.

El Fondo para la Infancia de las Naciones Unidas, UNICEF, analizó las consecuencias desoladoras que tuvieron para las infancias las Políticas de Estado durante los años 90 y la recuperación a posterior:

A partir del año 2003, luego del proceso de default de la deuda pública y devaluación de la moneda, se experimentó una acelerada recuperación de las principales variables macroeconómicas que, acompañada con una serie de políticas sociales establecidas por el Estado con destino a las familias más vulnerables, produjo una importante mejora de los indicadores sociales en los últimos años. (UNICEF-CEPAL, 2006)

¹³Compartimos el posicionamiento de Carolina Duek cuando afirma que “no se puede hablar de una retirada del Estado en su totalidad sino de una nueva forma de regulación que abrió legalmente las puertas para que los capitales extranjeros pudieran ocupar lugares hegemónicos en países dependientes” (2006:20)

Siguiendo con el planteo de las infancias como construcciones sociales, se puede afirmar que las políticas de Estado mencionadas configuraron las diferentes condiciones de vida de las familias y, por lo tanto, las diversas maneras de transitar la infancia en ese periodo. Por tal motivo, es necesario hablar de “infancias” para dar cuenta de su complejidad y de la desigualdad social que impide pensar en un sujeto infantil homogéneo. Las variadas experiencias que configuran las diferentes maneras de ser niño o niña en este periodo comprenden a niños escolarizados y no escolarizados¹⁴; niños con amplio acceso a las últimas tecnologías y niños que, en el mejor de los casos, cuentan con acceso a la TV abierta o por cable; niños con acceso y participación en la vida de la cultura y del entretenimiento infantil y niños que se encuentran excluidos de tales esferas, habitan cotidianamente las calles y cartonean para subsistir. Pero también, es importante destacar la diversidad cultural de las infancias: infancias rurales, urbanas, infancias inmigrantes¹⁵, afrodescendientes¹⁶ o descendientes de pueblos originarios¹⁷, una composición federal y multicultural que no coincide con las representaciones estereotipadas del niño urbano, blanco y de clase media de la mayoría de las producciones audiovisuales para las infancias.

Luego de la crisis del 2001 en nuestro país y con el lento y contradictorio pasaje hacia una sociedad un poco más justa en la última década, la noción de niñez como “*sujeto de derecho*” volvió a tomar cuerpo en diferentes legislaciones y esto fue acompañado por políticas sociales de inclusión para los chicos y chicas, por políticas públicas de comunicación para las infancias y la revalorización de su derecho a la comunicación. Pero el mercado convivió con este escenario de apertura democrática y tensionó para hacer prevalecer el consumo como variable de integración a la vida social. Los medios de comunicación comerciales jugaron y juegan un rol fundamental en la proliferación de valores, estéticas y estereotipos propuestos por el mercado, sin atender a la pluralidad de formas de vida desde una perspectiva de derechos.

¹⁴ Si bien Argentina viene manteniendo niveles importantes de escolarización, sobre todo entre los 6 y 14 años, existió y existe una proporción de niños y niñas que no asiste a la escuela. En 2001, de la población de 3 y 4 años (considerando que aún no era obligatoria la asistencia a partir de los 4 años) el 39,1% asistía a la escuela; de 5 años lo hacía el 78,8%; de 6 a 11 años, el 98,2% y de 12 a 14 años, el 95,1%. Estos valores mejoraron en 2010, sobretodo en la escolarización de los 3, 4 y 5 años (Fuente: Censo 2010).

¹⁵ Según el Censo 2010, en ese año el 4,5% de la población era inmigrante (3,1% proveniente de países limítrofes y el 1,4% restante, de otros países)

¹⁶ Se registran 62.642 hogares con al menos una persona afrodescendiente, lo que representa un 0,5% del total de hogares en el país (Censo 2010)

¹⁷ Población originaria o descendiente de pueblos originarios: 955.032, de las cuáles 271.286 tienen entre 0 y 14 años (Censo 2010)

Según Viviana Minzi (2009), en la actualidad la socialización infantil es concebida como un proceso complejo y multidireccional donde escuela, familia, iglesia y medios de comunicación cohabitan el campo cultural y libran cotidianamente luchas materiales y simbólicas (2009: 212). Aparece fuertemente la imagen de la infancia como “*consumidora*”, sumada a la idea de que niños y niñas han ganado autonomía y saben pedir lo que quieren. Todo esto en el contexto de una distribución desigual de bienes materiales y simbólicos para chicos y chicas que provocó nuevas formas de distinción social a partir del consumo. La pantalla televisiva desborda de una amplia (lo cual no implica diversa) oferta cultural mercantil destinada a chicos y chicas y su interpelación como “*consumidores*”.

Finalmente, es importante destacar dos concepciones de la infancia que conviven en el escenario social y mediático. En la actualidad nuestra experiencia cultural está fuertemente mediada por la experiencia audiovisual y el poder de las imágenes. En ese marco, la niñez tiene visibilidad en las pantallas preponderantemente a través de figuras estigmatizantes. Por un lado el “*niño peligroso*”, en relación a chicas y chicos en conflicto con la ley, asociando pobreza con delito, reclamando desde las pantallas mayores dispositivos de control social y la modificación de leyes para poder aplicar duras sanciones penales. Por otro lado, la figura del “*niño víctima*” donde se promueve una mirada compasiva e irreflexiva (ya que no suelen problematizarse causas y prácticas cotidianas) frente a casos de abuso y explotación de la infancia (Carli, 2009: 33).

1.2 La niñez: ¿sujeto de consumo o sujeto de derecho? Las transformaciones de la década 2005-2015

Luego de la crisis de 2001 y sus alarmantes consecuencias para la población infantil, se evidenció una notable reducción de la pobreza¹⁸, así como mejoras en las condiciones de vida de las familias argentinas a través de la adopción de diversas políticas públicas en el periodo 2005-2015. Bajo las presidencias de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández (2007-2011 y 2011-2015), el Estado abandona su rol de gerenciador de los

¹⁸ Según el Informe “Panorama Social en América Latina” (2014) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Argentina se encontraba entre uno de los países con la baja más notoria de la pobreza multidimensional durante 2002 y 2015, así como también avances en la reducción de la desigualdad vía distribución del ingreso. La pobreza multidimensional es una categoría de medición que engloba la evaluación de dimensiones como precariedad de la vivienda, hacinamiento, servicios básicos, agua y saneamiento; energía, educación, empleo y protección social
Ver: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37626/6/S1420729_es.pdf

intereses económicos de las principales corporaciones para asumir un rol activo donde la política, entendida como herramienta transformadora, vuelve a cobrar protagonismo frente a las prerrogativas del mercado. Es un proceso complejo y lleno de densidades donde las contradicciones persisten y las luchas de poder se profundizan. En este periodo podemos destacar la reactivación de la industria nacional, la promoción del empleo, la instalación de paritarias para discutir salarios, la apuesta al mercado interno, el aumento de la capacidad de consumo de las clases medias y populares, la inversión pública en infraestructura y servicios, la recuperación de sectores estratégicos privatizados (agua, gas, electricidad, línea aérea, ferrocarriles, yacimientos petrolíferos, fondos jubilatorios) y el desendeudamiento externo. También fueron trascendentes las iniciativas para la integración latinoamericana con la creación de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y la mirada hacia el Mercado Común del Sur (MERCOSUR); la creación del Ministerio de Cultura y del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva; la promoción de políticas culturales; la política de derechos humanos con los juicios a los responsables de crímenes de lesa humanidad y la recuperación, como espacios de memoria, de los ex-centros clandestinos de detención y tortura. Estas medidas propiciaron el desarrollo de un piso de derechos, una base material y simbólica para la inclusión social de sectores postergados.

Si bien no es el objetivo de este trabajo dar cuenta de todas las políticas públicas destinadas a la infancia, interesa destacar una serie de medidas que beneficiaron a los niños y niñas de Argentina y que brindan el marco para pensar el contexto y el tipo de Estado en el que se insertó una política pública como *Paka Paka*, convencidos de que no sería posible una política de comunicación en clave de derechos que no formara parte de un proyecto integral de protección y participación:

Asignación universal por Hijo: en octubre de 2009, con la firma del Decreto N° 1602, la ex Presidenta Cristina Fernández anunció la implementación de una asignación a la niñez. Esta política social se planteó como un derecho para los niños y niñas cuyas familias se encontraban desocupadas, trabajaban en la economía informal o percibían un salario inferior al mínimo, vital y móvil. Para poder cobrar esta asignación se requiere la acreditación anual de que el niño/a asiste a la escuela y realiza sus controles de salud.¹⁹ Según el Observatorio

¹⁹ Según información de ANSES publicada en 2015, un total de 3.597.954 niños y adolescentes hasta los 18

de la Seguridad Social (2011), la implementación de este programa social tuvo un impacto positivo en la reducción de la pobreza y la indigencia.

Plan de vacunación: 13 de las 19 vacunas que componen el calendario nacional, gratuito y obligatorio de vacunación fueron incorporadas entre 2003 y 2015. Este calendario constituye uno de los más completos del mundo y da cuenta de una política pública de prevención de enfermedades que protege, especialmente, a población de riesgo como niños y niñas.²⁰

Conectar Igualdad: Con la firma del Decreto N° 459/10, la ex Presidenta Cristina Fernández promovió una política de inclusión digital federal distribuyendo más de 5 millones de netbooks a alumnos y docentes de escuelas secundarias públicas, de educación especial y en institutos de formación docente de gestión estatal²¹. Cabe destacar que la inclusión digital implica mucho más que la distribución de computadoras, requiere un trabajo activo del Estado para reducir las brechas sociales y culturales referentes a los usos y apropiaciones de las tecnologías. Por tal motivo, hablar de acceso “no se limita al contacto físico con las tecnologías, sino que apunta al desarrollo de los conocimientos y las actitudes que favorezcan la apropiación crítica de las TIC²² y el audiovisual como nuevos campos de conocimientos, comunicación, expresión y creación” (Velleggia, 2011: 176). En el mismo sentido se expresa Silvia Bacher (2011) al afirmar que “si bien existe consenso acerca de la importancia del ingreso de las tecnologías en las aulas, estas no garantizan per se ni innovación pedagógica, ni calidad educativa, ni pensamiento crítico, ni siquiera inclusión” (2011: 38). Por estas razones, consideramos que la distribución de netbooks entre alumnos de escuelas públicas es un primer paso, importantísimo más no suficiente, para abordar la inclusión digital y educativa y que hace falta un Estado activo que trabaje este tema de manera sostenida en el tiempo y lo aborde de manera integral (con capacitaciones,

años percibían la Asignación en 2015. Ver: http://www.anses.gob.ar/archivos/gacetilla/aniversario_AUH.pdf

²⁰ Esta información fue recogida de la página de la ex Presidenta Cristina Fernández <http://www.cfkargentina.com/politicas-del-ministerio-de-salud-de-la-nacion-2003-2015-nuevas-vacunas/> y contrastada con otras fuentes periodísticas de diferentes medios para chequear su veracidad, dado que no se pudieron encontrar esos datos en la página oficial del Ministerio de Salud de la Nación.

²¹ Según la información del sitio oficial “Conectar Igualdad” de las 5 millones de computadoras repartidas en 11.476 establecimientos, 4.544.033 fueron destinados a escuelas secundarias, 290.205 a Institutos de Formación Docente y 165.762 a Escuelas de Educación Especial. Ver:

<http://www.conectarigualdad.gob.ar/noticia/la-presidenta-entrego-la-netbook-millones-2367>

²² Tecnologías de la información y la comunicación.

promoviendo la participación docentes/estudiantes, generando climas de confianza, etc.)

Ley de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes N° 26.061/05: esta ley se aleja radicalmente de la concepción de “minoridad” sostenida por la Ley de Patronato (1919) que apuntaba a los niños y niñas pobres bajo el sistema de tutelaje, otorgando a los jueces el derecho de quitar la patria potestad a sus padres en casos de “abandono material” o “peligro moral”, alejando a los niños de sus familias, recluyéndolos en reformatorios y reproduciendo la desigualdad. Por una parte, la *Ley de Protección Integral* se apoya y hace valer los postulados de la *Convención de los Derechos del Niño*, adoptada por la Asamblea General de Naciones Unidas en 1989 y que, en nuestro país, fue ratificada en 1990 por Ley N° 23.849 y adquirió rango constitucional con la reforma de 1994. En el texto de la Convención ya se advierte un cambio de paradigma en la concepción de la niñez como *sujeto de derecho*: reconoce a las niñas, niños y adolescentes como ciudadanas y ciudadanos con derechos que deben ser garantizados y obliga a los Estados parte a adoptar todas las medidas necesarias para su cumplimiento. Los niños y niñas tienen derecho a la representación propia, a expresarse con libertad y ser escuchados.

A los fines de este trabajo, interesa resaltar dos artículos. El Artículo 13 de la Convención establece que el niño tendrá derecho a la libertad de expresión, que incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño. El Artículo 17 da cuenta de la importante función que desempeñan los medios de comunicación y compromete a los Estados a garantizar el acceso a una pluralidad de fuentes de información y entretenimiento que contribuyan a su desarrollo físico, social, espiritual y moral.

Por otra parte, la norma establece la creación de un sistema de protección integral de niñas, niños y adolescentes que se sustenta en la acción de organismos y entidades que planifican, ejecutan y supervisan las políticas públicas para garantizar un pleno desarrollo en todas las áreas. Establece las responsabilidades del Estado, la familia y la participación de la sociedad civil en la defensa y protección de los derechos de la niñez. A diferencia de la ley de patronato, el Estado no debe realizar injerencias arbitrarias en la vida familiar sino que debe garantizar las condiciones de vida para que los niños y niñas puedan crecer con sus familias y desarrollarse plenamente. Desde esta perspectiva, la niñez es otra etapa de la vida,

no menos importante que la adulta, que se desarrolla en el presente y debe ser atendida prioritariamente. Por medio de esta ley se crea la Secretaría Nacional de Niñez, Adolescencia y Familia; el Consejo Federal de Niñez, Adolescencia y Familia y la figura del Defensor de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes (que actualmente se encuentra sin designación). Entre su articulado consagrador de derechos, interesa destacar el artículo 24 que establece el derecho a opinar y ser oído.

Ley Nacional de Educación N° 26.206/06 (y su modificatoria, la Ley 27.045/14): sancionada en 2006, entiende a la educación y al conocimiento como un bien público y un derecho que debe ser garantizado por el Estado. Entre sus objetivos busca asegurar la inclusión educativa, fortalecer la identidad nacional y la integración latinoamericana, respetando la diversidad y las diferencias. En su Artículo 7°, el Estado garantiza el acceso de todos/as los/as ciudadanos/as a la información y al conocimiento como instrumentos centrales para la participación en un proceso de desarrollo con crecimiento económico y justicia social. En el Artículo 9°, acerca del financiamiento educativo por parte del Estado, se postula que el presupuesto destinado exclusivamente a educación no será inferior al seis por ciento (6 %) del Producto Interno Bruto. Por otra parte, el Artículo 11° inciso o) compromete a los medios masivos de comunicación a “asumir mayores grados de responsabilidad ética y social por los contenidos y valores que transmiten”. Mientras que en el inciso u) se propone “coordinar las políticas de educación, ciencia y tecnología con las de cultura, salud, trabajo, desarrollo social, deportes y comunicaciones, para atender integralmente las necesidades de la población, aprovechando al máximo los recursos estatales, sociales y comunitarios.” En su Título VII sobre educación, nuevas tecnologías y medios de comunicación, establece que Educ.ar Sociedad del Estado será el organismo encargado del desarrollo de contenidos del portal educativo y la realización de la producción y emisión de programas de televisión educativa y multimedial para complementar las estrategias de equidad y calidad educativas dirigidos a docentes, adultos y población en general.

La letra original de la ley extendía la obligatoriedad escolar en todo el país a partir de los 5 años y hasta la finalización de la educación secundaria. Su modificatoria, la ley N° 27.045, extiende la obligatoriedad desde la sala de 4 años en adelante, promoviendo el crecimiento de la escolarización temprana en esta franja.

Otras políticas destacadas para la infancia fueron el *Programa Nacional de Orquestas y Coros del Bicentenario*²³, dependiente de la Dirección Nacional de Políticas Socioeducativas, que se propuso como herramienta de inclusión social infanto-juvenil tendiendo puentes para la reinserción escolar y permitiendo el acceso de niñas, niños y jóvenes a los bienes y servicios culturales a través del contacto y el disfrute de la música²⁴; *Tecnópolis*, la megamuestra de ciencia, tecnología y arte de acceso libre y gratuito por la que transitaban más de un millón de alumnos y docentes de escuelas públicas de todo el país²⁵ y, finalmente, la *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual* (que está en sintonía e incluye en su articulado consideraciones de la Convención de los Derechos del Niño y de la Ley de Protección Integral) junto a la creación de *Pakapaka*, primer canal público destinado a las infancias, que serán desarrollados en los próximos capítulos.

Teniendo en cuenta las políticas mencionadas se puede afirmar que la concepción de infancia como “sujeto de derecho” reaparece y se plasma como política de Estado. Pero, paralelamente, otras agencias de socialización siguen disputando sentidos y representaciones de la infancia. Aquí entra en escena el mercado que continúa apelando a los niños y niñas en términos de “sujetos de consumo” como producto de las lógicas expansionistas propias del sistema capitalista.

Para Viviana Minzi (2003) en 1960 los anunciantes norteamericanos descubrieron la rentabilidad del segmento infantil, pero en Argentina la idea de “niño cliente” se consolida en la década del '90 en el marco de un proceso de mercantilización de productos para niños y niñas, incluyendo aquellos de origen transnacional por la entrada de importaciones, entre los que se pueden mencionar juguetes, fiestas infantiles en salones, revistas, CDs musicales, espectáculos infantiles, golosinas, dibujos animados, series y películas (y todo el merchandising de productos vinculados). En los medios de comunicación, a través de la publicidad y en la configuración de sus programas, se naturaliza la hegemonía del mercado y sus prácticas: “La producción de modelos en los medios persigue el incremento de la práctica social privilegiada en estos tiempos: el consumo” (Corea, 1999, “Presentación”, parr.2)

²³ Ver: <http://portales.educacion.gov.ar/dnps/programa-nacional-de-orquestas-y-coros-para-el-bicentenario/>

²⁴ Actualmente el financiamiento de esta política corre peligro y se realizaron diversas movilizaciones para reclamar a las nuevas autoridades la continuidad del Programa Nacional de Orquestas.

²⁵ Ver: <http://www.telam.com.ar/notas/201510/125471-con-inedita-concurrencia-de-visitantes-tecnopolis-continuara-abierta-hasta-el-29-de-noviembre.html>

Para las Ciencias de la Comunicación, el interés por estudiar el consumo está dado por su capacidad de producir sentidos comunes, pero también pautas de diferenciación social. La clásica definición de Néstor García Canclini (1995)²⁶ plantea al consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y el uso de los productos, donde se construye parte de la racionalidad comunicativa e integrativa de una sociedad. Por otra parte, define la especificidad del consumo cultural como aquella “apropiación y uso de productos donde el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio” (Canclini, 1999: 42). Lo hace desde una mirada que busca apartarse del postulado lineal del consumo como la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles. El consumo es un escenario de lucha por la apropiación y uso de productos, pero también un espacio de interacción donde se ponen a circular sentidos socialmente compartidos y donde también se configuran el disfrute y el placer.

Es necesario, entonces, abordar al mercado más allá de su racionalidad económica para redirigir la mirada hacia su dimensión simbólico-cultural (Minzi, 2003). Si las necesidades no son naturales, sino que se trata de construcciones sociales, la lógica de mercado es que los productos de consumo adquieran sentido. Y si bien cada niño y niña realizan diversas lecturas según su marco experiencial y sus procesos de apropiación diferencial de los mensajes de los medios, diversas investigaciones²⁷ avalan el predominio de estereotipos y la estandarización de los productos de mercado destinados a las infancias. En este sentido, aunque este trabajo se propone analizar la instancia de producción de los discursos (sin entrar en consideraciones acerca de cómo son receptionados por las audiencias infantiles) es importante destacar dos presupuestos teóricos que no tienen por qué contradecirse. Por un lado, siguiendo a De Certeau (1996) es importante atender a las apropiaciones particulares, a lo que cada uno fabrica con las imágenes a partir de sus contextos de uso. Por otro lado, desde una mirada sociosemiótica, los textos (cualquier materia significativa investida de sentido: fotografía, cuadro, pieza audiovisual, etc.) no pueden leerse de cualquier manera, las infinitas posibilidades significantes están restringidas desde las condiciones de producción ofreciendo una lectura preferencial dominante más allá

²⁶ Ver http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini_el_consumo_sirve_para_pensar.pdf

²⁷ Las investigaciones de Viviana Minzi, Mariana Bernal, Melina Curia y Carolina Duek publicadas en Carli (2009). *La cuestión de la Infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*, dan cuenta de procesos de estereotipación, valoración del consumo, meritocracia e individualismo en el análisis de representaciones de la infancia en la publicidad, el cine, los reality shows musicales y los cumpleaños festejados en McDonald's, respectivamente.

del desfase entre producción y reconocimiento (Bernal, 2009: 278).

Siguiendo a Melina Curia (2009) -y en consonancia con lo planteado por el especialista en infancia y mercado, Joel Brée- además de ser consumidores de numerosos productos, los niños y niñas cumplen una clara función como prescriptores del consumo familiar. Se forman como consumidores con gustos propios preparándose para una etapa adulta en la que también serán transmisores de preferencias y opiniones. Por tal motivo, el mercado realiza millonarias inversiones en publicidad para lograr la fidelidad de sus clientes a la marca en el presente, pero también en el futuro (Curia, op. cit: 301).

También cabe destacar que existe un consumo simbólico compartido por niños sin distinción que va más allá de la capacidad de gasto y es allí donde el mercado, a través de productos de la cultura infantil, construyen significados sociales acerca de lo que es ser niño o niña hoy (Salviolo, 2013: 409). En esta configuración de lo deseable, el mercado le habla directamente a los niños a través de las pantallas, apelando a su capacidad de incidir en el consumo familiar y, por ese motivo, saltando a los padres y su capacidad económica, como si se pudiera consumir con sólo desearlo. La alianza entre la televisión y el mercado funciona haciendo que la primera venda productos y signos a través de historias, temas y personajes que parecen atravesar las fronteras nacionales y hablarle a un consumidor global.

Teniendo en cuenta estos aportes, el periodo 2005-2015 se caracterizó por la tensión entre un Estado que elaboró políticas públicas desde una perspectiva de derecho para las infancias y la fuerte y consolidada penetración del mercado que, a través de los medios de comunicación, siguió jugando a favor de una concepción de niñez basada en el consumo a través de la oferta de diversos productos. Al referir a esta tensión no se piensa en categorías “puras” que establezcan una división tajante entre “ciudadanos” y “consumidores”, ya que, todos los ciudadanos somos también consumidores y viceversa. Sino que lo que quiere advertirse es la orientación de las políticas y el acceso a diferentes servicios y derechos, ya sea que se apele a los niños como sujetos que deben disfrutar de salud, educación, cultura y entretenimiento por el simple hecho de ser ciudadanos o si, por el contrario, resulta el dinero la puerta de entrada a un disfrute particular con el consiguiente reconocimiento social de ese consumo. Por otra parte, la mejora en la distribución del ingreso posibilitó que muchos chicos y chicas de sectores medios y populares pudieran acceder a productos del mercado, dejando abierto el interrogante de si este aumento en la participación de la economía por

parte de estos sectores se hizo desde una perspectiva crítica. Lo que interesa a los fines de este trabajo es resaltar que en el marco de una lógica cada vez más sofisticada de expansión de los negocios por parte del mercado global, que excluye de sus circuitos a quienes no tienen capacidad de gasto y nos habla de placeres, diversiones e instantaneidades, el Estado se posicionó como un actor central en la disputa por el sentido generando alternativas políticas de acceso y participación desde una perspectiva de derechos para niños y niñas.

1.3 La construcción de identidades infantiles y los medios de comunicación

En línea con la concepción de las infancias como construcciones históricas y discursivas, abordaremos la cuestión de la identidad desde una perspectiva que no considere a las identidades como “esencias”, o posiciones fijas que se adquieren una vez y para siempre, sino como construcciones sociales e históricas que se dan de manera relacional con múltiples y variables referentes (Ortiz, 1998). En este sentido, Ernesto Laclau y Chantal Mouffe (2010) afirman: “Una concepción que niegue todo enfoque esencialista de las relaciones sociales debe también afirmar el carácter precario de las identidades y la imposibilidad de fijar el sentido de los “elementos” en ninguna literalidad última” (2010: 132). Sostener el carácter relacional, precario e inestable no implica que no haya identidad y comunicación posibles debido al caos y dispersión de sentidos construidos por múltiples referentes; al contrario, sólo puede haber identidad como fijación temporal de sentido en un momento dado. Por este motivo la identidad es un campo de luchas de poder por la asignación de esos sentidos parciales.

Abordar la cuestión de la identidad en relación a los medios de comunicación implica afirmar que “el discurso de los medios de comunicación masiva instituye subjetividad a través de sus políticas de representación” y que los programas de televisión funcionan como productos de la cultura infantil capaces de producir significados sociales en torno a qué es ser niño y niña hoy (Salviolo, 2013: 409). En la actualidad, los chicos y chicas no sólo construyen su identidad en torno a los vínculos con sus familias, sus grupos de amigos o sus experiencias escolares, sino que se relacionan con múltiples pantallas a través de las cuáles aprenden, descubren el mundo, se identifican y entretienen. Pero esas pantallas no son inocentes espejos de la realidad sino que actúan como “mediadoras” re-

presentando acontecimientos, construyendo la mirada del espectador, poniendo énfasis en ciertos aspectos en detrimento de otros y naturalizando determinadas situaciones. Duek (2006) sostiene que los medios de comunicación difunden una imagen uniformada del mundo, la cultura y los sujetos anulando las diferencias y los conflictos sociales y en ese espacio homogéneo se disputan y construyen identidades fragmentarias (2006: 22). Lejos de una mirada determinista y acusadora de los medios de comunicación, es preciso comprender que si bien un modelo o valor propuesto por la televisión no explica el comportamiento del televidente, sin duda actúa como un refuerzo (Morduchowicz, 2010: 51). Sobre este punto, Morduchowicz da el ejemplo de la serie televisiva argentina “Patito feo” que legitima un modo de pensar el mundo donde existen dos bandos: por un lado, las “divinas” y, por el otro, “las populares”.

Uno de los grandes dilemas se presenta al considerar que los contenidos de esas múltiples pantallas con que interactúan son producidos mayoritariamente por el mercado estadounidense, sin atender a los intereses y especificidades de las infancias de nuestra región. Por otra parte, entre los productores de la televisión privada y comercial existe tradicionalmente una tendencia a desestimar las producciones para la infancia y a rechazar cualquier tipo de regulación que los interpele a cumplir con este derecho a programación de calidad específicamente destinada a niños y niñas. Silvia Bacher (2011) cuenta la experiencia vivida en el *Seminario ¿Qué es la televisión de calidad para chicos y jóvenes?* (organizado por el Ministerio de Educación de la Nación en Buenos Aires, agosto de 2008): “En el seminario quedó claro que los responsables de programación de canales privados no tienen en su grilla un espacio dedicado a la infancia y también que no suelen ser sensibles a la impronta que los medios dejan en los más jóvenes” (2011: 56)

Reconocer la centralidad de la televisión comercial y transnacional en la vida de los más pequeños como agente de socialización, productor de historias y de múltiples referentes con que se identifican desde la más temprana edad, resulta fundamental poder comprender su vinculación con la construcción de identidades infantiles. Melina Curia (2009) sostiene que con la instauración de las políticas neoliberales, el mercado se instala como un agente de socialización y legitimación de gran importancia para niños y niñas configurando sensibilidades estéticas y sus modos de ser y comprender el mundo (2009: 300). Por su parte, Viviana Minzi (2003) afirma que “a través de la interacción con los productos del mercado, niños y niñas no solamente gastan dinero y consumen sino que también organizan

sus acciones cotidianas, sus conocimientos y construyen su identidad” (2003: 257). Para la autora esta relación temprana con el mercado reestructura el circuito de socialización construido históricamente, donde la escuela se posicionaba como eslabón inmediato a la familia en la tarea de inserción de un individuo en la sociedad (Minzi, op. cit: 258).

La construcción de identidad se ve afectada por estos cambios, ya que es el mercado el que provee con mayor fuerza el abanico de lo entretenido, lo deseable y lo posible. Sin dudas, no es lo mismo interpelar a los niños como ciudadanos que como consumidores. Proponerles reflexionar sobre el mundo en que viven, apelando a su capacidad de interrogación y acción o abrir espacios para que puedan opinar de las cuestiones que los involucran es muy diferente a ofrecerles una mirada pre-fabricada de temas establecidos que configuran una representación acotada y estereotipada de la infancia, con el fin de maximizar ganancias con producciones que se adaptan a una “niñez estándar” en distintos países, haciendo pasar por universal una representación particular. Los tipos de identificación que pueden generar en la audiencia infantil aquellas producciones que los interpelan como consumidores se relacionan con la centralidad que adquieren los objetos de consumo por sobre las relaciones y vínculos con otros niños y su entorno. Es más, para este esquema no hay vínculo posible que no pase por la adquisición de objetos y por la competencia para obtenerlos. Poder jugar y tener amigos sólo es posible mediante el consumo del juguete, la ropa o la música de moda. En el análisis de Viviana Minzi (2009) sobre publicidades de productos para niños “la posesión individual de objetos es la base para la participación en el juego, un requisito para la inserción social en el grupo de pares” y de esta manera los conceptos de “propiedad privada” y “capital” emergen de la pantalla en versión infantil (2009: 235). La visión de mundo propuesta para los niños se basa en la identificación con el consumo y la valoración de los objetos que deberán acumularse y actualizarse tanto como el mercado lo requiera para no quedar por fuera de la conversación social propuesta por el consumo; pero, sobre todo, para divertirse y “ser feliz”.

Una breve reflexión sobre nuestra posición en el mundo y la cuestión identitaria es necesaria en este punto. En las sociedades actuales, atravesadas por múltiples temporalidades y expandidas a lo largo y a lo ancho haciéndonos vivir una “experiencia global” por medio de las tecnologías de la comunicación y las políticas globales (hegemónicas) que impactan nuestras vivencias locales, la cuestión de la identidad dejó de

tener a la Nación como principal referente para volverse compleja, difusa y por momentos inasible. Martín Barbero (2002) se refirió a esta cuestión al plantear que mientras hace unas décadas hablar de identidad era hablar de raíces, territorio y tiempos largos, en el mundo globalizado de hoy implica hablar de migraciones y movilidades, de flujos y reflujos, de instantaneidad y desanclajes. Desde cierta perspectiva, esto podría indicar el fin de una definición arbitraria, esencialista y “auténtica” de identidad, basada en la pertenencia a una Nación, para dar paso a la diversidad y a la multiculturalidad, lo que permitiría hablar del fortalecimiento de la democracia. Si la identidad nacional es una construcción moderna a través de la creación de los Estados-Nación, que lleva a dejar atrás los localismos (no sin violencia) para integrar a las personas como ciudadanos de un espacio más amplio (la Nación); con la llamada posmodernidad y la globalización, el Estado-Nación y la “identidad nacional” pierden su centralidad en la producción de sentido, debido a que emergen y se multiplican otros referentes que ya no responden a la Nación sino al Mundo (Ortiz, 1998: 60). Pero el discurso celebratorio de la “explosión de las identidades” (en detrimento de las rígidas “identidades nacionales”) esconde muchas veces la fragmentación y la desigualdad propias de un mundo dirigido por los preceptos de las corporaciones que causan estragos en países como el nuestro. Para Martín Barbero (2002), la celebración de las identidades débiles y fragmentadas tiene una fuerte relación con otra celebración, la de la des-regulación del mercado, exigida por la ideología neoliberal. Que vivamos en un mundo globalizado no significa que la posibilidad de elegir sea de todos: “La sociedad global, lejos de incentivar la igualdad de las identidades, está surcada por una jerarquía clara e impiadosa” (Ortiz, op. cit: 66)

Si las identidades “son puntos de adhesión temporaria a las posiciones subjetivas que nos construyen las prácticas discursivas” (Hall, 2003: 20), si se construyen en relación a múltiples referentes, esos referentes y esas prácticas discursivas deben ser lo suficientemente amplios y diversos para poder permitir la identificación con las múltiples formas de transitar la infancia en nuestra región. El flujo ininterrumpido de imágenes y sonidos de los medios de comunicación construyen relatos que interpelan a la infancia proponiendo determinados marcos para comprender el mundo que, si bien pueden ser aceptados, rechazados o reformulados por los niños y niñas, se posicionan como un discurso legítimo capaz de orientar conductas, promover visiones propias y de los otros, así como del mundo que habitamos.

La reflexión sobre las infancias contemporáneas, sus modos de vida, sus hábitos y consumos culturales, las formas en que se ven afectadas por las transformaciones económicas, políticas y sociales nos lleva a superar las representaciones que hablan de niños y niñas como meros consumidores para valorarlos como ciudadanos y productores de cultura, al mismo tiempo que nos permite pensar en sus necesidades y derechos a ser satisfechos en el presente por el Estado y la sociedad, dejando de lado aquella representación que nos habla de ellos como “proyecto futuro”. En consonancia con este planteo, el informe que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) dio a conocer en 1996 y tituló “Nuestra diversidad creativa” incluye en su apartado sobre niños y jóvenes unas palabras de la poetisa y pedagoga chilena, Gabriela Mistral, que nos gustaría rescatar para cerrar este capítulo.

Hoy somos culpables de tantos errores y de tantas faltas. Pero el peor de nuestros crímenes es abandonar a los niños, despreciando la fuente de la vida.

Muchas de las cosas que necesitamos pueden esperar.

El niño no puede. Ahora es la hora.

Se están formando sus huesos.

Se está haciendo su sangre.

Y se están desarrollando sus sentidos.

No podemos responderle “mañana”.

Su nombre es “hoy”. (UNESCO, 2006:31)

CAPÍTULO 2

“Perspectivas para una comunicación audiovisual democrática”

2.1 Imposición del mercado, intervención del Estado y soberanía comunicacional.

Para comprender el surgimiento del primer canal público destinado a las infancias en Argentina, es pertinente contextualizar el escenario audiovisual en que se inserta y hacer un breve recorrido por la configuración del sistema de medios en nuestro país, con la mirada puesta en los procesos de surgimiento, desarrollo y transformación de la televisión.

Los dos modelos que a principios del Siglo XX dominaban el ejercicio de la radiodifusión eran el norteamericano y el europeo. El primero consistió en una configuración de empresas privadas organizadas en cadena y financiadas con publicidad, mientras que el segundo se basó en un monopolio público. En Argentina, la radiodifusión comenzó en los años 20 con la aparición de la radio como fenómeno privado de amateurs y se delineó bajo el modelo organizativo propio de Estados Unidos, basado en sistemas comerciales con financiamiento publicitario²⁸, cuya producción de contenidos estaba centralizada en Buenos Aires y, desde allí, era distribuida al resto de las provincias. A partir de la década del '30, con el crecimiento y expansión de la radio, el Estado oligárquico-liberal²⁹ comenzó a implementar acciones para regular la saturación del espectro y censurar contenidos que consideraba inapropiados según la moral y los intereses de la elite dirigente. Pero no intervino en la planificación de su desarrollo, que quedó en manos de la iniciativa privada (Agusti y Mastrini, 2009).

A diferencia de la radio, la televisión hizo su aparición de la mano del Estado bajo la primera presidencia de Juan Domingo Perón. La fecha de inicio de las transmisiones oficiales en vivo es célebremente recordada como un hito de la radiodifusión argentina: 17

²⁸ Para un análisis más detallado de los comienzos de la radiodifusión argentina ver Brenca, R.M y Lacroix, M.L., “Radio y poder en la Argentina 1920-1953. Notas para la historia de la radio en la Argentina” en *Cuadernos de Periodismo N° 1*, Lomas de Zamora, Universidad Nacional de Lomas de Zamora.

²⁹ Entendemos con Tarcus (1992) que el Estado, como relación social de dominación, puede adquirir distintas modalidades de articulación de la relación dominantes-dominados que remiten a diferentes formas históricas de Estado. Existe una unidad compleja para cada ciclo histórico que comprende una particular articulación entre acumulación del capital, estructura de clases y la forma estado, articulación dada por una práctica y un discurso hegemónicos. En este sentido, el Estado Oligárquico-liberal comprende el ciclo que se inicia en 1880 en nuestro país caracterizado por un capitalismo agrario, la apropiación de la renta diferencial y una estructura de clases signada por el enfrentamiento entre la burguesía agraria y el proletariado urbano.

de octubre de 1951, “Día de la lealtad peronista”, desde Canal 7 de Buenos Aires (dependiente de LR3 Radio Belgrano, cuyo director era Jaime Yankelevich) se transmitió el acto político desde Plaza de Mayo. A partir de entonces se inauguró una etapa de fuerte intervención estatal en la configuración de un sistema oligopólico de medios cuyo centro de gravitación eran las figuras de Perón y Evita y cuyo fundamento era la restricción de las libertades individuales en pos de la igualdad social, sobre la base de una concepción de la libertad y la propiedad como bienes sociales y no solamente individuales (Arribá, 2009).

Para comprender esta etapa es necesario precisar que, más allá de los componentes autoritarios y centralistas, el Estado peronista surgió en un contexto de crisis mundial y emergencia de los Estados de Bienestar y, por lo tanto, tuvo características diferentes al Estado oligárquico que había salvaguardado los intereses de la clase terrateniente agro-exportadora y explotado a la clase trabajadora. En cambio, el Estado peronista se caracterizó por ser un modelo de Estado social, nacional y popular. Una configuración social, política, económica y cultural de nuevo tipo hizo posible que Perón accediera al poder del Estado a través del voto popular y modificara la realidad social a través de organismos estatales para lograr los objetivos de industrialización, distribución más igualitaria de la riqueza, consagración de derechos sociales y soberanía política e independencia económica respecto de los grandes centros de poder mundial. Para Perón, la comunicación constituía una herramienta transformadora de la sociedad donde Estado, medios de comunicación y pueblo mantenían una relación sistémica (Arribá, op. cit.), fundamental para la construcción de la identidad peronista, más allá de otras instancias de participación y construcción política.

Si para muchos académicos el peronismo resulta un fenómeno controversial y polémico con respecto al ejercicio del poder y el control de los medios de comunicación, cabe recordar que con el derrocamiento de Perón, en 1955, se inicia un periodo por demás violento de censura del movimiento político mayoritario y de las clases populares que ya no pudieron ver representados sus intereses a través de la política institucional y mucho menos tener acceso en los medios de comunicación privados. Desde 1958 en adelante, comenzó a configurarse un modelo de televisión privada de explotación comercial. El gobierno militar, con el argumento de impedir el control oligopólico de los medios, buscó desvincular de su control a personas ligadas al peronismo. Pero la adjudicación de licencias para los canales 9, 11 y 13 de la Ciudad de Buenos Aires significó la virtual conformación de cadenas y la

entrada del capital estadounidense³⁰ a través de productoras de contenidos, debido a que los altos costos para el sostenimiento de los canales llevaron a los licenciarios a buscar capitales en el exterior (Mastrini, 2009). En la década de 1960 se consolidó este modelo privatista que funciona hasta nuestros días y que se basa en la alianza entre los intereses del capital más concentrado a nivel internacional y los grupos locales dominantes (Bulla, 2009). El punto cúlmine de este proceso de privatización, concentración y transnacionalización de los medios de comunicación y las industrias culturales tuvo lugar a lo largo de la década del '90 y en los primeros años del siglo XXI³¹, y como resultado, el poder de algunos grupos de medios superó al del Estado. La configuración de este capitalismo de carácter monopolista y su apoyo en medios globales de comunicación tuvo como consecuencia “la consolidación de un sentido común que ubica al mercado como el principal asignador de recursos al interior de la sociedad” (Krakowiak, 2003: 24)

Este breve recorrido histórico por la configuración de la radiodifusión en nuestro país y los actores intervinientes en el proceso, pone de manifiesto que los argumentos del “libre juego del mercado”, lejos de alentar la pluralidad de la información y el entretenimiento, propiciaron el fuerte perfil privatista, concentrado y extranjero de la comunicación audiovisual, en detrimento de la producción nacional, la diversidad cultural de que se compone nuestro pueblo y la participación de otros actores que no contaban con los enormes volúmenes de capital requeridos. Por otra parte, resalta que en ningún caso el Estado se mantuvo ausente y que con el triunfo electoral de gobiernos neoliberales lo que se implementó con el nombre de “des-regulación” fue, en realidad, un proceso de “re-regulación”: “Se trata de una revisión de la regulación vigente con el fin de alcanzar una liberalización controlada del sistema, con actores privados reteniendo el control sobre las cuestiones clave del proceso” (Mastrini, et. al, 2009: 19)

Siguiendo los lineamientos de la Escuela Crítica Latinoamericana, un sistema de comunicación dominado por el mercado y la propiedad privada no puede garantizar la

³⁰ La autoproclamada “Revolución Libertadora” que derrocó a Perón, derogó la Ley de Radiodifusión peronista y estableció el Decreto-ley N° 15.460/57 que, si bien prohibía la participación del capital extranjero y la formación de cadenas, el obstáculo fue sorteado a partir del ingreso de las productoras de contenidos norteamericanas que quedaban por fuera del marco jurídico, pero eran quienes en realidad controlaban los canales de televisión.

³¹ Para el análisis de las políticas de comunicación desde 1990 en adelante, se recomiendan especialmente los textos de Mariana Baranchuk, Diego Rossi, Luis Albornoz y Pablo Hernández, María Trinidad García Leiva, Mariela Baladrón y Bernadette Califano en Mastrini, G. (2009). *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007/* 2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía.

diversidad y pluralidad requeridas para una plena participación ciudadana. En América Latina, bajo las concepciones de la “libertad de prensa” y la “libertad de expresión” de las empresas privadas (opuestas siempre al accionar del Estado en materia de regulación) se encubrieron sólidos monopolios de clase y de empresas transnacionales, junto con una concentración antidemocrática de la propiedad de las empresas comunicativas (Roncagliolo, 1983: 14). Ceder al mercado (nacional o transnacional) la iniciativa de la producción cultural de un país implica su tratamiento predominante como mercancía y no como bien social, en un sistema mundial caracterizado por la desigualdad y la inequidad en la distribución del ingreso y en el acceso a los bienes culturales. En este sentido, sostenemos el planteo de Aníbal Ford (2000) acerca de que las políticas que deben ser implementadas en este contexto globalizado deben defender nuestros patrimonios culturales e históricos para impedir que seamos “procesados por otros” o que se diluyan nuestras culturas en aras de una globalización de características neoliberales, especializada en difundir una acotada y privilegiada visión del mundo.

Lo que llamamos soberanía comunicacional, entonces, consiste en poder producir nuestras propias narrativas en consonancia con la diversidad lingüística, identitaria, cultural y social que conforma la trama popular de nuestro país y, para ello, es necesario que el Estado desarrolle políticas culturales y políticas nacionales de comunicación que fortalezcan la democracia a través de la participación ciudadana en la expresión de las vivencias disímiles y conflictivas que configuran nuestro universo material y simbólico. Una Política Nacional de Comunicación, en palabras de Margarita Graziano (1988) parte de considerar a la cultura y a la comunicación como áreas prioritarias donde el Estado debe concentrar esfuerzos y recursos, debido a que nuestras experiencias históricas han demostrado que donde no existe una política explícita fruto de la participación social se configuran otras implícitas mediante la intervención de grupos y sectores con intereses diferentes al del colectivo. Por otra parte, desde los estudios sobre políticas culturales, Bayardo (2004) llama la atención sobre las posturas que sostienen que la cultura no es una necesidad de primer orden y, por lo tanto, su financiamiento público es denunciado como un “lujo” o un “gasto innecesario”, allanando así el camino a otros agentes como el mercado u organismos internacionales (tales como el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional) en el financiamiento externo que incide en la formulación de determinadas políticas culturales (y en el desaliento de otras). Por el contrario, este autor resalta la importancia de la cultura y de

la políticas culturales en la unidad simbólica de una nación, así como también en las distinciones que se generan en su interior y con respecto a otras naciones (2004: 59).

2.1.1 El Estado como garante del Derecho a la Comunicación

Los principios de reconocimiento universal del derecho a recibir informaciones y opiniones ha sido dejado de lado, muchas veces, en nombre de la defensa de la libertad de expresión. Rara paradoja que en nombre de la libertad de pocos a expresarse se les niegue el derecho a las mayorías y al Estado a participar de una actividad destinada a la promoción del pluralismo.

(Loreti, 2009: 8)

Sostener que el derecho a comunicar es un derecho humano universal significa situarnos en un momento histórico relativamente reciente y reconocer que en otras etapas no era considerado de esta manera. Históricamente se pueden distinguir tres etapas en el ejercicio de la libertad de expresión. La etapa “empresarista” que comienza en el siglo XVIII con las revoluciones burguesas en Europa (que terminaron con las monarquías y sus monopolios informativos discrecionales) donde la “libertad de expresión” se asoció a “libertad de prensa” y ésta a la “libertad de empresa”, adoptando una concepción de corte liberal. La etapa “profesionalista” en el siglo XX, que produjo un desplazamiento en el ejercicio de ese derecho desde la empresa hacia los periodistas, como resultado del reconocimiento social de su práctica profesional. Finalmente, a mediados del siglo XX, con la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1948, se inaugura la etapa “universalista” al reconocer en su artículo 19 el derecho de todo individuo a expresarse, recibir y difundir informaciones y opiniones. En palabras de Loreti y Lozano (2014) “se llega a un estadio novedoso para las sociedades modernas en el cual la información y la comunicación dejan de ser potestad del Estado, de los empresarios periodísticos e incluso de los propios periodistas, para convertirse en un derecho humano cuyo titular es el público” (2014: 57). En nuestro país este derecho está consagrado en el Artículo 14 de la Constitución Nacional al establecer que “Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes reglamenten su ejercicio, a saber: [...] de publicar

sus ideas por la prensa sin censura previa [...]”³² y, a partir de la reforma de 1994, el Artículo 75 inciso 22 incorpora tratados internacionales que adquieren jerarquía constitucional, entre los cuales interesa destacar la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* (art. 19); la *Convención Americana sobre Derechos Humanos* (art. 13); el *Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos* (art.19); la *Convención sobre los Derechos del Niño* (art.13 y art. 17).

Esta universalidad permite reconocer el derecho a la comunicación de todas las personas sin distinción, buscando eliminar las barreras para su efectivo ejercicio. Así, las infancias aparecen como actores sociales que requieren un tratamiento prioritario en el respeto de este derecho, atendiendo también a las disposiciones previstas por la Asamblea General de Naciones Unidas en la Convención de los Derechos del Niño de 1989.

En este marco cobra centralidad el rol de los Estados para garantizar condiciones igualitarias de acceso y participación a diversos medios de expresión y la obligación de adoptar políticas que garanticen y respeten este derecho universal. Para el constitucionalista norteamericano Owen Fiss (1999) en el pasado las concepciones acerca del Estado tenían que ver con presentar a éste como un enemigo de la libertad. Para Fiss, el Estado puede ser opresor, pero también puede ser fuente de libertad si se consideran las restricciones que las concentraciones privadas ejercen sobre nuestra libertad y el papel del Estado para regular esas fuerzas y contrarrestar su efecto: “La libertad que el Estado está llamado a promover es una libertad de carácter público, que ve en la libertad de expresión una protección de la soberanía popular” (Fiss, op. cit: 14). En palabras de Margarita Graziano (1988) el rol del Estado debe ser entendido como una responsabilidad, en tanto éste deberá actuar como garante y estimulador de la libertad de expresión y, al mismo tiempo, como activo vigilante para impedir cualquier manifestación que cercene su ejercicio o propicie su uso elitista y privilegiado asentado en el poder económico, político o social.

El avance tecnológico de las últimas décadas, sumado al fenómeno de la convergencia, la transnacionalización de la producción y distribución de contenidos y el acceso a nuevas plataformas, no implica por sí mismo la democratización de las comunicaciones. El planteo de que asistimos a una “Sociedad Global de la Información” que es presentada como un avance inevitable y la solución a todos los problemas del mundo, esconde su carácter de construcción geopolítica e ideológica y, en palabras de Diego de

³² Constitución de la Nación Argentina (2003) Santa Fé-Paraná. Buenos Aires: Producciones Mawis, pág. 13.

Charras (2006) “peca de un sociocentrismo euro-norteamericano que no contempla la desigualdad del acceso al desarrollo tecnológico y a las redes de información a nivel mundial” (2006: 35). Por estas razones, desde 1980 en adelante, tanto en el Sistema Interamericano y de Naciones Unidas como en el sistema europeo, se alertó sobre el impacto negativo de la concentración para la diversidad y pluralidad de voces y se recomendó a los Estados la adopción de leyes antimonopólicas para evitar el control abusivo de los medios de comunicación en manos de pocos propietarios³³. Por otra parte, el Sistema Interamericano resaltó la doble dimensión (individual y social) de la libertad de expresión, entendiendo que es un derecho de cada individuo poder expresar, buscar y difundir informaciones y opiniones, así como también es un derecho colectivo poder recibir y conocer el pensamiento de otros integrantes de la comunidad (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 1985).

Las normativas y compromisos internacionales asumidos por el Estado argentino, sumadas a la propia legislación en materia de derechos de la niñez (incluido el derecho a la comunicación de niños y niñas) deben traducirse como acciones concretas en la agenda de políticas públicas. Nuestra experiencia histórica demuestra que no siempre la letra de la ley encontró sus traducciones en políticas concretas. El caso de *Paka Paka* nos permite analizar una política pública de comunicación a la luz de las normativas sobre derechos de infancias, lo que constituye no sólo la obligación sino también la capacidad del Estado para elaborar y poner en marcha una política comunicacional de carácter público y educativo destinada a la infancia, tradicionalmente poco atendida como audiencia con derechos específicos.

³³ UNESCO (2005) “Convención para la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales”; Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2000) “Declaración de principios de libertad de expresión”, principio 12 sobre la necesidad de leyes antimonopólicas y Cap. V del Informe Anual (2004); Resolución del Parlamento Europeo (2004); y en relación a la jurisprudencia norteamericana se puede mencionar el fallo de la Corte Suprema en el expediente “Associated Press c. Estados Unidos” (1945). Ver Loreti y Lozano (2014) págs. 147-163.

2.2 Debates acerca de la Televisión Pública-Educativa

...nos encante o nos de asco, la televisión constituye hoy al mismo tiempo el más sofisticado dispositivo de moldeamiento y deformación de la cotidianidad y los gustos de los sectores populares, y una de las mediaciones históricas más expresivas de matrices narrativas, gestuales y escenográficas del mundo cultural popular. (Martín Barbero, 2005: 58)

Si le concedemos a la televisión la importancia que Jesús Martín Barbero le asigna en esta cita, estaremos de acuerdo en que es más necesario que nunca desmontar viejos tópicos sobre la televisión pública-educativa, analizar experiencias concretas en nuestra región y fortalecer su rol por ser aquella que debe privilegiar el carácter público del medio y construir un espacio común para el reconocimiento social y el ejercicio de la ciudadanía.

En primer lugar, nos referiremos al concepto de “televisión educativa”. En líneas generales, evoca en el imaginario social un tipo de televisión muy vinculada a la enseñanza formal que busca replicar el aula escolar, de formato rígido y aburrido y se contrapone a la función televisiva que le ha dado tanto éxito al medio: entretener. En este trabajo sostenemos que la cultura tiene una poderosa fuerza educativa y que toda televisión educa, inclusive aquella que no se ha fijado explícitamente objetivos educativos. Lo hace por el simple hecho de estar proponiendo representaciones que sugieren conductas deseables e indeseables, guías de lectura para la realidad que nos rodea, modos de relacionarnos con los demás. Para Viviana Minzi (2003) los lugares pedagógicos donde el poder se organiza y despliega incluyen la televisión, las bibliotecas, las revistas, los juguetes y los anuncios publicitarios, subrayando que “muchas de las organizaciones que actualmente llevan adelante la pedagogía cultural no son organismos educativos sino entidades comerciales que no apuntan al bien social sino a la ganancia individual o corporativa” (2003: 258). En sintonía con estos planteos, Omar Rincón (2005) sostiene que la construcción del sentido colectivo es también un asunto de la televisión comercial “dada su centralidad cultural, su tendencia hacia el monopolio en la propiedad, sus banales estilos de construcción de lo social y su precaria representación de la realidad política e histórica” (2005: 25) y, por tal motivo, la televisión pública se convierte en un tema prioritario de la agenda social y política en los últimos años.

Partimos, entonces, de una noción de educación que no la limita al ámbito de lo escolar o la enseñanza formal. Para Buenfil Burgos (2011) es imprescindible cuestionar esta visión restringida de educación y atender todos aquellos espacios, institucionales o no, que contribuyen a la formación de los sujetos, donde se libran batallas por la hegemonía³⁴ y se juega el carácter reproductor o transformador de las prácticas político-educativas. En este sentido, asumimos también que la educación no implica siempre la formación de un sujeto crítico, sino que muchas veces puede producir sujetos pasivos y prácticas enajenantes. Por esta razón, es imprescindible que la acción educativa de la comunicación pueda estar al servicio del reconocimiento de los conflictos sociales y la búsqueda de soluciones colectivas.

Siguiendo a García Matilla (2003) podemos distinguir tres tipos de televisión para la educación: el primer modelo está relacionado con la llamada televisión escolar o televisión instructiva nacida en los años '60 y '70 (Telescuela Técnica, en Argentina o Telesecundaria en México); el segundo grupo vinculado a experiencias de carácter formal o informal que aprovechan los recursos televisivos para incorporar objetivos educativos (como Plaza Sésamo, la serie de televisión educativa estadounidense) y un tercer grupo que incluye a todos aquellos programas que, sin tener una intencionalidad educativa, ejercen su influencia educadora (por ejemplo, comedias y reality shows)³⁵. Tomando como referencia esta clasificación, ubicaremos a *Paka Paka* en el segundo grupo por tratarse de un canal para las infancias, dependiente del Ministerio de Educación de la Nación, que se ha fijado explícitamente objetivos educativos, pero que aprovecha los recursos propiamente audiovisuales del medio para la construcción de su relato audiovisual.

En segundo lugar, nos referiremos al concepto de “medio público” y las particularidades que marcaron su existencia en América Latina. En este punto cabe realizar una diferenciación analítica entre lo “público”, “servicio de interés público” y “radiodifusión de servicio público”. La noción de lo público es histórica y, por tanto, se encuentra sujeta a transformaciones. En este trabajo lo consideramos como “aquel lugar simbólico de constitución de sentidos sociales, relatos e identidades que se relacionan de

³⁴ Pensamos la hegemonía en los términos planteados por Laclau (2010) como una práctica articuladora y una forma política particular.

³⁵ Para un informe detallado sobre ejemplos relevantes de televisión educativa en el mundo ver García Matilla, A. (2003). *Una televisión para la educación: la utopía posible*. Barcelona: Gedisa (págs. 136-177)

modos diversos en reconocimientos y consensos, pero también en negociaciones y exclusiones” (De Charras, Lozano, Rossi, 2013: 26). Para Germán Rey Beltrán (2005) “su asimilación a lo estatal se está cuestionando para abrirla hacia la generación de espacios donde circulan y se debaten los temas de interés común, donde se expresan las diferencias y los intereses de los diversos sectores.”(2005: 75). Para Martín Barbero (2005) en América Latina ha sido frecuente que el espacio de lo público sea subsumido a lo estatal; a la vez que indica que la reflexión latinoamericana comienza a hacerse cargo de la necesidad de una redefinición de lo público a partir de las experiencias dictatoriales que clausuraron la libertad y la convivencia democrática. Por otra parte, con el auge neoliberal de fines del siglo XX, la crisis de lo público se expresó en la privatización de servicios esenciales y lugares de esparcimiento-entretenimiento mediante su cesión a empresas privadas con el objetivo de obtener ganancias. La metamorfosis de lo público también se expresa en las nuevas formas que la sociedad tiene de comunicarse, interactuar y ocupar espacios a partir de las nuevas tecnologías.

En referencia al “interés público” también nos encontramos con un concepto dinámico e histórico que hoy podemos vincular a la diversidad, el pluralismo y el interés común en referencia a aquellos temas que interesan a la sociedad por constituir los pilares para la vida en democracia (educación, salud, política, cultura, etc.).

“La noción de interés público es compleja y lábil toda vez que su definición surge de las propias tensiones y dinámicas de la sociedad. Se lo entiende como el interés común, opuesto al interés privado, pero no se trata del interés de las mayorías- pues trasciende la representación democrática- ni se manifiesta naturalmente [...] Esto es, el interés público es una construcción social y política que guía la política pública.” (Linares, 2014: 159).

En este sentido, la Ley 26.522 estableció en su artículo 2 que los servicios de comunicación audiovisual (todos los tipos de prestadores, incluyendo los privados con o sin fines de lucro) representan actividades de interés público por su peso en el desarrollo sociocultural de la nación.

Nos enfrentamos así a otro concepto complejo, el de “servicio público” y cómo éste es aplicable a los medios de comunicación. Entendemos que no existe una definición única, ya que el concepto ha variado a la largo de la historia y difiere según los países. Mastrini (2013) ubica los orígenes de la noción de servicio público en la Revolución Francesa cuando la ciudadanía adquiere derechos políticos y el Estado asume la tarea de garantizar servicios

considerados esenciales, basados en los principios de igualdad/universalidad (garantizar la disponibilidad del servicio al conjunto de la ciudadanía en igualdad de condiciones) continuidad (que la prestación sea constante) y cambio (actualización del servicio).

El modelo de radiodifusión pública que surgió en Europa en la primera mitad del siglo XX, sufrió en los años 80 reiteradas crisis como producto de la disolución de su monopolio y la progresiva competencia de medios privados. Inicialmente este modelo respondía al triple objetivo de informar, entretener y educar, e incluía características como la creación de corporaciones públicas para la gestión de los medios; el monopolio de los servicios de radio y televisión; el financiamiento asegurado a través de un canon; la obligación de la cobertura nacional total y de una programación balanceada que respondiera a los intereses de mayorías y minorías sociales (Linares, 2013: 5). A pesar de la creciente mercantilización en el plano comunicacional, la consolidación del modelo de servicio público de radiodifusión en Europa contribuyó a legitimar la idea de que los medios de comunicación no pueden estar regidos solamente por criterios de mercado (Mastrini, 2013).

En el informe realizado por la Facultad de Ciencias Sociales sobre indicadores de calidad para la evaluación de la Televisión Pública Argentina³⁶ encontramos una aproximación a la definición de medio público:

Se considera aquí a la radiodifusión de servicio público un componente vital de los sistemas mediáticos contemporáneos. Un aparato robusto de radiodifusión pública, acorde a las mejores prácticas, constituye no solamente un complemento ineludible de los actores privados y no gubernamentales que conforman los ecosistemas mediáticos, sino la garantía de la efectiva defensa de los derechos ciudadanos vinculados al acceso a la información, la promoción de formas culturales autóctonas, lenguajes creativos experimentales, narrativas y memorias populares y una pluralidad de contenidos asociados a la formación ciudadana y la educación, que tienen máxima relevancia para la realidad democrática. (De Charras et. al, 2016: 4)

La definición de Antonio Pasquali que utiliza Martín Becerra (2013) para analizar la Televisión Pública en América Latina, nos ayuda a precisar las características de servicio público. Para Pasquali se habla de servicio público cuando el medio satisface los siguientes requisitos:

[...] no pertenece a privados; es mayoritariamente financiado por el Estado, es decir con dineros públicos; tiene autonomía e independencia política ante el Poder Ejecutivo y

³⁶ Ver: Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina / Diego De Charras ... [et al.] ; compilado por Diego De Charras. - 1a edición especial. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales, 2016. Libro digital, PDF

autonomía ante los poderes económicos; es un servicio no gubernamental y desgubernamentalizado; está bajo supervisión del Poder Legislativo o de una autoridad especial supra partes[...] ofrece servicios diversificados, complementarios y universales (maximización de coberturas y atención a todos los estratos sociales); se impone a sí mismo elevados estándares cualitativos y de moral social” (Safar y Pasquali, 2006 citado en Becerra, 2013: 20)

En el marco de una redefinición del rol del Estado en la década analizada, donde se asume la iniciativa en la elaboración de políticas públicas de comunicación, el concepto de servicio público en relación a los medios fue puesto en debate ante la sociedad y se revalorizó su rol en el contexto de un ecosistema comunicacional atravesado por los intereses de los mercados transnacionales.

La falta de tradición de servicio público en América Latina se vincula con la influencia que ejerció el modelo privado-comercial estadounidense, planteando un escenario donde la programación comercial se complementa con la existencia de emisoras que propagandizan la acción gubernamental (Becerra, op.cit) y que, por consiguiente, provocan el desprestigio de “lo público” asociado frecuentemente a lo partidario. En otro sentido, se criticó al modelo de televisión pública por ser pensada y ejecutada por grupos de intelectuales que, con el argumento de hacer una televisión “de calidad”, sostuvieron una vocación elitista e híper intelectualizada, que condenaba a la televisión a la marginalidad sin poder interpelar a las mayorías con un lenguaje compartido. Para Agustín García Matilla (2003) el deterioro del concepto de servicio público en referencia a la televisión tiene que ver con la costumbre de algunos gobernantes de utilizar el medio en beneficio propio y, podríamos agregar, la noción fuertemente arraigada desde la hegemonía del mercado que acusa a la televisión pública de ser costosa e ineficiente, estar dirigida a sectores minoritarios de la sociedad y no poder competir con la televisión privada que garantizaría entretenimiento, masividad, y altos índices de rating. Desde esta mirada, la televisión pública es considerada un espacio marginal y se le niega su potencial para informar, entretener, sensibilizar, emocionar, descubrir, aprender y ser un espacio de representación de mayorías constituidas por la diversidad. En Argentina, la televisión sostenida por el Estado quedó presa de los intereses económicos y políticos sin poder diseñar un proyecto sostenido de televisión pública. Este hecho puede enmarcarse en el proceso más general de crisis de lo público como consecuencia de políticas privatizadoras y prerrogativas económicas que redujeron la participación y los intercambios culturales a la lógica del consumo. En este contexto, la televisión pública sostenida por el pueblo argentino perdió

toda legitimidad social al emular a las televisiones comerciales (pero sin su infraestructura y posibilidades técnicas) y por ser la voz de intereses ajenos a la comunidad. De esta manera, se asumió que las expectativas de las audiencias eran cubiertas por el sistema comercial y se relegó a la televisión pública a un rol subsidiario para cubrir aquellos espacios no rentables para los privados. Este hecho perjudicó a la sociedad entera, ya que, en palabras de Becerra (2013) el servicio público está obligado a llegar a todos los ciudadanos, independientemente de su condición socioeconómica o su lugar de residencia y, por otra parte, cuando no hay medios públicos el derecho a la palabra y a la información plural son resignados a favor del aprovechamiento comercial o el uso oficialista de los medios (2013: 37).

Durante el periodo 2005-2015 asistimos a una puesta en valor de lo público que se expresó en la participación de la sociedad en diversas esferas con un carácter propositivo, que fue más allá de los tradicionales actos de resistencia popular que caracterizan a nuestro país en contra de medidas económicas y sociales regresivas. Esto se expresó en diversas movilizaciones populares que convocaron a miles de personas en las calles y las plazas como escenarios de visibilización de las demandas y las diferencias y la inusitada participación de las juventudes en la política, concebida como herramienta transformadora de la realidad. En el plano de los medios, esa esfera pública también fue revalorizada gracias a la creación de señales como *Paka Paka*, *Canal Encuentro*, *Tecnópolis TV*, *INCAA TV* y *DeportTV*, además de aquellas gestionadas por universidades y organizaciones sociales y comunitarias. La creación de Canal Encuentro en 2005 por parte del Ministerio de Educación de la Nación significó un cambio de paradigma en la concepción de la televisión educativa demostrando, en palabras de Tristán Bauer (ex-presidente de Radio Televisión Argentina-Sociedad del Estado) que la televisión educativa puede ser atractiva y que el Estado puede desarrollar contenidos de calidad con impacto positivo y reconocimiento en la comunidad (Bauer, 2013). En este proceso de valorización de lo público, Canal 7 (primera señal pública argentina de alcance nacional) logró revertir años de desinversión mejorando su infraestructura y equipamiento y volvió a estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos transmitiendo toda su programación en alta definición con alcance federal gracias al fomento del sistema argentino de Televisión Digital y la producción de contenidos para sus nuevas plataformas (Bauer, op. cit: 11). Con la creación en 2009 del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T) mediante el decreto 1148, se buscaba

que las escuelas rurales y los hogares de bajos recursos tuvieran acceso a un paquete básico de señales educativas, culturales, informativas e infantiles pertenecientes al Estado para ofrecerlas sin cargo y por satélite. El argumento oficial fue que el Estado Nacional debía contar con herramientas que permitieran desarrollar una política de libre acceso a la información, sobre todo para aquellos sectores de bajos recursos y, de esta manera, también se promovía la producción de contenidos federales (Smerling, 2015: 109). Otra de las medidas gubernamentales en consonancia con la región fue la implementación de la norma japonesa de televisión (ISDB-T) por la que también habían optado Brasil y otros países de Latinoamérica, en lugar de la norma de origen europeo.

De esta manera, lo “público” en general y la “televisión pública”, en particular, se convirtieron en el periodo analizado en temas prioritarios de la agenda social y política, aunque no dejaron de existir las voces que denunciaban su ineficacia para privilegiar las propuestas del mercado o su cercanía a la ideología del gobierno.

Por ser un espacio para la creación y la innovación (superando las fórmulas rentables del estereotipo e invitando a reflexionar) la televisión pública se enfrenta al desafío de crear su propia audiencia, convocando a la ciudadanía desde valores democráticos y participativos y con una concepción respetuosa de la inteligencia y sensibilidad de los televidentes.

Al desmontar los tópicos más comunes con que se buscó desterrar a la televisión pública-educativa de la faz de la escena audiovisual, nos permitimos reflexionar sobre su alto valor social-cultural y su misión de servicio público. Volvemos a sostener que la televisión pública tiene como uno de sus principales objetivos “garantizar una distribución igualitaria de los intercambios simbólicos, esto es, trabajar para ofrecer a todos los ciudadanos, la posibilidad de acceder a una amplia variedad de entretenimiento, información y educación de alta calidad” (Salviolo, 2013: 410). Para García Matilla (2003) algunos de los objetivos de una televisión para la educación (entendida como servicio público) serían ayudar a recomponer el mosaico de informaciones fragmentadas que se brinda a las audiencias, combatir la desmemoria, compensar la desinformación y dotar de herramientas para resignificar la realidad (2003: 28). Por último, sostenemos que la televisión pública es un espacio estratégico para la producción de imágenes que hablan de nuestros pueblos, de su pertenencia a una comunidad y que “constituye hoy el espacio por antonomasia de recreación de lo público desde donde enfrentar la erosión del orden colectivo” (Martín Barbero, 2005: 37) y por tal motivo, es necesario que Estado y sociedad comprometan sus

mayores esfuerzos para su sostenimiento en consonancia con las demandas sociales y la doten de recursos y participación ciudadana.

2.3 Calidad, participación y diversidad para una comunicación democrática.

En las últimas décadas los debates internacionales sobre calidad y diversidad en la televisión se volvieron tópicos centrales de la discusión, con importantes posicionamientos en América Latina. Loreti y Lozano (2014) distinguen entre la llamada “agenda clásica” de la libertad de expresión que, a mediados de los ‘80 y principios de los ‘90, atendía tópicos básicos como la censura y el hostigamiento a periodistas y lo que, a partir del año 2000, puede denominarse una “agenda ampliada”, donde se incorporan problemáticas como la universalidad del acceso, la concentración, el pluralismo y la diversidad (2014: 16-17). Frente a las iniciativas de liberalización de bienes y servicios culturales, encabezadas por los Estados Unidos desde la década de 1980, diferentes voces críticas alertaron sobre la doble dimensión de los bienes culturales en su carácter de portadores de identidades y tradiciones de una cultura y su posibilidad de convertirse en mercancías (De Charras, 2011: 67). Pero el hecho es que la cultura concebida como mercancía implica la afectación del derecho a la libertad de expresión por dejar de lado una multiplicidad de intercambios simbólicos que no encajan en los engranajes del mercado. De allí la necesidad de la promoción de la diversidad en el espacio público mediático.

Existe un amplio abanico de miradas sobre la calidad televisiva, ya que se trata de un concepto muy volátil, subjetivo y que debe ser analizado en diversos contextos. Las posturas críticas advierten que se trata de una materia pendiente en todas las pantallas, tanto públicas como privadas, sobre todo en lo que respecta a la programación para niñas, niños y adolescentes. Mientras que las posiciones más cercanas al mercado sostienen que sólo éste puede garantizar calidad porque tiene capacidad económica, disposición de las últimas tecnologías y producción de programas con formatos internacionales y efectos espectaculares. Sin embargo, muchas de esas fórmulas basan sus criterios de calidad en la medición del rating (que sólo da cuenta de la cantidad de televisores encendidos en un canal en un momento dado) o en la reproducción estandarizada de fórmulas que resultan

rentables³⁷. También cabe destacar que, aunque el consumo televisivo sea masivo y la homogeneización sea condición de funcionamiento del mercado en general, es cierto que en la actualidad asistimos a una cultura segmentada y a una fragmentación y especialización de los consumos. Desde el mercado se argumenta que el público tiene una amplia variedad de programas para elegir y que ejerce su poder a través del control remoto. Pero, como advierte Martín Barbero (2005) se trata de “una fragmentación de la oferta que funcionaliza las diferencias socioculturales a los intereses comerciales, esto es, tiende a construir solamente diferencias vendibles” (2005: 41). Es en este sentido que no podemos considerar que la fragmentación de la oferta dominada por el mercado sea garantía de diversidad y calidad.

Debido a las diferentes y dispares posturas es que el concepto de calidad resulta difícil de aprehender; no obstante, en el marco del debate internacional sobre televisión y calidad se han arribado a algunos consensos sobre el tema³⁸. Richeri y Lasagni (2006) sintetizaron algunos criterios de calidad, entre los cuales cabe destacar a la diversidad de géneros, contenidos, estilos y opiniones expresadas (2006: 21) y sistematizaron puntos de vista sobre la calidad televisiva en Italia. Desde América Latina, la especialista en calidad televisiva Beth Carmona³⁹ (2015) sostiene que, debido a nuestra historia de lucha por una televisión entendida como un bien público, cultural y simbólico, “solemos asociar los problemas de calidad a la diversidad, al pluralismo cultural, a la democratización y la educación”(2005: 8). Para Carmona una comunicación de calidad para las infancias debe cumplir con los siguientes criterios: contribuir al desarrollo cognitivo, apoyar la formación cultural de los niños, estimular su autonomía y crecimiento, promover la creatividad y la imaginación, ampliar el repertorio estético de los niños, ayudar a la construcción de significados desde la perspectiva de la infancia y ofrecer información adicional (2015: 11).

El debate por la calidad, la participación y la diversidad también llegó a algunos organismos internacionales y se plasmó en una serie de políticas públicas y educativas en

³⁷ Este posicionamiento que asocia “calidad” con “mercado” a través de la medición del rating es más funcional a los intereses de los anunciantes y los productores que a las inquietudes de las audiencias.

³⁸ Giuseppe Richeri y María Cristina Lasagni han sintetizado en su libro *Televisión y calidad: el debate internacional* ensayos e investigaciones de autores de diferentes países en la búsqueda de criterios operativos e indicaciones metodológicas de valoración de calidad.

³⁹ Beth Carmona preside MIDIATIVA, el Centro Brasileño de Medios de Niños, una ONG involucrada con la televisión de calidad para niños y con el movimiento World Summit for Children y la organización de la 4ª Cumbre Mundial de Medios para Niños y Jóvenes (IV World Summit-2004). Trabajó en proyectos y asesorías para canales infantiles y educativos: TV Cultura, TV Escola, Play TV y PakaPaka, Rain Barrel Communication y Cartoon Network, Globo y DiscoveryKids. Desde 2009 realiza el Prix Jeunesse Iberoamericano en Brasil dentro de Comkids, una marca que reúne en una amplia plataforma de capacitación profesional, discusión y debates sobre medios e infancia. Ver: www.comkids.com.br

diversos países. El informe “Nuestra Diversidad Creativa” de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de UNESCO se hizo cargo de este debate poniendo en relevancia que “la internacionalización de los procesos culturales es por lo menos tan importante como la de los procesos económicos[...] el peligro radica en que aneguen otros gustos y otros intereses” (UNESCO, 1996: 15) y estableció además un capítulo específico para niños y jóvenes destacando su condición de sujetos que pueden desempeñar un papel activo en la toma de decisiones y la necesidad de prepararlos para un mundo plural. En el mismo sentido, la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO, 2005) ratificada por la Argentina mediante la Ley 26.305/2007, promueve el respeto de las identidades culturales, la diversidad lingüística, las religiones, los usos y costumbres de los distintos sectores sociales, con especial atención a los grupos minoritarios (Loreti y Lozano, 2014: 192). En su preámbulo remarca que “las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados y por consiguiente no deben tratarse como si sólo tuviesen un valor comercial” (UNESCO, op. cit.). De esta manera, insta a los Estados a cumplir con la obligación de “adoptar las medidas destinadas a promover la diversidad en los medios de comunicación social, comprendida la promoción del servicio público de radiodifusión” (UNESCO, op. cit.)⁴⁰.

En nuestro país, en el periodo 2005-2015 se implementaron una serie de políticas públicas y educativas que tuvieron como eje central la preocupación por la diversidad y la calidad televisiva, en especial para chicos y chicas. El Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI), creado por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, elaboró una guía de criterios de calidad para una mejor comunicación audiovisual para niñas, niños y adolescentes, entre los que se destacan: el acceso a la información local, nacional e internacional, adaptada y contextualizada para la comprensión de niños y niñas; promoción y defensa de sus derechos; respeto por el federalismo; fomento de la curiosidad y la creatividad; tener en cuenta las diferentes dimensiones de la diversidad (cultural, de género, de ideas, geográfica); promoción y respeto de las identidades,

⁴⁰ Además de los citados informes de UNESCO, se pueden destacar una serie de posicionamientos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos y el Sistema Europeo en contra de las conformaciones monopólicas, alentando la intervención de los Estados con políticas públicas y culturales activas y promoviendo la diversidad. Para más información consultar los artículos de Damián Loreti y Diego de Charras en Baranchuk, Mariana (2011). *Ley 22.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. Mariana Baranchuk; Javier Rodríguez Usé; Gabriel Mariotto; dirigido por Jorge Lafforgue. Lomas de Zamora: Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Lomas de Zamora.

participación y construcción ciudadana; capacidad crítica, dignidad y voz propia.⁴¹ Alicia Ramos, Directora de Investigación y Producción del AFSCA desde octubre de 2013 hasta diciembre de 2015, nos contó en una entrevista realizada a fines de 2014 que una de las áreas que estaba comprendida en aquella dirección era la coordinación del CONACAI:

Con todos estos elementos, para que no queden en papel nada más, hacemos charlas, presentaciones, vamos a escuelas donde les contamos a los chicos y chicas cuáles son los derechos que tienen, hacemos capacitaciones en los sindicatos de docentes, donde nos llaman nosotros estamos porque entendemos que es fundamental que todas y todos conozcamos los derechos que nos asisten para hacernos valer. (Ver Anexo, Entrevista a Alicia Ramos)

La política pública en materia de comunicación para la infancia más destacada fue la creación de *Paka Paka* como primer canal público y educativo, lo que implica el reconocimiento de los niños y niñas como un público con derechos y necesidades específicas. A partir de la creación de la señal, surgió en el ámbito universitario una iniciativa muy interesante que viene a cubrir un área de vacancia que es necesaria promover para fomentar la investigación y la producción responsable y de calidad en el área de la comunicación audiovisual para las infancias. Se trata de la Cátedra "Producción y Realización de Cine y TV Infantil" que comenzó a dictarse en 2012 en la Facultad de Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires, en conjunto con investigadores y realizadores de *Paka Paka*⁴². En este contexto auspicioso para pensar y accionar en pos de una comunicación democrática, se impulsó la realización de debates y congresos que convocaron a especialistas de medios, trabajadores, educadores, periodistas y comunidad en general a pensar las televisiones públicas de Latinoamérica; así como también surgieron iniciativas de investigación y capacitación para una comunicación que fomente el pluralismo, la diversidad y la calidad en las producciones para chicos y chicas.⁴³

⁴¹ Ver Anexo

⁴² Se puede consultar el blog de la cátedra en <http://produccioncineytvinfantil.blogspot.com.ar/>

⁴³ Dentro del nutrido panorama de encuentros y debates públicos sobre la temática, en 2013 la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA fue una de las sedes del II Encuentro de Televisoras Públicas Latinoamericanas que reunió a especialistas, realizadores audiovisuales y periodistas de América Latina de cara a las demandas de mayor participación y pluralidad en los medios públicos. En 2015 el Ministerio de Educación de la Nación realizó el encuentro "Otra televisión es posible" con el objetivo de reflexionar y exponer las experiencias de las televisoras públicas, culturales y educativas de Latinoamérica. En dicha ocasión los canales públicos Encuentro y PakaPaka dieron a conocer un manifiesto que plasma su identidad y sus objetivos como canales educativos. Por otra parte, nos parece interesante destacar la iniciativa de LatinLab, un laboratorio de investigación, creación, capacitación y reflexión en torno a los medios y las multiplataformas audiovisuales

Diego de Charras (2011) analiza los conceptos de pluralismo y diversidad como ejes sustanciales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, en consonancia con los estándares de regulación internacionales. Esa diversidad se expresa en los diferentes tipos de prestadores del servicio (Estado, privados-comerciales, privados sin fines de lucro), en las cuotas de pantalla a las producciones nacionales, regionales e independientes y en los límites a la concentración de medios. Frente a la tendencia mundial de mercantilización y transnacionalización de los intercambios simbólicos, estas directivas permiten “asumir el resguardo de la propia cultura para poder ponerla en diálogo con todas las demás en un pie de igualdad” (De Charras, op. cit: 82)

En este trabajo sostenemos que la calidad no es intrínseca a los productos audiovisuales sino que se construye en la relación con las audiencias. El primer paso para construir una televisión de calidad para niñas y niños es reconocerlos y valorarlos como público específico que merece tener su propia programación y, a partir de allí, construirse en base al respeto por su audiencia, la diversidad, la innovación y la imaginación (Morduchowicz, 2010: 15). En este sentido, calidad, participación y diversidad forman parte de una misma trama y configuran las claves para una comunicación democrática. Hacer una televisión de calidad para chicos y chicas implica salirse de los moldes temáticos, genéricos y estilísticos habituales para innovar y crear en todos esos campos. Lo que define una programación específicamente infantil no son tanto los contenidos sino el punto de vista infantil adoptado (Morduchowicz, op. cit: 13). De esta manera, temas complejos y habitualmente considerados tabú para la infancia (como la muerte, la sexualidad, las enfermedades, el abandono, la discriminación, la violencia institucional) pueden ser ingresados en la pantalla, desde un punto de vista infantil, para abrir interrogantes y permitir la reflexión sobre el mundo en que vivimos. Y si hablar de calidad implica abordar nuestras diversidades, el concepto opuesto que una televisión de calidad debe sortear (dejando atrás las formas establecidas y rentables, que suelen ser discriminatorias) es el concepto de estereotipo. Por tal entendemos aquellas “generalizaciones abusivas y simplificaciones desmesuradas y en nada inocentes [...] En el estereotipo, la complejidad del otro es reducida a un conjunto mínimo de signos” (Bernal, 2009: 280). Una televisión de calidad, respetuosa de las diversidades y promotora de la participación ciudadana debe esforzarse por superar

destinadas a la niñez y adolescencia en América Latina, integrado por profesionales de diversas disciplinas. LatinLab también realiza cursos y capacitaciones sobre producción audiovisual de calidad para chicos y chicas. Puede visitarse su página en <https://latinlab.org/>

los moldes establecidos por el mercado y el orden social dominante, para producir con y desde las miradas de los “otros”: niñas, niños y adolescentes, mujeres y sectores socialmente postergados.

2.4 La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los derechos de las infancias

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) constituyó una experiencia inédita de participación popular en la construcción democrática de una política pública de comunicación. Se aprobó en nuestro país el 10 de octubre de 2009, por amplias mayorías en el Congreso y Senado de la Nación y fue ratificada por la Corte Suprema de Justicia el 29 de octubre de 2013, luego de haber recorrido un largo y enriquecedor camino de participación popular en foros nacionales. La historia que permite desandar esta ley nos ubica, sin embargo, en un entramado complejo y contradictorio de relaciones entre Estado, sociedad, mercado y medios de comunicación que se remonta a los inicios de la radiodifusión argentina⁴⁴. Históricamente, hasta la sanción de esta norma, el rol ambivalente del Estado se desplazó entre el ejercicio de la censura y la asignación de licencias, el beneficio claro a sectores empresarios en el dominio del espectro radioeléctrico mediante decretos y los fallidos intentos por responder a las demandas sociales que reclamaban un rol más activo en la legislación de un sector clave que con los años profundizó su tendencia a la concentración, la centralización y la transnacionalización.

Esta ley constituye el cumplimiento de una vieja deuda en materia de democratización de las comunicaciones en nuestro país, consagrando a la comunicación como derecho humano fundamental, reconociendo tres tipos de licenciatarios⁴⁵ (Estado,

⁴⁴ El libro *Mucho ruido, pocas leyes* (2009), que editó Guillermo Mastrini, permite recorrer a través de trabajos de diferentes autores las políticas de comunicación en Argentina en el periodo 1920-2007. Sintéticamente, cabe mencionar la Ley N° 750 ½ de Telégrafos Nacionales, posteriormente aplicada a la radiodifusión; los decretos de 1924 en adelante que comienzan a utilizar la palabra “broadcasting” para delimitar la especificidad del servicio; el Decreto de 1933 que estableció el Reglamento de Radiocomunicaciones; el Manual de Instrucciones para las Estaciones de Radiodifusión de 1946; el Decreto N° 12.909/45 de Televisión Experimental; la primera Ley de Radiodifusión N° 14.241/53 bajo el peronismo; el Decreto censor N° 4161/56 que prohibía hacer alusión al peronismo; el Decreto-ley N° 15.460/57 de Regulación Nacional de los Servicios de Radiodifusión; el Decreto-Ley N°17.283/67 Plan Nacional de Radiodifusión y Televisión; Ley N° 20.966/75 de expropiación de canales de Capital Federal y el Decreto-Ley N°22.285/80 de la última dictadura cívico- militar. Luego de la vuelta a democracia, decenas de proyectos quedaron trancos en el intento de reemplazar al decreto de la dictadura: entre ellos la iniciativa que Raúl Alfonsín encargó al Consejo de Consolidación de la Democracia (COCODE) y el proyecto de Ley de Radiodifusión de la Alianza en 2001.

⁴⁵ Por primera vez, ya no es requisito excluyente ser una sociedad comercial para explotar los servicios de radiodifusión. En la LSCA las organizaciones sin fines de lucro son considerados licenciatarios a los cuáles se

privados con fines de lucro, privados sin fines de lucro) y promoviendo la diversidad de miradas, la producción nacional y la integración latinoamericana. La LSCA recoge los debates internacionales que se produjeron en la década de los '70 sobre los desequilibrios y la concentración en el orden informativo mundial denunciados por el Bloque de Países No Alineados (Argel, 1976), la necesidad de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), la implementación de Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) y el Informe McBride “Un solo mundo, múltiples voces” (UNESCO, 1980) que “determinó un antes y después en los modos de concebir el papel de los sistemas de medios a nivel mundial” (De Charras, 2011: 76). También retoma los debates y las luchas en nuestro país luego de la recuperación del sistema democrático en 1983. En especial, el reclamo por la derogación del Decreto-Ley 22.285 de Radiodifusión impuesto por la última dictadura cívico-militar, pieza fundamental del plan sistemático de desaparición de personas, concentración de la propiedad, extranjerización y destrucción del aparato productivo nacional. Esas experiencias populares encontraron una síntesis en 2004 con la conformación de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, donde sindicatos de prensa, pueblos originarios, universidades, pequeños medios, radios comunitarias, organizaciones sociales y de derechos humanos elaboraron 21 puntos para una comunicación democrática⁴⁶.

El gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) motorizó la recomposición económica y sentó las bases para una nueva etapa donde se mejoró la calidad de vida de sectores históricamente desplazados y florecieron las iniciativas políticas de organizaciones sociales en el marco de proclamas de Patria grande, justicia social e integración latinoamericana. Pero lo cierto es que en materia de comunicaciones las señales fueron ambivalentes. Por un lado, con la firma del Decreto 527/05 se benefició a los grandes medios con la extensión de las licencias y a fines de 2007 se permitió la fusión de los cableoperadores Multicanal y Cablevisión⁴⁷, favoreciendo la posición dominante del Grupo Clarín. Por otro lado, se fortaleció y modernizó a los medios públicos, se instalaron antenas y repetidoras en todo el país (Loreti y Lozano, 2014) se le dio impulso y contenido a Educ.ar Sociedad del Estado

les reserva un tercio del espectro radioeléctrico para sumar su participación a la construcción de la democracia.

⁴⁶ Pueden consultarse los 21 puntos actualizados en el siguiente enlace:

<https://cpr.org.ar/media/uploads/documents/21-puntos-definitivo.pdf>

⁴⁷ Ver: Califano, Bernadette (2009): “Comunicación se escribe con K” en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007*/ coordinado por: Guillermo Mastrini.-2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía, 2009, págs: 347-348.

(que había sido creada en 2000 por el gobierno de Fernando De la Rúa) y en 2005 se creó Canal Encuentro, el primer canal público, educativo y cultural dependiente del Ministerio de Educación de la Nación que cambió el paradigma de televisión educativa en nuestro país.

Fue durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner, en cuya plataforma electoral de 2007 ya figuraba la iniciativa⁴⁸, que se instrumentan los mecanismos para debatir y sancionar una nueva ley de medios. Esto tuvo lugar en un contexto de violencia y manipulación mediática desatada a partir del conflicto entre el gobierno nacional y las patronales agropecuarias en 2008, con motivo de la discusión de un esquema de retenciones móviles para el sector. Los 21 puntos de la Coalición fueron la base fundamental del proyecto que luego se convertiría en ley.

Signada por la participación social desde su concepción hasta las instancias que incluye en su articulado, con las notas al pie que dan cuenta de un proceso popular y democrático de construcción de política pública, además de los cientos de propuestas que modificaron el texto original. Esta ley no sólo se encuentra en sintonía con los estándares internacionales en materia de libertad de expresión sino que ha sido reconocida como ejemplo en el mundo por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la OEA en 2009⁴⁹ y por el Relator de Libertad de Expresión de la ONU, Frank La Rue en 2013⁵⁰. La LSCA constituye, por un lado, el cumplimiento por parte del Estado de una vieja deuda en materia del derecho humano a la comunicación, alentando y promoviendo de manera inédita la discusión abierta y participativa de un proyecto de ley y, por otro lado, un aporte invaluable a la experiencia popular de lucha por una comunicación democrática que fue y sigue siendo resistida y combatida por sectores políticos y empresariales vinculados a los medios de comunicación concentrados. Una de las primeras medidas tomadas por el gobierno de Mauricio Macri, luego de su victoria electoral en ballottage el 22 de noviembre de 2015, fue la promulgación del Decreto 267/2015 que, pasando por alto que es facultad del Congreso Nacional legislar en relación al patrimonio audiovisual, deroga y modifica artículos clave de la LSCA afectando el andamiaje institucional de carácter democrático y federal, así como los límites a la concentración y la transferencia de licencias, lo cual

⁴⁸ Ver: <http://www.pjn.gov.ar/cne/secelec/document/plataformas/684-3-frevictoi.pdf> pág. 2

⁴⁹ Ver: Informe Anual de la Relatoría para la Libertad de Expresión 2009, disponible en <http://www.cidh.oas.org/pdf%20files/RELEAnual%202009.pdf>

⁵⁰ La Rue, Frank (2013): “Informe del Relator especial sobre la promoción y protección del derecho a la libertad de opinión y expresión”, presentado ante la Asamblea General de la ONU (A/68/30814), septiembre.

constituye un retroceso para la construcción de una comunicación democrática⁵¹. Más allá del camino que se recorra de aquí en más a partir de estas modificaciones, nos interesa rescatar los aportes de la LSCA a la cuestión de los derechos comunicacionales de las infancias en nuestro país.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aborda a la infancia desde una perspectiva de derechos promoviendo activamente la participación de chicos y chicas en la comunicación y reconociendo el lugar clave que ocupan los medios de comunicación en los procesos de socialización infantil, en la producción de visiones del mundo y en la constitución de identidades de las infancias contemporáneas. Los niños y niñas son actores sociales, fundamentales en la vida de su comunidad, seres históricos que se relacionan con su entorno e influyen en él. En relación a la comunicación, no son receptores pasivos sino receptores activos; pero, además, son productores de cultura.

En los artículos 2 y 3 de la LSCA podemos ver la definición general en que se enmarca este nuevo enfoque referido a “toda persona”. En el artículo 2 se establece que los servicios de comunicación audiovisual son una actividad de interés público, fundamental para el desarrollo sociocultural de la población y se remarca el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones, promoviendo la diversidad y universalidad en el acceso y la participación con igualdad de oportunidades.

El artículo 3 refuerza esta idea y propone como objetivos la construcción de una sociedad de la información y del conocimiento que priorice la alfabetización mediática y elimine las brechas en el acceso a las tecnologías; promueva las expresiones de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población; alienta el desarrollo de la industria nacional de contenidos; reconoce el rol fundamental de los medios de comunicación como formadores de sujetos y promueve tratamientos plurales, igualitarios y no-estigmatizantes.

También existen disposiciones específicas para la niñez como el Artículo 17 que crea el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) conformado de manera multidisciplinaria, pluralista y federal por representantes del Ministerio de Educación, SENAF-Ministerio de Desarrollo Social, Foro Parlamentario por

⁵¹ Sobre el impacto del Decreto 267/2015 del actual gobierno y la reflexión de especialistas en la materia ver: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-289841-2016-01-08.html>

la Infancia, gobiernos provinciales, gremios vinculados al sector educativo y organizaciones sociales con reconocida trayectoria en el tema. Entre sus funciones se encuentran la elaboración de propuestas de calidad para la programación infantil, evaluación de proyectos, realización de investigaciones sobre audiovisual e infancia, elaboración de criterios y diagnósticos sobre contenidos prioritarios y contenidos inconvenientes para niños y niñas. El CONACAI elaboró interesantes materiales de difusión, consulta y debate; entre ellos la Guía periodística para informar con responsabilidad sobre niñez y adolescencia y la Guía Criterios de calidad del CONACAI sobre niñez, adolescencia y medios audiovisuales.

En el Artículo 68 se establecen una serie de pautas para la protección de la niñez ante contenidos que pueden afectarla, señalando los horarios aptos para todo público, la obligación de emitir la calificación correspondiente ante cada emisión y de colocar una advertencia explícita previa a emisiones de flashes informativos y noticieros que, por necesidad de informar, puedan vulnerar el horario de protección al menor. También establece la prohibición de que niñas y niños menores de doce años participen en programas cuyas emisiones se den entre las 22 y las 8 hs, salvo que hayan sido grabados previamente. Por otra parte, establece un mínimo de tres horas diarias de programación destinada a niños, niñas y adolescentes en los servicios televisivos abiertos, cuya producción sea realizada por productoras nacionales en un porcentaje que no sea inferior al cincuenta por ciento.

El artículo 70 incluye a la niñez al establecer que la programación deberá evitar contenidos que impliquen tratos discriminatorios que dañen su integridad. Mientras que el artículo 71 hace referencia al respeto y cumplimiento de otras leyes por parte de los licenciatarios. Entre ellas, se hace referencia a la Ley N° 26.061 de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes, promulgada en 2005, que establece en su Artículo 2 la aplicación obligatoria de la Convención sobre los Derechos del Niño, promueve un enfoque integral de derechos donde los niños y niñas son sujetos plenos, con derecho a opinar y ser oídos y dispone la creación del Consejo Federal de Niñez, Adolescencia y Familia.

El artículo 81 establece definiciones generales sobre la emisión de publicidad pero también involucra a la infancia y tiene para ella referencias explícitas en sus puntos f) no se emitirá publicidad subliminal, g) se cumplirá lo estipulado para el uso del idioma y la protección al menor, h) la publicidad destinada a niñas y niños no debe incitar a la compra de productos explotando su inexperiencia y credulidad. Por otra parte, en el Artículo 107 se establecen las sanciones en relación a las violaciones del horario apto para todo público.

Otro interesante artículo que incluye a la niñez es el 121, donde se establecen los objetivos de los servicios de radiodifusión del Estado Nacional: a) promover y desarrollar el respeto por los derechos humanos [...]; b) respetar y promover el pluralismo político, religioso, social, cultural, lingüístico y étnico; c) garantizar el derecho a la información de todos los habitantes de la Nación Argentina; d) contribuir con la educación formal y no formal de la población [...]; e) promover el desarrollo y la protección de la identidad nacional, en el marco pluricultural de todas las regiones que integran la República Argentina; f) destinar espacios a contenidos de programación dedicados al público infantil, así como a sectores de la población no contemplados por el sector comercial; g) promover la producción de contenidos audiovisuales propios y contribuir a la difusión de la producción audiovisual regional, nacional y latinoamericana; h) promover la formación cultural de los habitantes de la República Argentina en el marco de la integración regional latinoamericana; i) garantizar la cobertura de los servicios de comunicación audiovisual en todo el territorio nacional.

Por su parte, el Artículo 149 establece la facultad de la autoridad de aplicación de otorgar autorizaciones para la operación de servicios de radiodifusión a establecimientos educativos de gestión estatal. Las radios escolares pueden constituir una interesante experiencia de participación y ejercicio de derechos por parte de la infancia, por tal motivo, el artículo 150 establece que la programación de estos servicios deben responder al proyecto pedagógico e institucional del establecimiento educativo, con un 60 por ciento de producción propia como mínimo y la posibilidad de retransmitir la programación de las emisoras de Radio y Televisión Argentina.

Por último, destacar el Artículo 153, inciso g) que establece la creación de Fondo de Fomento Concursable para la Producción de Programas de Televisión de calidad para Niños, Niñas y adolescentes. De esta manera, acordamos con Susana Velleggia (2011) en que, por primera vez, “la relación entre la televisión y los niños es ubicada en el marco de las convenciones internacionales referidas a los derechos de los niños y los derechos culturales, de los que Argentina es signataria” (Velleggia, 2011: 191).

2.5 Algunas notas sobre el trabajo de la Defensoría del Público en relación al derecho a la Comunicación de las infancias.

La LSCA establece un enfoque desde el cual las audiencias son consideradas como nuevos sujetos de derechos, como ciudadanos comunicacionales. La ley establece, en su Artículo 19, la creación de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual para representar y defender los intereses de las audiencias. Su composición es multidisciplinaria, su competencia es federal y su funcionamiento es autónomo. No tiene poder para sancionar, pero sí tiene la potestad de recibir y canalizar consultas, reclamos y denuncias del público; llevar un registro de las mismas y realizar su seguimiento, informando a las autoridades competentes, a los interesados y al público en general. Entre otras funciones y deberes, la Defensoría debe convocar a diferentes actores de la sociedad para crear un ámbito participativo de debate permanente sobre el funcionamiento de los medios de comunicación y convocar a audiencias públicas en diferentes regiones del país que permitan dar voz y participación a los ciudadanos y las ciudadanas.

La Defensoría declaró al 2015 “Año por la inclusión de Niñas, Niños y Adolescentes en los Medios Audiovisuales” y construyó una agenda de trabajo para garantizar sus derechos comunicacionales, además de recibir día a día consultas y reclamos. En 2014 la Defensoría convocó a audiencias públicas focalizadas en el derecho a la comunicación de niñas, niños y adolescentes. Las audiencias públicas son espacios abiertos de participación ciudadana donde todos los interesados (personas, organizaciones e instituciones) pueden escuchar y aportar su mirada sobre los medios de comunicación. En 2014 se realizaron 7 audiencias públicas donde chicas y chicos de todo el país pudieron expresarse acerca de su relación con la radio y la televisión, la vulneración de sus derechos, cómo los representan los medios, su participación y lo que les gustaría ver y escuchar en ellos. En cumplimiento con lo establecido por la LSCA, las audiencias públicas reconocen a los niños y niñas como actores sociales con capacidad de participar, involucrarse y proponer ideas. La doble dimensión del derecho a la comunicación también es concreta para niños y niñas: tienen derecho a opinar, pero también a ser escuchados. Son reconocidos como audiencia, con una necesidad de protección mayor, pero también como actores de la comunicación, en tanto se reclaman espacios de producción específicos para ellos (Ottaviano, 2014).⁵²

⁵² Para más información consultar la entrevista a Cynthia Ottaviano que figura en el Anexo.

2.6 Panorama de las producciones audiovisuales para las infancias

La programación destinada a las infancias⁵³ en nuestro país fue desatendida en favor de la programación generalista y la búsqueda de rentabilidad. Susana Velleggia (2011) destacó que, según las estadísticas disponibles, la programación de la televisión abierta argentina no respetaba los derechos de identidad, diversidad y expresión de chicos y chicas.

En relación a esta última afirmación sobre la televisión abierta argentina, en el año 2015 los cinco canales de aire (TV Pública, Canal 13, Canal 9, América, Telefé) contaban con su franja infantil en el horario de la mañana, a excepción de la Televisión Pública que también emitía programación dedicada a adolescentes por la tarde.

Sólo para tomar algunos ejemplos, podemos mencionar a Canal 13, con su programación destinada a niñas y niños pequeños en la franja de la mañana: de lunes a viernes de 6 a 10:30 horas se emitía “Piñón Fijo” y “Panam y Circo”, ambos de producción nacional. En el caso de Piñón fijo, se trataba de un magazine con circo, títeres, narración de cuentos, juegos y canciones, donde el payaso Piñón difundía el patrimonio regional y cultural de nuestro país a través de sus canciones e incorporaba tópicos de la cultura nacional. Por otra parte, Panam se basaba en el típico programa de entretenimiento con una animadora estrella que busca mimetizarse con los niños mediante el recurso de la infantilización del adulto. Sus canciones hablaban de hábitos de higiene, de los celos por el nuevo hermanito y la relación con los padres utilizando géneros musicales populares como la cumbia y el reguetón. La orientación de este último programa responde a lo que Carolina Duek (2012) llama la “hiperpedagogización” de los espacios para niños donde se busca enseñar las conductas esperables apuntando a la normalización del niño en sociedad. En el caso de Telefé la producción destinada a la infancia no contaba con producción propia: se emitían programación de Discovery Kids y Los Simpson los fines de semana por la tarde. Por su parte, la Televisión Pública emitía programación del canal *Paka Paka*. Por las mañanas se podía ver “La asombrosa excursión de Zamba”, las aventuras de un niño formoseño que asiste a una escuela pública y que en cada excursión se escapa de la maestra

⁵³ Lo que entendemos por programación infantil está en sintonía con la definición de la LSCA en su artículo 4: “producto audiovisual específicamente destinado a ser emitido por radio o televisión creado para y dirigido a niños y niñas, generado a partir de elementos estilísticos, retóricos y enunciativos de cualquier género o cruce de géneros que deben estar atravesados por condicionantes, limitaciones y características propias que apelan y entienden a la niñez como un estatus especial y diferente a otras audiencias.”

para viajar a través del tiempo y luchar junto a héroes y heroínas de la Patria. Zamba representa procesos históricos y políticos de nuestra región, acercando la historia a los más pequeños de una forma dinámica y divertida. La propuesta de la TV Pública para los adolescentes se llamó “Una tarde cualquiera”, programa multiplataforma donde los jóvenes de todo el país podían expresar sus ideas y emociones, convocando a las escuelas y proponiendo al debate temas como el aborto, la educación sexual, las relaciones interpersonales, la política, etc. Los jóvenes participaban a través de las redes sociales y también en vivo formando parte de los paneles.

La televisión abierta, si bien cumplía hasta 2015 con las tres horas de programación infantil exigidas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, estaba lejos de poder brindar una propuesta atractiva y de calidad para el público infantil que, en los últimos años, se volcó a los canales de cable con programación exclusiva para ellos.

Teniendo en cuenta el crecimiento de los abonados a servicios de cable y TV Satelital, un rápido pantallazo por la grilla de programación de Cablevisión y DirecTV nos presenta el siguiente panorama. Cablevisión ofrece 8 canales infantiles en su paquete básico: Paka Paka, Disney Channel, Nickelodeon, Cartoon Network, Disney XD, Discovery Kids, Disney Junior y Boomerang (todos extranjeros, a excepción de *Paka Paka*, de reciente incorporación). Por su parte, en DirecTV tenemos los mismos canales más ZooMoo, canal infantil sobre el mundo animal.

El caso de Disney es paradigmático por tratarse de una empresa fundada en los años ‘20 que logró convertirse en una megacorporación con inversiones diversificadas en múltiples rubros (diarios, revistas, videos, cinematográficas, canales de noticias y entretenimientos, compañías de publicidad, megatiendas, parques temáticos, etc.) y presencia en diferentes puntos del planeta:

“La omnipresencia de la corporación le reporta fabulosas ganancias, pero para ello no alcanza con vender productos. Disney también vende valores y ayuda a moldear identidades que se constituyen en torno al consumo. Al igual que el resto de los medios globales, define la libertad como elección del consumidor, y desnaturaliza el acontecer social mediante su reducción a puro espectáculo.” (Krakowiak, 2003: 42)

En la sección “Institucional” de la página web de Disney Channel se definen a sí mismos como “ciudadanos del mundo” y expresan su misión en términos de “Conducir nuestro negocio y crear productos de manera ética y fomentar la felicidad y el bienestar de

los niños y las familias inspirándolos a unirse a nosotros para forjar un futuro mejor.”⁵⁴ En esta definición no existe ninguna referencia a las particularidades (regionales, culturales, socio-económicas) del público al que se dirigen y su posicionamiento como “ciudadanos del mundo” contribuiría a borrar las diferencias y el lugar del emisor del mensaje. En este canal observamos programación animada como “Pecezuelos” y “Phineas y Ferb” y series como “Hannah Montana”, “Buena suerte, Charlie” y “Jessie”.

En Disney Junior los chicos y chicas más pequeños pueden ver programas como “La casa de Mickey Mouse”, “Princesita Sofía”, “Doctora Juguetes”, “Ositos Cariñositos”, “Jake y los piratas”, “Many a la obra”, “Art Attack”. En la mayoría de los casos se trata de dibujos animados con personajes que son humanos o animales; salvo en Art Attack, programa dedicado al arte y las manualidades con un conductor central. Sobre “La casa de Mickey Mouse”, Carolina Duek (2011) describió algunas características del programa al señalar que:

“Mickey nos invita a pasar si decimos las palabras mágicas. Entramos a su casa, a su mundo en el que las situaciones y conflictos se resuelven siempre bien. No hay adultos significativos sino un grupo de amigos que, frente a un problema, encuentran soluciones. En la casa de Mickey no hay guardapolvo blanco, uniforme ni escuela. Es un espacio sin tiempo, sin reglas, sin violencia” (Duek, 2011: 74)

Discovery Kids, se propone como un canal con objetivos educativos para el público en edad preescolar y entre su programación podemos encontrar dibujos animados como “Peppa Pig”, “Jorge, el curioso”, “Backyardigans” y la serie “Hi-5” con cinco jóvenes conductores que interpretan situaciones y cantan canciones sobre vivencias cotidianas de los más pequeños. Estos programas se vinculan con el descubrimiento del mundo, las relaciones con amigos, familia y entorno, donde la música, el movimiento y los colores juegan un rol central.

Entre las animaciones más populares de Cartoon Network podemos mencionar “Hora de aventura”, “El asombroso mundo de Gumball”, “Tío Grandpa”, “Las chicas superpoderosas”. Estos programas son vistos por chicos y chicas de 7 a 12 años y se ponen en juego componentes fantásticos, irónicos y de humor. Por último, Nickelodeon es otro de los canales exclusivos para la infancia con historias de superhéroes, animales curiosos,

⁵⁴ Ver <http://www.compromisodisney.com/>

amistades y rivalidades y seres fuera de lo común. Entre su programación se destacan “Bob Esponja”, “Escuela de Rock”, “Una casa de locos”, “Alvin y las ardillas”.

Todos los canales mencionados, a excepción de *Paka Paka*, son de origen estadounidense. Es decir que, aunque se trata de canales exitosos en cuanto a su llegada masiva a millones de hogares y cuya programación es reconocida por su audiencia, la problemática radica en que los contenidos y estéticas son pensados para un destinatario global (o, en algunos casos, adaptados a realidades regionales) sin poder pensar las diversas realidades que configuran a las infancias en nuestro país. Y fundamentalmente, sin darle voz a esas infancias para que intervengan en las definiciones de cuáles son sus inquietudes, sueños, preocupaciones o intereses.

2.7 ¿Por qué un canal Público infantil?

La televisión entendida como servicio público tiene la responsabilidad de atender a las diversas audiencias y el público infantil debe recibir una atención prioritaria ya que son sujetos de derecho y productores de cultura en el presente. Desde la década del setenta, países como Estados Unidos, Reino Unido, Suecia y Japón, entre otros, han desarrollado programas y canales para el público infantil. En Estados Unidos se destacó la experiencia del Taller de Televisión para niños *Children's TV Workshop* (hoy llamado *Sesame Workshop*) en la producción de “Sesame Street”, el programa destinado a niños en edad preescolar que llegó a Latinoamérica como “Plaza Sésamo” de la mano de un conjunto de televisoras latinoamericanas, en especial de Televisa-México. Este programa protagonizado por muñecos fue considerado un producto innovador que, si bien buscaba familiarizar a los niños con el alfabeto, el vocabulario, las partes del cuerpo y hábitos saludables (es decir, que tenía objetivos educativos claramente definidos) hacía uso de los mejores aportes del medio en cuanto a géneros y formatos (García Matilla, 2003). Sin embargo, Plaza Sésamo recibió críticas que cuestionaban nuevas formas de colonialismo cultural; situación que, según García Matilla, pudo influir para que el CTW adaptara sus contenidos a las realidades de las diferentes naciones junto a un equipo interdisciplinario de profesionales. En Europa, el Reino Unido cuenta con una larga tradición de servicio público a través de la British Broadcasting Corporation (BBC) y en el ámbito de la producción infantil podemos

mencionar programas como Words and Pictures, Los Twinnies y Los Teletubies. En Latinoamérica, un ejemplo relevante es TV Cultura de Brasil. Creada en 1969 por parte de la fundación privada Padre Anchieta y financiada con subvenciones del gobierno del Estado de San Pablo, se destacó por la adaptación al portugués de Plaza Sésamo y por la creación de la serie educativa Castelo Rá-Tim-Bum, además de otros programas especialmente destinados a niños y jóvenes⁵⁵.

Volviendo a nuestro país, en las últimas décadas se produjo un desplazamiento de las audiencias hacia las televisiones de pago (tanto de cable como de satélite) que llegó a tener una penetración del 80% en el país⁵⁶. Las audiencias infantiles latinoamericanas se desplazaron desde la televisión abierta, que destinaba algunos pocos programas a la franja infantil, hacia los canales de cable como Nickelodeon, Disney Channel y Cartoon Network donde pueden disfrutar de programación infantil las 24 horas y reconocerse como los destinatarios de esas señales (Fuenzalida, 2008). Es decir, que antes de la creación de *Paka Paka* como canal público y educativo para las infancias, los chicos y chicas sólo contaban con una restringida y repetitiva oferta de programas en la televisión abierta y, por otra parte, la TV por cable o satélite concentró la oferta de televisión infantil con canales exclusivos para chicos y chicas, sin que la mayoría de ellos estuviera pensado desde Argentina para las infancias de nuestro país y Latinoamérica en general.

García Matilla (2003) esbozó algunas respuestas acerca de por qué es necesaria una televisión educativa. Tomaremos algunos de sus lineamientos para responder la pregunta de este apartado: ¿por qué un canal público infantil? Entre muchas otras razones, rescatamos el rol de toda televisión como un importante medio de socialización de acceso masivo, fuertemente implantado y naturalizado en nuestra sociedad, capaz de transmitir valores y conceptos del mundo. En la mayoría de los casos, estos valores coinciden con estereotipos de belleza, rol del hombre y de la mujer en la sociedad, la sobrevaloración del dinero y del consumo, la competencia, los modelos de éxito y felicidad, la violencia, la estigmatización de la pobreza y la juventud; en suma, la configuración de lo deseable, lo indeseable y lo posible, del “nosotros” y los “otros” que constituyen nuestras marcas identitarias y nuestros más profundos temores. Por el contrario, es necesaria la promoción de valores que respeten

⁵⁵ Para más información sobre TV Cultura ver Montero Otondo, Teresa (2005): “Experiencia:TV Cultura, la diferencia que importa” en *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Omar Rincón (comp.) Buenos Aires: La Crujía.

⁵⁶ Ver “El sector de la televisión en Argentina y Ciudad de Buenos Aires”, Informe 2014 del Observatorio de Industrias Creativas, en http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/informes_oic_2014_-_tv_-_final.pdf

la diversidad cultural y las miradas del mundo producidas desde la infancia. Si las producciones para chicos y chicas están concentradas en un puñado de canales comerciales y transnacionales para la infancia, las posibilidades de reconocerse en esas pantallas se ven restringidas por lo que el mercado y subjetividades de quienes producen consideran que es rentable y atractivo para la audiencia.

Más allá de que podamos encontrar propuestas atractivas e interesantes para la infancia en la oferta de canales comerciales, el mercado no tiene como premisa garantizar diversidad sino maximizar ganancias y multiplicar su audiencia apelando a fórmulas que puedan funcionar de manera global sin indagar demasiado en la especificidad de cada público.

El dilema que se abre frente al predominio de canales comerciales y transnacionales para la infancia es qué tipos de identificaciones promueven en sus audiencias, qué modelos de niñez exaltan, qué gustos, preferencias y formas de vida infantil invisibilizan, qué lugar tienen los niños y niñas latinoamericanos de pequeñas localidades en el entramado discursivo de las grandes cadenas televisivas.

En este escenario donde dominan las narrativas construidas desde afuera es importante pensar cómo ampliar el abanico de las representaciones y construir narrativas desde adentro (Salviolo, 2013) propiciando nuevos tipos de reconocimiento desde los intereses de niños y niñas de nuestra región y desde sus específicas condiciones de vida. La apuesta por la creación de un canal público-educativo especialmente destinado a las infancias se basa en “la importancia de brindar a los niños y niñas de hoy la posibilidad de acceder a consumos culturales variados que les permitan conocer distintas formas de goce y entretenimiento, enriquecimiento y reflexión (Curia, 2009: 308)

Cerramos este capítulo con un pantallazo de imágenes de los programas que los chicos y chicas pueden ver en la pantalla de Disney Channel y Disney Junior en sus canales de cable. Más allá de la necesidad de investigar en profundidad las representaciones en estas pantallas, el objetivo de esta muestra es brindar un panorama, de carácter aproximativo, que nos dé algunas pistas desde lo visual. Aquí podemos ver la ausencia de imágenes que se vinculen con nuestras infancias latinoamericanas y el predominio de rasgos estéticos estereotipados en lo que hace a la representación femenina (rasgos faciales y corporales, colores, estilos y estéticas).



Imágenes de la programación de Disney Channel y Disney Junior

CAPÍTULO III

“Paka Paka: proyecto comunicacional y educativo para las infancias”

3.1 La primera televisión pública para las infancias en Argentina

El surgimiento que *Paka Paka* tiene como antecedente fundacional la decisión política del gobierno de Néstor Kirchner- a través de su Ministro de Educación, Ciencia y Tecnología, Daniel Filmus- de pensar, producir y poner en marcha el primer canal público educativo de la Argentina. La creación de *Canal Encuentro* en 2005 partió de una mirada integral en relación a los medios de comunicación, el papel que éstos desempeñan en la sociedad y su relación con la educación. La decisión de Filmus se fundaba en la convicción de que la televisión es una herramienta pedagógica de gran potencial y que la educación no se reduce a los ámbitos institucionales formales (escuelas, universidades, institutos de formación docente) sino que está presente en los diferentes ámbitos de consumo popular, destacando entre ellos a la televisión (Smerling, 2015: 12). El proceso fue arduo e implicó el trabajo colaborativo de educadores, productores, periodistas, guionistas, cineastas⁵⁷ que indagaron en los modelos y experiencias de televisión educativa en el mundo para dar vida a un canal que buscaba romper con el imaginario de que un proyecto audiovisual que conjugara lo educativo con lo estatal estaba condenado a ser aburrido, marginal, paternalista o, por el contrario, tan academicista y acartonado que anulara toda comunicación posible con la cultura popular, al colocarse en el lugar del saber legítimo e impartirlo de manera unidireccional a quienes consideraba “carentes” de todo conocimiento.

Al ser consultada sobre el proceso de creación de las nuevas señales del Ministerio de Educación y sobre los modelos de televisión pública que tuvieron como referencia, Jéssica Tritten⁵⁸, Directora del Polo Audiovisual hasta el 10 de diciembre de 2015, afirmó:

⁵⁷ En el área de Prensa del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, Daniel Filmus creó la oficina del *Programa de Medios Audiovisuales* y contó con la colaboración de distintos especialistas para llevar a cabo esta tarea: Alejandra Rodríguez Ballester y Jéssica Tritten (periodistas y docentes de periodismo); Fernanda Rotondaro (productora de Canal Á, el canal cultural de la Ciudad de Buenos Aires); Ignacio Hernaiz (jefe de Unidad de Programas Especiales en el Ministerio y cercano colaborador del Ministro); Tristán Bauer (cineasta y Director de Canal Encuentro); Mariana Loterszpil (primera productora delegada del canal); Verónica Fiorito (Productora General de Encuentro); Adrián Paenza (investigador y matemático); Gabriel Di Meglio (historiador), Claudia Perel (encargada del archivo audiovisual documental) entre otros. Ver Smerling, Tamara (2015): *La otra pantalla: educación, cultura y televisión*. Argentina: Ediciones Educ.ar.

⁵⁸ El Polo Audiovisual nace en 2011 cuando Educ.ar y las señales del Ministerio de Educación se mudan

[...] en el momento de la creación de Canal Encuentro necesitábamos pensar un proyecto de televisión pública que no existía hasta ese momento y ese proyecto de televisión pública consistía también en interpretar de otra manera a los públicos. Hasta ese momento el televidente era un consumidor, entonces entendíamos que la televisión, justamente por haber nacido en el seno del Ministerio de Educación, es una herramienta pedagógica importantísima. No solamente la que es específicamente televisión educativa, la televisión en general como herramienta pedagógica es importantísima, como promotor de valores, como creador de universos[...] A la hora de la previa de Encuentro estaban BBC, Channel 4, los canales europeos y demás. Nosotros intentamos concentrarnos también en canales que fueran ejemplo en América Latina, investigamos mucho el caso de Brasil con TV Escola, con TV Cultura. Investigamos mucho el caso de Colombia con Señal Colombia, investigamos mucho el caso de México con canal 11, canal 22. TV UNAM, obviamente, canales dependientes de la Universidad, muchísimos que venían antes que nosotros. Que también, insisto, había una colonización respecto de qué modelos hay que estudiar.⁵⁹



Logo de Canal Encuentro desde su creación hasta octubre de 2016

El Decreto 533/05, firmado el 24 de mayo de 2005 por el Presidente y el Ministro de Educación, Ciencia y Tecnología, estableció la creación de Canal Encuentro a través de la modificación del estatuto de Educ.ar, una sociedad del Estado creada en el año 2000 por el Gobierno del ex-Presidente Fernando de la Rúa, con el objetivo de facilitar el acceso de las escuelas a redes y contenidos educativos. Con la creación de Encuentro se buscaba fortalecer las políticas nacionales de equidad y mejorar la calidad educativa a través de programas educativos y culturales, atractivos, con visión latinoamericana, destinados a docentes y alumnos de todos los niveles, adultos y jóvenes fuera del sistema educativo y

definitivamente a la Ex-ESMA. La tarea de Jéssica Tritten como Directora del Polo Audiovisual fue la de coordinar y trabajar en conjunto y de manera transversal con áreas que abastecían el funcionamiento de los tres canales del Ministerio de Educación: Encuentro, Paka Paka y DeporTV.

⁵⁹ Ver Anexo, Entrevista a Jéssica Tritten.

población en general⁶⁰. Tras un intenso trabajo, sus emisiones comenzaron el 5 de marzo de 2007, pero fueron difíciles las negociaciones con operadores de cable para incluir la señal en sus grillas (en especial con Cablevisión, operada por el Grupo Clarín) así como también hallar un espacio para el funcionamiento del canal. Finalmente, con la aceptación de la mayor parte de los organismos de Derechos Humanos, en 2008 se adjudicó un predio para el funcionamiento de todas las emisoras nucleadas en Educ.ar en lo que décadas atrás había sido la Escuela de Mecánica de la Armada, ex-centro clandestino de detención durante la última dictadura, recuperada por el Estado Nacional en 2004 como Espacio para la Memoria y para la Promoción y Defensa de los Derechos Humanos (Smerling, 2015: 87). De esta manera, el Estado Nacional debió sortear diferentes obstáculos en puja constante con los grupos mediáticos concentrados y apostó al trabajo de realizadores, artistas e investigadores locales para concretar una propuesta audiovisual innovadora, nacional, pública, educativa que, desde ese momento, comenzaba a funcionar en la emblemática y controversial ex-ESMA, refuncionalizando espacios: del silencio y las violaciones a los derechos humanos, a la producción audiovisual desde una perspectiva de derechos y ampliación de voces.

Canal Encuentro permitió pensar en programaciones para diferentes públicos y sirvió de estructura productiva y administrativa para el paso siguiente. Fue así que comenzaron a producirse programas dirigidos a niños de jardines de infantes y escuelas primarias, donde el desarrollo de la franja destinada a los más pequeños estuvo a cargo de la especialista en comunicación e infancia, Cielo Salviolo⁶¹. En palabras de Tamara Smerling (2015):

La búsqueda abarcaba desde saltar los lugares comunes de la televisión vinculada a la primera infancia (el conductor un poco torpe que dice qué deben hacer los niños, la modelo vestida como una niña frente a la pantalla, la infancia descripta como “los adultos del mañana”) y darles un espacio para que fueran los verdaderos protagonistas (2015: 70).

⁶⁰ Ver <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/105000-109999/106542/norma.htm>

⁶¹ Cielo Salviolo es Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA), docente, productora de contenidos infantiles, consultora e investigadora en comunicación e infancia. Fue la Directora fundadora de Paka Paka.



Logo de *Paka Paka* desde su creación hasta octubre de 2016⁶²

Paka Paka (que significa “el juego de las escondidas” en quechua) surgió inicialmente como la franja infantil del Canal Encuentro, pero nació como señal autónoma el 17 de septiembre de 2010 durante la gestión de Cristina Fernández de Kirchner en la Presidencia de la Nación y de Alberto Sileoni como Ministro de Educación. A diferencia de lo que ocurrió con Canal Encuentro, *Paka Paka* nació en un escenario donde los representantes del pueblo habían sancionado nuevos y avanzados derechos comunicacionales: la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) se refería explícitamente en su articulado a las infancias, regulando su participación y acceso en los medios, promoviendo contenidos de calidad y la programación de las franjas infantiles en los servicios televisivos abiertos.

Es el primer canal público y educativo para las infancias en nuestro país con transmisión de 24 horas para niños y niñas de 2 a 12 años que propone una nueva forma de representar a la niñez y relacionarse con su audiencia, ya que sus contenidos no sólo tienen la misión de formar y educar sino también de entretener, dar a conocer y poner en contacto a diversas culturas infantiles de Argentina y América Latina. Con la creación y puesta en funcionamiento del canal, el Estado Nacional cumplió con las normativas que establecen los derechos de la infancia y, en particular con la LSCA, creando espacios de visibilización y participación de niños y niñas desde una mirada federal, plural y multicultural.

⁶² Tal como señala Tamara Smerling (2015) el logo del canal estuvo inspirado en cajas de cartón que se abrían y cerraban dando lugar a otros mundos. Se trabajó con la idea de lo lúdico y del poder de la imaginación en los más pequeños, capaces de transformar una simple caja en lo que quisieran y de jugar con cualquier elemento cotidiano sin necesidad de sofisticados juguetes. “El papel, las sensaciones y la imaginación cobraron nuevas fuerzas con una paleta de colores muy vibrante” (Smerling, 2015:137)

Este proyecto también tiene detrás una historia de construcción e investigación colectiva y un trabajo interdisciplinario que implica una forma de entender la televisión pública infantil y a las infancias. De la creación y desarrollo del canal formaron parte, entre otros, la productora Verónica Fiorito (Directora general); la investigadora y consultora Cielo Salviolo (Directora fundadora); el actor y músico Miguel Rur (productor ejecutivo); la diseñadora Yanina McKerlie (Desarrollo de proyectos); la Licenciada en Educación Silvina Szejnblum (responsable de contenidos); el productor y guionista Nicolás Zalzman (guionista y supervisor de series); la productora Mariana Loterszpil (Productora general); la Licenciada en Ciencia Política Carolina Masci (coordinadora de convergencia); la Licenciada en Ciencias de la Comunicación Valeria Dotro (responsable de contenidos); el Sociólogo y dramaturgo Facundo Agrelo (coordinador de contenidos); el productor y actor Marcelo Lirio (Productor general). Todos con reconocida trayectoria en audiovisual e infancia. Cabe también destacar el trabajo de comunicadores, educadores, historiadores, guionistas, productores delegados, contenidistas, actores, asesores, administrativos, lo cual propició la creación de equipos profesionales y fuentes de trabajo nacional.

Este proceso de investigación y la apuesta por una televisión en consonancia con las necesidades de diferentes grupos sociales está en sintonía con los planteos de Omar Rincón (2005) al destacar que en la actualidad la televisión es el centro cultural de nuestras sociedades, por tal motivo “es mejor comenzar a comprenderla en su acción social y en su potencial comunicativo, para poder hacer de ella un dispositivo más cercano a nuestros deseos y a nuestros intereses sociales y culturales” (2005: 21).

En relación a los modelos de televisión pública infantil analizados a la hora de diseñar *Paka Paka*, Jéssica Tritten explicó que había muy pocos porque eran escasos los proyectos de televisión pública para chicos y chicas, debido a que:

la televisión infantil está totalmente colonizada por todo lo que es el espectro comercial, porque hacer televisión infantil es muy difícil, es un trabajo muy complejo, es muy caro, tiene un montón de cuestiones que no son muy atractivas para los empresarios de la industria y no son atractivas, incluso, para quienes tienen presupuestos públicos para la infancia.⁶³.

⁶³ Ver Anexo, Entrevista a Jéssica Tritten.

Asimismo, destacó el trabajo en la producción de contenidos infantiles por parte de Colombia, Ecuador y Brasil, países con los que Argentina trabajó articuladamente desde las señales del Ministerio de Educación, así como las producciones de canales públicos europeos.

Tritten afirmó que el nacimiento de *Paka Paka* fue celebrado no solamente por Argentina sino también por la región, donde se venían desarrollando desde hace tiempo foros y encuentros para pensar a las nuevas infancias: “*Paka Paka* vino a ser un lugar de articulación de todo esto que veníamos hablando y de lo que veníamos pensando como producción audiovisual para los chicos y las chicas”.⁶⁴ De esta manera, la creación del canal implicó procesos de investigación, debate, colaboración nacional e internacional desde una perspectiva de derechos para los chicos y chicas de la región, desestimando la reproducción acrítica de modelos importados y pensados desde otras concepciones de la infancia. Por el contrario, significó recorrer escuelas y jardines de infantes de todo el país⁶⁵ para conocer sus realidades y convocar a especialistas en educación, cultura e infancias a los denominados “Encuentros para la infancia”⁶⁶ con el objetivo de pensar contenidos capaces de interpelar al público y pensarlo, a la vez, como protagonista (Smerling, 2015: 97).

Según Verónica Fiorito, Directora General de *Paka Paka* hasta mediados de 2014, la televisión pública infantil tiene el compromiso de producir contenidos audiovisuales de excelencia y constituirse como espacio donde chicos y chicas se sientan representados y convocados como protagonistas de esa pantalla (Fiorito, 2014). Por otra parte, para Cielo Salviolo, Directora fundadora del canal desde 2010 hasta 2012, hacer un canal infantil educativo y público demanda una responsabilidad ética y política y un profundo trabajo de conocimiento y reconocimiento de nuestras infancias (Salviolo, 2013).

⁶⁴ Op.cit

⁶⁵ A través de una donación de 3 millones de euros por parte del Gobierno Español, el Ministro de Educación, Juan Carlos Tedesco (2007-2009) invirtió en la naciente señal educativa instrumentando el *Proyecto Mejoramiento de la calidad de la educación inicial en las regiones NEA y NOA de la República Argentina. Programa: PakaPaka en el Norte argentino*, organizado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Oficina Regional Buenos Aires (OEI), el Ministerio de Educación y todo el equipo de Canal Encuentro. Con este proyecto se buscó elaborar los primeros contenidos, formatos y contrataciones de la señal infantil (Smerling, 2015: 97)

⁶⁶ Encuentros que se realizaron en el marco del Ministerio de Educación de la Nación antes de la creación de la señal infantil. Ver: <http://portal.educ.ar/noticias/actualidad-encuentro/encuentro-por-la-infancia.php>

De este modo, *Paka Paka* vino a sumarse a un escenario caracterizado por la concentración de medios masivos de comunicación, la creación y reproducción de estereotipos, prejuicios y creencias acerca de los modos de ser niño y niña que fueron social e históricamente construidas. Estereotipos de clase y de género e invisibilización de los conflictos y diferencias que construyen las distintas realidades y posibilidades de las infancias en nuestro país.

La pantalla de *Paka Paka* cuenta con tres franjas de programación para audiencias definidas: *Ronda Paka Paka* destinada a niñas y niños de 2 a 5 años, *la franja de 6 a 9 años* y la correspondiente a *chicos y chicas de 10 a 12 años*. Este trabajo en las diferentes franjas de programación se realizó atendiendo a las diversas etapas en la vida de niños y niñas, donde los especialistas definieron cuáles eran las características, las necesidades e intereses específicos de cada segmento⁶⁷. Por otra parte, el canal tiene 24 horas de programación que llega a los hogares y a las escuelas a través de la Televisión Digital Abierta, la Televisión satelital y la televisión por cable⁶⁸. Esa pantalla se nutre fundamentalmente de producciones propias, de coproducciones⁶⁹ con otros países de la región y de series y películas de otros países del mundo. El trabajo en equipo se manifiesta en un ida y vuelta entre la conceptualización de los temas a tratar, la estructura narrativa, los formatos, el guión y la destacada función del productor delegado que actúa como nexo entre el canal y la casa productora de un programa y sigue el proceso atento a que se respete la conceptualización inicial. Según documenta Tamara Smerling (2015) hasta el 2012 Encuentro y *Paka Paka* habían realizado producciones junto a 168 casas productoras y desde 2007 fueron 412 las series de producción propia (2015: 170). Facundo Agrelo, coordinador de contenidos de la

⁶⁷ La definición detallada de cada franja de programación puede verse en el Anexo. Originalmente esa información fue obtenida de la página web del canal en <http://www.pakapaka.gob.ar/institucional/4004> pero, en la actualidad fue quitada por la nueva gestión y no se encuentra disponible.

⁶⁸ En enero de 2014 PakaPaka es incorporado a la grilla básica de Cablevisión, luego de muchos reclamos, acciones judiciales y movilizaciones de familias y espacios políticos para que se adecúe a la LSCA.

⁶⁹ En un artículo de Mariana Loterszpil publicado en el portal de LatinLab, la especialista explica que las coproducciones permiten a los canales y productoras conseguir programación a un costo más bajo, llevar adelante proyectos grandes y/o tener producciones de otras partes del mundo. Ejemplos de estos casos son programas como “El show de Perico”, formato de Señal Colombia co-producido en su segunda temporada con PakaPaka; “La Gran Pregunta”, una co-producción que involucró a la BBC, la SVT de Suecia, entre otros canales europeos, y también a PakaPaka y a Señal Colombia; la serie ‘La Lleva Latinoamérica’, un formato que surgió del proyecto de Televisión Infantil Cultural de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura y contó con la participación de PakaPaka, la Universidad de Guadalajara de México y Fundación Global Democracia y Desarrollo (Funglode) de República Dominicana. Artículo disponible en <https://latinlab.org/2014/10/06/la-co-produccion-en-la-tv-infantil/>

señal, afirmó que el lanzamiento de la programación 2015 del canal, realizada en la megamuestra Tecnópolis en el mes de marzo, contó con más de veinte estrenos que comprendieron nuevas temporadas de programas ya conocidos como “Zamba”, “Medialuna” y “Minimalitos” y nuevos estrenos donde la actriz Norma Aleandro lee cuentos o la serie “El Principito”⁷⁰. La diversidad no sólo está presente en los contenidos sino también en los géneros, ya que los chicos y chicas pueden ver series de ficción, animación, documentales, micros, películas, juegos y aventuras, noticieros realizados por chicos, cuentos, relatos, narraciones.

A diferencia de los canales comerciales, en *Paka Paka* no hay publicidades. La interpelación a las infancias no se hace pensando en ellas como consumidoras de productos de mercado sino desde su participación activa en la sociedad como ciudadanos con derechos plenos. Si como planteamos en el capítulo I, la promoción de productos para niños tiende a la distinción y a la individualización de los consumos (y donde la misma interacción con otros se hace desde la posesión de objetos) y si, por otra parte, la publicidad como agente del mercado no sólo promociona productos sino que moldea al niño que consume (Minzi, 2009: 211) en *Paka Paka* la participación de la infancia en la cultura no está dada por lo que se posee sino que es concebida como un derecho humano fundamental, más allá de la capacidad de consumo y las diferencias socio-culturales.

De 2010 a 2015, *Paka Paka* logró consolidarse como una propuesta educativa, atractiva y de calidad para los más pequeños y sumarse al paisaje audiovisual de súper héroes, princesas, objetos animados y animales encantados que ya formaban parte de la propuesta comercial/transnacional para chicos y chicas. El crecimiento y repercusión de la señal, favorecido por el trabajo conjunto con especialistas y productores locales, nacionales e internacionales, propiciaron el reconocimiento de programas del canal con nominaciones y premios de destacados festivales audiovisuales como los Emmy Awards, Prix Jeunesse y Japan Prize y la participación en MIPCOM, la feria televisiva que se realiza en Francia:

Paka Paka y Encuentro tienen premiaciones en el ámbito de lo más prestigioso y premiaciones en el ámbito de lo más masivo. Porque Zamba fue galardonado con el Japan Prix que es un muy prestigioso premio, pero también fue finalista en una terna con los Emmy, que son los “Oscars” de la televisión en el mundo. Y ahí habla un poco del concepto que nosotros hablábamos de calidad: que pueda representar una amplia gama de lo que nosotros concebimos como calidad,

⁷⁰ Entrevista realizada a Facundo Agrelo en Radio Ahijuna. Disponible en: <https://radiocut.fm/audiocut/entrevista-a-facundo-agrelo-coordinador-general-de-contenidos-de-paka-paka/>

que se sientan todos representados, desde el trabajo artístico, desde el trabajo técnico, pero también desde lo que queremos decir. Lo de los premios Emmy lo que más nos enorgulleció es que en ese lugar donde está la industria internacional no fue cualquier Zamba, fue el que habla de la dictadura y eso habla que tenemos efectivamente herramientas muy poderosas para hablar sobre temas muy difíciles, muy duros, pero que también son necesarios y lo tenemos que hacer, además, por nuestra ley de educación. Bueno, eso para nosotros es muy importante⁷¹.

3.2 El discurso institucional: imaginario, proyecto y objetivos.

El discurso institucional de *Paka Paka* fue construido en base a declaraciones y entrevistas de actores clave en el proceso de creación y desarrollo de esta política pública, así como también la información referente a objetivos y misión en su página web. Este apartado nos permitirá dar cuenta de las concepciones de infancia, televisión pública y educación forjadas desde la instancia de producción, los conceptos en que se sustenta este proyecto y sus objetivos.

En la página web de *Paka Paka* se explicitaron los objetivos de la señal:

Garantizar el acceso de chicos y chicas a contenidos culturales y educativos de calidad, que contribuyan a su desarrollo integral, con una perspectiva de derechos.

Generar una programación de alta calidad dirigida al público infantil que estimule la creatividad e imaginación, que promueva la diversidad y la inclusión y que despierte el interés por el conocimiento.

Poner a disposición de docentes y alumnos material audiovisual y digital educativo destinado a acompañar el proceso de enseñanza/aprendizaje en diversas áreas curriculares, y a favorecer el uso de las tecnologías de información y comunicación en los procesos pedagógicos.

Desarrollar propuestas interactivas y multiplataforma atractivas y de calidad que convoquen a la participación y producción creativa de los chicos y chicas.

Promover acciones territoriales a lo largo de todo el país con el objetivo de que chicos y chicas se relacionen con los contenidos y personajes del canal a través de propuestas artísticas como festivales, muestras, obras de teatro y actividades en diferentes eventos, en todo el país⁷²

⁷¹ Ver Anexo, Entrevista a Jéssica Tritten

⁷² Ver Anexo (Originalmente esa información fue obtenida en <http://www.pakapaka.gob.ar/institucional/>)

De estos objetivos se desprende la concepción de un canal que garantice el acceso a contenidos culturales y educativos, pero que también esté enfocado en la producción creativa por parte de las infancias como sujetos de derecho comunicacionales, es decir, que las propias infancias intervengan en la producción de mensajes. El concepto de calidad está fuertemente ligado a la idea de diversidad e inclusión y es importante el lugar que se espera ocupe el canal en la producción de materiales educativos para las escuelas. Por otra parte, la mirada más allá de la pantalla de TV está dada por la importancia dada a otros espacios públicos con las acciones territoriales en festivales y obras teatrales y la relevancia que adquieren hoy las múltiples plataformas desde las cuáles nos comunicamos.

En las próximas páginas expondremos fragmentos de entrevistas a actores institucionales directamente involucrados en el proceso de creación y desarrollo de esta propuesta comunicacional.



Lanzamiento de la señal *Paka Paka*, Quinta de Olivos, 17 de septiembre de 2010. En la imagen, de izquierda a derecha, las productoras Mariana Loterszpil y Verónica Fiorito y la entonces Presidenta de la Nación junto a chicos y chicas de escuelas y jardines.⁷³

⁷³ “La Presidenta lanzó un canal infantil Pakapaka”, *La Prensa*, 18 de septiembre de 2010. Disponible en: <http://www.laprensa.com.ar/NotePrint.aspx?Note=365113>

Para nosotros es un inmenso orgullo poder presentar en el marco de lo que pensamos que debe ser la cultura, la educación, la televisión pública, una señal como Paka Paka, que además es un formato absolutamente nacional, absolutamente hecho por argentinos y para argentinos. Representa nuestros valores, nuestras identidades culturales, me contaban recién Tristán y la gente de Educación que una de las canciones que habían bailado los chicos había sido hecha en un taller por los propios pibes; me encanta eso de hacer consignas propias, me encanta además que lo hagan desde muy chiquitos. También cumpliendo esta parte de la nueva Ley de Servicios de Medios Audiovisuales que exige a todos, y cuando digo a todos es a todos, que una parte importante de la programación esté dedicada a los niños, con programas para niños, con protagonistas niños. (Palabras de la ex Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner en la presentación del canal *Paka Paka* en la Quinta de Olivos⁷⁴)

Para el ex-Ministro de Educación de la Nación, Alberto Sileoni, la calidad que se le asigna a estas señales, pensadas y producidas desde el Estado, no tiene que ver solamente con aspectos técnicos sino, fundamentalmente, con la consideración de los derechos de las audiencias, el fomento de la participación y la producción de contenidos que sean apropiados, pertinentes y relevantes para la audiencia a la que están destinados; en este sentido, la calidad es inseparable de la inclusión (Sileoni, 2015: 11)

A continuación, otros testimonios que completan el repertorio de imaginarios sociales, objetivos y acciones del canal:

El tipo de medio público que surgió en esta década no atendió a la orientación del mercado sino a la decisión política del Estado de construir una identidad cultural [...] La dimensión de esta transformación la vamos a tener más clara en unos años, pero ya sucede que los héroes de los pibes no son más El Hombre Araña o Batman sino San Martín o Belgrano. (Entrevista a Verónica Fiorito en la Agencia de Noticias Télam)⁷⁵

Paka Paka es una señal del Ministerio de Educación, pública y federal, esto hace que sea una herramienta de visibilización y democratización de voces. No es una voz hablándole a los chicos, es una pantalla que se les ofrece para que sean ellos los que se cuenten a sí mismos. Esto sucede literalmente: chicos de la Rioja, de Neuquén, del Conurbano, diciendo ésta es mi escuela, éste es mi barrio, acá juego, juego a esto, etc. También lo hacemos generando producciones en distintos lugares del país, que aunque son hechas por adultos son con la idiosincrasia de cada lugar donde se formaron. Hay también programas que arma el canal, donde la casa productora que los realiza tiene que viajar por el país para poder hacer el

⁷⁴ “Presentación de la señal Paka Paka. Palabras de la Presidenta Cristina Fernández en el acto de presentación de la señal Paka Paka”, 17 de septiembre de 2010. Disponible en: <http://www.caserosada.gob.ar/informacion/archivo/22630-blank-21868617>

⁷⁵ “Gracias a Paka Paka los nuevos héroes de los pibes son San Martín y Belgrano”, *Tèlam*. 22 de mayo de 2013. Disponible en: <http://www.telam.com.ar/notas/201305/18493-gracias-a-pakapaka-los-nuevos-heroes-de-los-pibes-son-san-martin-y-belgrano.html>

programa. Nuestra pantalla está llena de ejemplos, hay una serie de políticas de cómo produce el canal que apuntan a poner la pantalla a disposición para que todos hablen. (Entrevista a Facundo Agrelo para el Observatorio APCI)⁷⁶

Antes no se les preguntaba qué querían ver o qué cosas les interesaban: eran sujetos de consumo, pasivos, puestos a desear lo que se les ofreciera en las publicidades. Nosotros los pusimos, por primera vez, en el rol de productores de cultura [...] Nuestra idea era ofrecer una alternativa a esos ocho canales con estéticas narrativas parecidas y brindar un espacio capaz de contar cosas desde nuestra cultura, nuestro idioma y nuestras tradiciones [...] Además queríamos terminar con el estigma de que lo público no es bueno, no tiene calidad o no es entretenido: se puede hacer televisión y tener espectáculos de calidad gratuitos y que sean de todos. (Entrevista Facundo Agrelo en la Agencia de Noticias Télam)⁷⁷

La idea es brindar diferentes espectáculos artísticos y espacios de juego, ampliando de esta manera el repertorio cultural y el intercambio con otras infancias, además de abrir la posibilidad de que los chicos se acerquen a distintas expresiones del arte, la música, la danza o el circo [...] Desde la pantalla, pensamos que Paka Paka debe proponer una propuesta distinta a la que hace el mercado, con otro tipo de contenidos, con otros tiempos, con otras posibilidades de diálogo. Una televisión que sea absolutamente respetuosa de las infancias y de todas las maneras de ser chico, con un lenguaje audiovisual que contemple la cotidianidad y las particularidades. (Entrevista a Marcelo Lirio en la Agencia de Noticias Télam)⁷⁸

[...] trabajamos para crear una señal que conciba a los niños como ciudadanos con derechos que deben ser garantizados y respetados, como sujetos que influyen y son influenciados por el entorno social y cultural; que contribuya a su desarrollo y que apoye el proceso de enseñanza y aprendizaje[...] Consideramos que mostrar otras formas de vida tiene un valor ético importante en relación al conocimiento del otro y al respeto por la diversidad. Partimos de la concepción de que la diversidad nos enriquece como sujetos y nos permite salir de nuestra propia cultura e ir hacia las demás, encontrando en los otros respuestas que desconocíamos. Se trata así de promover y estimular el conocimiento y el reconocimiento del otro, que posibilita que los niños aprendan a vivir juntos y desarrollen actitudes de respeto, solidaridad y cooperación. También nos interesa trabajar con un lenguaje rico, variado y correcto, que cuide y respete los sentidos y significados de cada enunciado y el contexto en el que se dice. (Entrevista a Cielo Salviolo para el Observatorio de la Televisión)⁷⁹

⁷⁶ “Paka Paka es una pantalla que se les ofrece a los chicos para que sean ellos los que se cuenten a sí mismos”, *Observatorio Nacional del Audiovisual para la infancia y la adolescencia*, 2 de julio de 2012. Disponible en: <http://www.observatorioapci.com.ar/?sec=post&id=408>

⁷⁷ “Paka Paka celebra su 5º aniversario”, *Télam*, 16 de septiembre de 2015. Disponible en: <http://www.telam.com.ar/notas/201509/120202-pakapaka-aniversario-5-anos.html>

⁷⁸ “Paka Paka presente con Zamba en el Encuentro Federal de la palabra”, *Télam*, 16 de abril de 2014. Disponible en: <http://www.telam.com.ar/notas/201404/59697-pakapaka-presente-con-zamba-en-el-encuentro-federal-de-la-palabra.html>

⁷⁹ “Paka Paka para todos. Entrevista a Cielo Salviolo”, *Blog Observatorio de la Televisión, Centro de Información*, Junio de 2011. Disponible en: <http://newsletterotv.blogspot.com.ar/2011/06/pakapaka-para-todos.html>

[...] nosotros tenemos una línea que es muy importante que atraviesa a todo el Ministerio de Educación y nos atraviesa a nosotros que es que cuando nosotros hablamos de calidad necesitamos hablar de inclusión porque no podemos hablar de calidad cuando dentro de cualquier política pública hay gente que se queda afuera de esa política pública[...] que la mayor cantidad de chicos se sientan representados en eso que están viendo. Entonces por eso no concebimos una sola infancia sino que concebimos muchas infancias. No hay una forma única de ser niño, hay muchas formas de ser niño, hay diferentes formas de vivir la infancia: no es la misma infancia la del norte la del sur, la de Cuyo, no es la misma infancia la de un niño urbano que la de un niño rural, no es la misma infancia la de un niño con una familia ensamblada que la de un niño con una familia, por llamarlo de alguna manera, a la vieja usanza, “tradicional”. (Entrevista a Jéssica Tritten, realizada en las oficinas de Educ.ar)⁸⁰

En estos testimonios se construyen representaciones acerca del rol activo del Estado en la planificación de políticas públicas para la infancia frente a las propuestas del mercado, la revalorización de lo público, la existencia de diferentes infancias y su contextualización en distintos escenarios, la voz propia de las infancias y su rol como productores de cultura y protagonistas de la pantalla, la inclusión como criterio de calidad, el encuentro con otros, la promoción de valores como el respeto y la solidaridad. Estas representaciones implican un reconocimiento de las infancias como sujetos de derecho en consonancia con las normativas de niñez analizadas en el Capítulo I.

Otra forma de aproximarnos al discurso institucional y a las líneas de acción de la señal, es el “Manifiesto” de los Canales Encuentro y *Paka Paka* que se presentó públicamente en el marco del Encuentro “Otra Televisión es Posible”, realizado en el Ministerio de Educación de la Nación los días 31 de agosto y 1 de septiembre de 2015. Allí los trabajadores de ambas señales expusieron la identidad que fueron forjando y sus objetivos como resultado de diferentes talleres y debates realizados con el fin de reflexionar sobre el trabajo cotidiano, el sentido de su tarea, la responsabilidad ante la sociedad y los desafíos futuros.⁸¹

⁸⁰ Ver Anexo, Entrevista a Jéssica Tritten.

⁸¹ Ver Anexo, Manifiesto de los canales Encuentro y PakaPaka.

3.3 La Programación: representaciones y criterios de calidad

Sin duda, uno de los desafíos más difíciles al dejar de ser la franja infantil de Canal Encuentro y constituirse como canal autónomo fue construir una grilla de programación de 24 horas con una gran amplitud etárea. No obstante, como expresó Cielo Salviolo, permitía nuevas posibilidades: “atender mejor las particularidades no sólo de cada franja etaria sino también las particularidades de las distintas edades dentro de cada franja. Eso es una potencialidad. También al ser un canal podemos ampliar la diversidad de formatos, de propuestas estéticas y de contenidos.”⁸² Los programas para los más chiquitos fueron ubicados en la grilla de la primera mañana y la primera tarde, dando paso luego a los programas para los niños y niñas más grandes.

En el presente apartado trabajaremos con la grilla de programación 2015 por entender que se trata de un momento de maduración del canal donde podemos ver jugar un mayor abanico de posibilidades gracias a la experiencia adquirida. La semana que se seleccionó (del 20 al 27 de julio de 2015) coincide con las vacaciones de invierno de los chicos y chicas de todo el país⁸³. Del lunes 20 al domingo 27 de julio niños y niñas tuvieron a disposición en sus pantallas unos 28 programas, la mayoría de producción nacional, de entre 15 y 30 minutos de duración que se repitieron por bloques a lo largo de cada jornada completando las 24 horas de programación.

De la programación de la grilla de referencia y atendiendo a los límites de extensión, seleccionaremos una muestra representativa de ellos para realizar una descripción general que nos permita dar cuenta de la diversidad en la programación, las representaciones de la infancia y los criterios de calidad puestos en juego.

3.3.1 Zamba, el niño estrella de guardapolvo blanco

Serie animada/Producción nacional/Target: 6 a 12 años

Quizás no sea exagerado decir que, así como Mickey Mouse se transformó en símbolo de Disney, Zamba llegó a convertirse en el principal referente de la señal pública. La serie animada comenzó en 2009 con un pedido específico por parte del Ministerio de Educación a

⁸² Salviolo, Cielo. Entrevista para el Observatorio de la Televisión. Junio de 2011. Disponible en <http://newsletterotv.blogspot.com.ar/2011/06/pakapaka-para-todos.html>

⁸³ Se puede ver el cronograma por provincia en <http://www.lanacion.com.ar/1805976-cuando-caen-las-vacaciones-de-invierno-en-2015>

la productora “El perro en la Luna” de Sebastián Mignona: hacer una temporada que cuente la Revolución de Mayo de 1810 con motivo de los festejos del Bicentenario argentino. En el proyecto también participaron el director Fernando Salem⁸⁴ y el historiador Gabriel Di Meglio. Todavía entonces les parecía impensable hacer un dibujito argentino. Las series duraban entre 20 y 25 minutos: primero fue “La asombrosa excursión de Zamba” relacionada a la historia argentina, luego “El Asombroso mundo de Zamba”, series más cortas, con personalidades de la ciencia, la música, el arte, el deporte. El personaje principal se fue transformando en un ícono de *Paka Paka: Zamba*, un niño de Formosa que va todos los días a la escuela pública con su guardapolvo blanco y lo que más le gusta son las excursiones. Así, en cada paseo con la señorita Silvia, se escabulle y viaja al pasado para luchar junto a los patriotas San Martín, Belgrano y Juana Azurduy. Zamba reconstruye un relato histórico desde una propuesta entretenida que recurre al musical, los videojuegos, las adivinanzas y el humor. Junto a Zamba los chicos y chicas conocieron la historia de las luchas latinoamericanas, la Revolución Francesa, viajaron a las Islas Malvinas, conocieron la historia de la última dictadura, recorrieron el Museo de Ciencias Naturales y las obras de valiosos científicos argentinos, vibraron con las obras y vidas de artistas latinoamericanos y muchas aventuras más. “Libertad”, “soberanía” y “revolución” son algunas de las palabras que resuenan en la serie. Frente a la tradicional elección de superhéroes como Superman y el Hombre Araña, es novedoso que algunos niños empiecen a nombrar a San Martín o a Juana Azurduy como sus héroes y heroínas. Entre las premios y nominaciones obtenidas se encuentran los *Emmy Kids Awards* 2015 (Nominado), *Nuevas Miradas* 2013: Mejor programa de animación, *Cinecita Colombia* 2012: Mejor programa Infantil, *Fund TV* 2011: Rubro TV infantil y *Premios Radio Nacional*: Reconocimiento especial por su aporte a la educación de los niños⁸⁵.

3.3.2 Desafiólogos, los chicos y la ciencia

Magazine científico/Target: 6 a 9 años

Producción nacional, co-producida con la Universidad Nacional de Tres de Febrero

En capítulos de 20 a 28 minutos de duración, los jóvenes Sabrina y Atahualpa se

⁸⁴ Para quienes deseen conocer más sobre esta historia, se recomienda el testimonio de Fernando Salem en la charla TEDxRiodelaPlata 2016, “Zamba y la revolución de los niños” disponible en https://www.youtube.com/watch?v=Ft_IO42_IVg

⁸⁵ Ver: <http://catalogo.encuentro.gov.ar/programas/la-asombrosa-excursion-de-zamba/>

proponen desafíos científicos utilizando objetos cotidianos como botellas, sorbetes, globos. El programa se desliza entre la ciencia y la diversión, haciendo confluír el juego y la experimentación, con dos conductores muy elocuentes. En todos los programas se muestran los desafíos que chicos y chicas realizan en sus casas cuando les llegan los elementos para construir una máquina Goldberg donde una pequeña pelota debe atravesar todo el circuito propuesto en el diseño de un mapa. A través de varios intentos y errores, el desafío se completa y los conductores festejan en el piso. *Desafiólogos* recibió en 2013 el *Premio UBA*, 1º mención en Producciones Audiovisuales de Divulgación Científica⁸⁶. Por otra parte, en 2015 fue seleccionada para participar del *Festival INPUT* organizado por la cadena pública japonesa NHK.

3.3.3 Medialuna, la princesa latinoamericana

Serie animada/Producción nacional/Target: 2 a 5 años

Medialuna es una pequeña princesa latinoamericana que fue hechizada por unas brujas y por eso durante las noches permanece despierta junto a la lechuza, el sapo y el yaguareté, sus inseparables amigos, para vivir extraordinarias aventuras en un bosque encantado mientras los adultos duermen en el palacio. Seres fantásticos y mundos mágicos con una estética colorida y latinoamericana que se distancia de los tradicionales cuentos de princesas de Disney. Las torpes brujas que acechan a Medialuna nunca logran su cometido y la niña siempre regresa muy cansada a dormir luego de cada aventura cuando despunta el sol. Como documenta en su libro Tamara Smerling (2015), al pensar en esta serie, las productoras Mariana Loterszpil y Patricia Redondo buscaban desacralizar el miedo a la noche de los más pequeños y romper estereotipos con una intrépida princesa que bien podría vivir en México. Medialuna fue finalista en los premios *Japan Prize 2012*⁸⁷ y llegó al Teatro Gran Ituzaingó con su obra en 2015, a sala llena y con entrada gratuita. Al respecto se refería el productor Marcelo Lirio:

Vimos que Medialuna también tenía un potencial muy fuerte, es uno de nuestros programas más vistos, hay mucha identificación de toda nuestra audiencia, es una producción local, nos pareció importante ponerla en valor. En Tecnópolis está el espacio de Medialuna. Y ahí decidimos trabajar en la propuesta teatral. Armamos un gran equipo de artistas con gran sensibilidad, un musical muy original que tiene que ver con nuestras raíces.⁸⁸

⁸⁶ Ver: <http://catalogo.encuentro.gov.ar/programas/desafiologos/>

⁸⁷ Ver: <http://catalogo.encuentro.gov.ar/programas/medialuna-y-las-noches-magicas/>

⁸⁸ "Se estrenó en Ituzaingó la obra Medialuna y las noches mágicas" *Zona Norte Diario*, 5 de octubre de 2015. Fuente: http://www.zonanortediario.com.ar/despachos.asp?cod_des=44313&ID_Seccion=170

3.3.4 SOS Mediadores

Documental/Producción nacional/Target: 6 a 12 años

La relación entre pares y la importancia de las interacciones grupales es fundamental en este momento de la vida de chicos y chicas. Y así es como los conflictos emergen. En este programa con capítulos de 28 minutos se representan y teatralizan en pantallas conflictos reales de protagonistas reales de todo el país. Son otros chicos los que offician de mediadores para intervenir y encontrar soluciones a través del diálogo y la comprensión de las diferencias. Los adultos intervienen y orientan, pero no forman parte de la mediación de manera directa. De esta forma, se representan los conflictos habituales que pueden tener chicos y chicas en la escuela, el barrio, el club y que involucran celos, violencia, indiferencia, competencia, etc.

La serie fue finalista de los premios *Japan Prize* 2011, obtuvo el 3er puesto en la categoría “Mejor contenido para niños de 7 a 11 años” del *Prix Jeunesse Iberoamericano* 2011 y el premio a “Mejor programa infantil de Televisión” de la *Asociación de Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas* (ATEI) en 2012⁸⁹.

3.3.5 Cuentos del árbol

Series animadas-stop motion/Producción Nacional/Target: hasta 6 años

Estas series de ficción que tienen una duración de entre 8 y 12 minutos, nos traen cuentos de destacados escritores infantiles como Graciela Montes, Cecilia Pisos y Alberto “Pez”. Los protagonistas animados son Lucía y su hermano Pedro, quienes junto a los vecinos Clara y José, se reúnen en la casa del árbol para escuchar las historias fantásticas que cuenta Lucía ante la escucha atenta y expectante de los más pequeños. Los libros se re-encantan, así como el placer por la lectura y su escucha, aparecen como una puerta hacia otros mundos de donde emergen personajes fuera de lo común. Esta serie recibió un premio en la 7ma. Edición del *Festival ComKids-Prix Jeunesse Iberoamericano* realizado entre el 17 y el 21 de agosto de 2015 en la ciudad brasileña de San Pablo⁹⁰.

⁸⁹ Ver: <http://catalogo.encuentro.gov.ar/programas/s-o-s-mediadores/>

⁹⁰ Ver: <http://www.telam.com.ar/notas/201508/117306-pakapaka-premios-comkids-prix-jeunesse.html>

3.3.6 Otros ejemplos de programación de calidad

Por fuera de la grilla analizada, pero como ejemplo de tratamientos respetuosos y posibles de temas traumáticos para la sociedad Argentina, queremos destacar la serie de microprogramas de tres minutos de duración “Así soy yo” donde, a través de la mixtura entre animación y documental, nietos de Abuelas de Plaza de Mayo que fueron restituidos en democracia cuenta quiénes eran de niños y cómo llegaron a conocer su verdadera identidad. Así las audiencias pueden conocer y reflexionar sobre lo acontecido en la última dictadura cívico militar⁹¹.

Otra destacable serie por lo que implica de participación de chicos y chicas en la producción (en los guiones y en el doblaje) es el micro animado “Renata, Nazareno y el mundo de los sentimientos”, dos amigos que a través de situaciones cotidianas nos traen sus vivencias respecto de sentimientos como el miedo, el asco, el amor, la felicidad, la muerte. Los diálogos de estos micros fueron elaborados a partir de reflexiones de chicos y chicas de la provincia de Córdoba, surgidos de talleres de filosofía. No sólo se incorpora la mirada de la infancia en la producción de los micros sino que también se respetan las diversidades lingüísticas y hay un tratamiento no estereotipado de género donde tanto chicas como chicos se permiten expresar sus sentimientos y temores.

El apoyo a la producción nacional y el carácter público de la señal también se ven reflejados en el Concurso Federal de Guión (2015) y las coproducciones a partir de los concursos federales propuestos por Educ.ar y en Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) del que resultaron ganadores los programas “Ruta Mágica” y “De allá para acá” de las regiones metropolitana y centro-norte, respectivamente.

3.3.7 Algunas conclusiones parciales

La representación de la infancia en *Paka Paka* parte de un respeto por las diversidades, necesidades y posibilidades de su audiencia y su consideración como sujetos que participan activamente de la cultura de su sociedad. La apuesta por la calidad abarca la diversidad de géneros, formatos y estéticas; de historias, identidades y representaciones que enriquecen el mundo infantil en sus propios contextos y reflejan su complejidad. También es

⁹¹ “Así soy yo” Ignacio Montoya Carlotto <https://www.youtube.com/watch?v=zQXR754DsCo>

importante la atención a los diferentes segmentos de edad y sus particularidades. Calidad implica recuperar la participación en la cultura de los chicos y chicas desde sus propias perspectivas e interrogantes y aportar a la construcción de sus identidades y de la ciudadanía desde la infancia. Abarca el tratamiento de temas complejos que afectan la vida de la sociedad en general y de los niños en particular, como el maltrato, la pobreza, los miedos, las injusticias sociales, las violaciones a los derechos humanos, la violencia institucional; sin esquivar los conflictos, de manera cuidadosa y comprometida. Pero brinda, además, espacios para que los chicos y chicas cuenten qué les gusta, qué sueñan, quiénes son, cómo se divierten.

3.4 Paka Paka más allá de la pantalla de TV

El espacio público construido por los medios de comunicación asume hoy una centralidad primordial para conformar nuestra percepción de la realidad social y política así como para determinar la agenda pública de necesidades por atender, y a partir de él la ciudadanía obtiene buena parte de las herramientas que la ayude a aprehender el universo de la cotidianeidad
(Loreti y Lozano, 2014: 193)

Paka Paka no sólo es un canal de televisión, es un proyecto comunicacional para chicos y chicas que trasciende la pantalla e invita a su audiencia a vincularse con otros espacios públicos llenándolos de densidad ciudadana. En el periodo analizado, como producto de las luchas populares (y en contraposición a la privatización de experiencias que propone el mercado y a la ruptura de lazos sociales que promovió el neoliberalismo) los espacios públicos volvieron a ser espacios de reconocimiento y no, simplemente, lugares de paso. *Paka Paka* trascendió la pantalla, se metió en las aulas a través de las colecciones⁹² de libros y dvd's y salió a la calle con sus parques temáticos, instalaciones lúdicas y espacios itinerantes de manera gratuita convocando a familias en todo el país, acercando a los personajes favoritos de chicos y chicas y propiciando el encuentro entre las audiencias. Esta definición fue explicitada en la página web del canal en los siguientes términos:

⁹² Las colecciones son materiales producidos por el Ministerio de Educación de la Nación a través de Educ.ar y de Canal Encuentro y PakaPaka mediante los cuáles se propone incentivar la inclusión de herramientas y recursos TIC para abordar contenidos en el aula y apoyar los procesos de enseñanza-aprendizaje con recursos audiovisuales. Un ejemplo en el siguiente link: <http://www.educ.ar/sitios/educar/recursos/ver?id=122939>

Paka Paka es un proyecto educativo y cultural. Las acciones de Paka Paka a lo largo de todo el país promueven el encuentro con los contenidos, los personajes y los artistas de nuestro canal. A través de diferentes actividades artísticas entre las que se destacan festivales, muestras, parques temáticos, musicales y obras de teatro, chicas y chicos tienen un encuentro real que les permite interactuar con nuestros personajes y vivir experiencias divertidas que amplían sus repertorios culturales.⁹³

El puntapié inicial de estas experiencias estuvo dado por el reclamo de la inclusión de *Paka Paka* en la grilla de canales básicos del operador Cablevisión, cumpliendo con lo establecido por la LSCA y continuó como política del Ministerio de Educación en diversos ámbitos públicos como plazas, clubes de barrio, el espacio Tecnópolis y salas del Centro Cultural Kirchner (CCK)⁹⁴, entre otros. Al momento de la entrevista, la entonces Directora del Polo Audiovisual, Jéssica Tritten, profundizó sobre este tema:

Nace como una decisión política en el momento en que Paka Paka nace como señal y le es impedida a esta señal estar en la grilla de televisión. Nosotros estuvimos cuatro años trabajando por la inclusión de Paka Paka en la grilla de televisión tal como lo establece nuestra LSCA, entonces hubo una decisión política que fue que de todas maneras Paka Paka tiene que existir y trabajamos todo el espacio público mediante Tecnópolis, a través de festivales, de ferias, de diferentes lugares preexistentes como son otros festivales de teatro, se me ocurre el de Necochea, ahora con el Centro Cultural Kirchner y los nuevos, pero fue una política efectivamente de existencia de la señal, de que se pudiera llegar a la mayor cantidad de público infantil posible. Esto fue muy beneficioso para Paka Paka porque ya cuando el canal efectivamente nació y la ley nos da la razón y Paka Paka entra efectivamente en la grilla, sobretodo en la grilla de Cablevisión que es donde tiene el 80% de los hogares argentinos, había muchos personajes que ya eran conocidos por los chicos mediante los festivales y mediante las colecciones porque estas colecciones fueron a las escuelas, se trabajaron en las aulas.⁹⁵

Es importante destacar que, en consonancia con los objetivos planteados por la señal, los festivales, quermeses y espectáculos públicos y gratuitos recorrieron diversos barrios de Capital Federal, Gran Buenos Aires y provincias argentinas de norte a sur, articulando con municipios y sus demandas locales, desarrollando y expandiendo una política de acceso a la cultura como derecho humano a nivel federal. Podemos mencionar la presencia en Necochea en el marco del Festival de Teatro Infantil de esa ciudad; en Caleta Olivia, Tierra

⁹³ <http://www.pakapaka.gob.ar/institucional/4123> Esta información formaba parte de la sección Institucional que ya no se encuentra disponible en el nuevo diseño 2016 de la página web (Ver Anexo Institucional).

⁹⁴ Ex-Correo Central de Buenos Aires, recuperado por la gestión de Cristina Fernández de Kirchner a partir de 2010 como centro cultural, donde se realizan exposiciones, muestras de arte, conciertos.

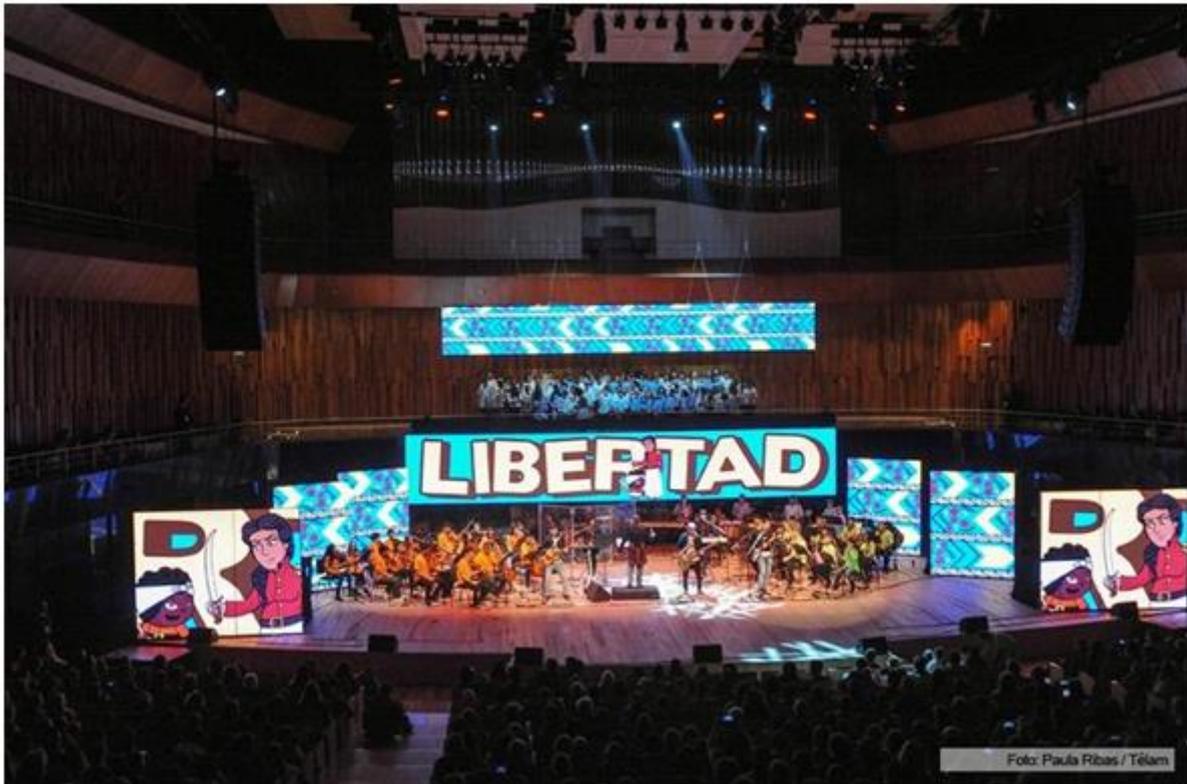
⁹⁵ Ver Anexo, Entrevista a Jéssica Tritten.

del Fuego, Bariloche y Formosa; en la costa atlántica en las vacaciones de verano; en barrios bonaerenses como Florencio Varela o Ituzaingó con el espectáculo teatral de *Medialuna* y *las Noches Mágicas*. Allí donde el mercado no veía espacios rentables para sus propuestas, la señal pública desplegaba, no sin grandes esfuerzos, un andamiaje en el que las audiencias (los chicos, chicas y sus familias) y el canal sellaron su alianza.



Festival “Paka Paka para todos”, abril de 2011, Ministerio de Educación de la Nación para reclamar la inclusión de la señal en todos los cableoperadores del país.⁹⁶

⁹⁶ Fuente: <http://portal.educ.ar/noticias/educacion-y-sociedad/multitudinaria-convocatoria-en.php>



“La asombrosa sinfónica de Zamba” en el Centro Cultural Kirchner, julio de 2015. Con la participación de la Orquesta Infantil del Bicentenario, el Coro Infantil del Bicentenario y la Asombrosa banda de Zamba de Paka Paka, entrada libre y gratuita.⁹⁷



Paka Paka en Necochea, año 2014⁹⁸

⁹⁷Fuente: <http://www.telam.com.ar/notas/201507/113841-pakapaka-asombrosa-sinforica-de-zamba-centro-cultural-kirchner.html>

⁹⁸Fuente: <http://www.educ.ar/sitios/educar/noticias/ver?id=125088&referente=docentes>



Musical de Zamba en Tecnópolis, foto tomada en noviembre de 2015

Además de los festivales y musicales al aire libre, *Paka Paka* contó con salas permanentes en el CCK y en la Casa Nacional del Bicentenario⁹⁹ donde los chicos y chicas podían recorrer un espacio-tiempo que buscaba hacer converger enseñanza, aprendizaje, cultura y diversión e interactuar a través de propuestas lúdicas y educativas con acento en la imaginación y la participación. Desde esta mirada, la educación no es considerada el polo opuesto del entretenimiento y del juego, sino que los incluye dentro de la dimensión educativa. “Entender las prácticas culturales nos permite aproximarnos al juego en tanto dimensión significativa de la praxis social. El juego es un terreno en el que se manifiestan e intersectan múltiples componentes de nuestra vida en sociedad.” (Duek, 2012: 79). La sala de *Paka Paka* en el CCK y las palabras de *El Perro en la Luna*, la productora de contenidos audiovisuales que creó para la señal educativa la serie “La Asombrosa excursión de Zamba”, nos llevan a reflexionar en torno a las relaciones entre consumos televisivos infantiles y los juegos que desarrollan los más pequeños¹⁰⁰:

⁹⁹ Se trata de otro edificio histórico recuperado y puesto en valor durante la década analizada. Ver: <http://www.casadelbicentenario.gob.ar/26989/agenda-y-noticias/agenda/chicos-espacio-paka-paka-2>

¹⁰⁰ Para profundizar sobre las relaciones entre juego infantil y televisión, se recomienda la lectura del libro *El juego y los medios. Autitos, muñecas, televisión y consolas*, de la Doctora en Ciencias Sociales (UBA), Carolina Duek.

Las imprevisibles formas en que los chicos organizan su entorno cuando juegan, en que crean colecciones de objetos distintos, relaciones entre cosas diversas, nos resultan, cada vez, asombrosas. Distintas de lo común pero sin ser meros desórdenes. Son órdenes insospechados, que nos dan alguna pista que no terminamos de descifrar, quizás sobre el futuro. Las salas Paka Paka en el CCK fueron realizadas con la intención de que los chicos desplieguen todo ese potencial lúdico y creativo, a la vez que aprenden, mediante experiencias participativas. Son entornos creados íntegramente para chicos y chicas, que alientan la expresión en un contexto divertido y estimulante.¹⁰¹



“La asombrosa fábrica de personajes de Zamba” en la sala de Paka Paka del CCK.

Por otra parte, *Paka Paka* se desplegó como política pública de comunicación a través de otros medios y en otras pantallas. En una sociedad profundamente atravesada por cambios culturales y sociales que involucran a las tecnologías, a las relaciones entre “viejos” y “nuevos” medios y a las nuevas subjetividades que nacen mediante estos procesos, la “convergencia” apunta a crear un universo de contenidos en diferentes soportes. En el caso de un contenido audiovisual, cada soporte aporta su especificidad y complementa dicha producción audiovisual. Por ejemplo, a la serie *Zamba* que los chicos y chicas pueden ver por televisión se suman nuevos contenidos audiovisuales de *Zamba* para jugar y aprender desde la página web, con aplicaciones, juegos o secciones donde los chicos y chicas pueden imprimir carteles e imágenes y utilizar para la decoración de sus fiestas de cumpleaños. De esta manera, los usuarios pueden encontrar sus contenidos en diferentes plataformas. La

¹⁰¹Fuente: <http://elperroenlaluna.com.ar/realidad-aumentada-sala-paka-paka/>

señal educativa para la infancia del Ministerio de Educación de la Nación, trabajó con especialistas que tuvieron en cuenta las nuevas formas de ser niño y niña hoy y su creciente (aunque desigual) vinculación con el universo tecnológico y transmediático:

Por otro lado, Paka Paka, reconoce el fuerte vínculo de chicos y chicas contemporáneos con las nuevas tecnologías, y en función de ello desarrolla un conjunto de recursos y propuestas digitales como páginas web, videojuegos, tutoriales, minisitios temáticos, e-books y aplicaciones con propuestas para PC, notebooks, tabletas y celulares.¹⁰²

Para Henry Jenkins, el académico norteamericano que popularizó el término “convergencia mediática”, dicho proceso es más que un mero cambio tecnológico: “La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y el público [...] la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con la que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios.”(Jenkins, 2008: 26). El concepto de convergencia puede relacionarse también con el de “narrativas transmediáticas” que, como define Carolina Masci (2015) son una nueva forma de contar una historia, integrando diferentes experiencias de entretenimiento a través de diversas plataformas, que amplían y expanden el universo de la historia. Masci, que formó parte de *Paka Paka* en el área de convergencia, sostiene que “ingresar al universo transmedia implica un esfuerzo coordinado de un equipo interdisciplinario para generar un universo narrativo a través de diferentes soportes, que se complementen y enriquezcan entre sí. No es lo mismo que contar una misma historia en diferentes plataformas” (Masci, 2015, mimeo)

En una entrevista que brindó Cielo Salviolo al Observatorio APCI, la entonces Directora del Canal hacía referencia a que a través del sitio web de *Paka Paka* se establecía una relación muy fructífera con la audiencia:

El sitio tiene el foro de los pakapakenses dónde los chicos suben noticias, comentarios y opiniones sobre los distintos segmentos. Eso es, para nosotros, un insumo importante a la hora de volver a planificar las nuevas temporadas de Paka Paka, porque es una forma de conocer qué les gustó, qué no les gustó, con que personaje se engancharon, qué cosa de cada uno de los segmentos les gusta más, qué cosa les gusta menos.¹⁰³

¹⁰² Fuente: <http://www.pakapaka.gob.ar/institucional/4123> Esta información formaba parte de la sección Institucional que ya no se encuentra disponible en el nuevo diseño 2016 de la página web.

¹⁰³ “Entrevista a Cielo Salviolo, coordinadora de la señal Paka Paka”. *Observatorio Nacional del Audiovisual para la infancia y la adolescencia*, 28 de marzo de 2010. Disponible en:

3.5 Las críticas

Paka Paka también recibió críticas de parte de periodistas, políticos, académicos y miembros de la sociedad en general.

En sus inicios, fue muy fuerte la comparación con los canales comerciales que tenían asegurado su lugar y prestigio en las grillas televisivas y en los hábitos de consumo cultural de muchas familias (en buena parte, debido a su carácter de megaempresas y a su posición privilegiada en el mercado audiovisual). Las historias, las estéticas, los personajes y hasta los tiempos que manejaban las producciones de la nueva señal resultaban muy diferentes de la espectacularidad a la que Disney nos tenía acostumbrados. Mirar *Paka Paka* en un primer momento podía parecer aburrido. Sin dudas, el gusto aplicado a los productos culturales también se educa y en nuestra condición de consumidores nos habían vendido otras historias y maneras de narrar a las que nos habituamos. Por otra parte, es muy posible que cualquier cosa que comparemos con la infraestructura, recursos y expertise de corporaciones mediáticas como Disney esté condenada a perder. Pero, como vimos en este recorrido, la apuesta de este proyecto de televisión pública no era imitar a la televisión comercial sino poder crear narrativas propias que pudieran amalgamar entretenimiento y educación sin tomar al receptor como mero consumidor. *Paka Paka* debió enfrentarse al desafío de crear a su propio público, mayormente consumidor de estos canales comerciales, y hacerlo con los recursos públicos disponibles.

Entre las críticas formuladas a *Paka Paka*, en particular, y a la televisión pública en general podemos citar la partidización del canal, la tercerización de la programación a través de productoras privadas, la falta de infraestructura para la televisión pública, la falta de autonomía e iniciativa, la carencia de proyecto público¹⁰⁴, el aprovechamiento del canal para difundir una versión oficial de la historia a los más chicos.¹⁰⁵

El tema de la partidización o gubernamentalización de las televisiones públicas es uno de los tópicos más mencionados por quienes se interesaron en la televisión producida por el Estado. Con *Paka Paka*, en algunos casos la crítica se generaliza pero no queda en claro

¹⁰⁴ Mirta Varela. “Para repensar la televisión estatal”, *Clarín, Revista Ñ*, 1 de febrero de 2016. Disponible en: http://www.clarin.com/rn/ideas/repensar-television-estatal_0_ryFh6TuPQg.html

¹⁰⁵ “Un dibujito de Paka Paka cuenta la historia oficial en versión infantil”, *La Nación*, 3 de agosto de 2012. Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1495635-zamba-de-paka-paka-relata-la-historia-oficial-en-version-infantil>

hacia qué programas o aspectos de la programación apuntan las denuncias respecto de la partidización. En otros casos, la crítica no se registró en otra programación que no fuera la protagonizada por Zamba, quizá debido a que aborda (y a veces cuestiona) importantes sucesos que fundaron nuestro país, tal como las escuelas tradicionalmente lo enseñaron. En consecuencia, poco se ha hablado de la calidad y diversidad de la programación de *Paka Paka* más allá de Zamba y esto tiene que ver con un crecimiento exponencial del personaje que deberíamos evaluar con más detalle. En este caso, la representación de personajes históricos (cuyo relato fue hegemonizado por la corriente oficial mitrista en las escuelas durante el siglo XX), la amalgama entre nuevas tecnologías y próceres de bronce, la humanización de éstos y el acento en los procesos revolucionarios latinoamericanos fueron objeto de críticas y de vinculación con la mirada gubernamental. Consideramos que esto es así porque la historia sigue siendo un terreno de disputa. De hecho, hay quienes afirman que en Zamba no sólo hay rupturas sino también continuidades con la corriente historiográfica mitrista¹⁰⁶. Por otra parte, las nuevas autoridades a cargo del Ministerio de Comunicaciones, denunciaron que se habían pautado capítulos muy polémicos donde Zamba recorría las instalaciones de la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES) y contaba la historia de Aerolíneas Argentinas, dos pilares fuertes de las políticas kirchneristas, pero esos capítulos nunca fueron emitidos¹⁰⁷. La consolidación de Zamba y su identificación con el canal fue tan fuerte que se constituyó en una marca, un parte aguas entre admiradores y detractores del canal público. Esta situación debe alentarnos a otros análisis que lo tomen como objeto de estudio.

Además de lo anteriormente mencionado, no puede desconocerse que se trata de un canal público con objetivos educativos, enmarcado en la Ley Nacional de Educación y, por tal motivo, con una serie de lineamientos bajo los cuáles producir el contenido audiovisual. Y por otra parte, lejos de poder afirmar que algún canal existente cumple en su totalidad con la pluralidad de puntos de vista, consideramos que toda propuesta comunicacional establece sus propios criterios o, en otras palabras, su línea editorial. En este sentido, una crítica pertinente es que se amplíen los diversos puntos de vista en la programación de este medio público.

¹⁰⁶ Arburúa, Natacha (2013): “Una animada historia nacional: análisis del discurso historiográfico en el dibujo animado “La asombrosa excursión de Zamba”, Tesina de grado para la Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de La Matanza.

¹⁰⁷ “Los escandalosos últimos capítulos de Zamba”, *América TV*, 10 de julio de 2016. Disponible en: <http://www.americatv.com.ar/678/los-escandalosos-ultimos-capitulos-zamba-20160710-n1188825.html>

En el caso de *Paka Paka*, así como también el de Canal Encuentro, no se contó desde un primer momento con las infraestructuras necesarias para llevar adelante un canal de televisión. A las oficinas administrativas y de control de programación que el Estado fue brindando para los trabajadores y funcionarios del área, se sumaba el trabajo externo de las productoras que eran seleccionadas para encargarse de la programación. No hubo un control centralizado de los contenidos por parte del Estado sino un sistema de casas productoras trabajando junto a productores delegados del Ministerio de Educación con el fin de ir guiando un proceso de política pública que entendía a la comunicación como derecho humano y no como mercancía. En muchos casos, ese trabajo sirvió para dar visibilidad a pequeñas casas productoras, coproducir con universidades y diversificar la programación¹⁰⁸. Una crítica fundamentada y útil sería posible como resultado de un análisis que surja de entrevistas con las propias productoras y sus trabajadores para definir las dificultades de trabajar con el Estado (así como sus aspectos positivos) y las cualidades del producto final.

3.6 Problematizaciones y aportes: algunas cuestiones pendientes

Esta primera experiencia de televisión pública para las infancias abrió un interesante camino que debe ser entendido como el puntapié inicial para profundizar espacios democráticos de comunicación. No significa un punto de llegada ni el mejor modelo posible de televisión infantil sino el inicio de una política pública de comunicación que cumple con una deuda histórica que el Estado tiene con las infancias. En este sentido, valoramos la experiencia y deseamos aportar algunos puntos problemáticos y líneas de trabajo que ayuden a seguir construyendo una comunicación plural en clave de derecho humano.

Universalización de la Televisión Digital Abierta (TDA)

Uno de los puntos sobresalientes tiene que ver con el atraso en la implementación de la TDA. Esta herramienta del nuevo paradigma tecnológico permite la recepción de señales abiertas de manera gratuita y, por tanto, resulta enormemente democratizadora, pero en la actualidad no se encuentra en manos de la mayoría de la población. Por tal motivo, la

¹⁰⁸ Algunas productoras con las que trabajó *Paka Paka* fueron *Focus Cine y Video*, *El perro en la luna*, *UNTREF Media* y el *Centro Experimental de Animación*, Dpto de Cine y TV, Facultad de Artes - Secretaría de Extensión Universitaria (UNC) – Multimedia SRT.

llegada de *Paka Paka* a los hogares argentinos sigue dependiendo de su permanencia en el cable, de conexiones a internet (en ambos casos, mediante el pago de los servicios) y de la posibilidad de acceder a la TDA. Por lo tanto, la universalización de la TDA permitirá que la señal pública infantil pueda llegar a todos los hogares de forma libre y gratuita. Sobre este tema, debemos destacar el impulso que le dió el Estado Argentino al proceso de implementación a través de la colocación de torres de transmisión, el reparto gratuito de decodificadores a sectores de bajos recursos y el fomento en la producción de contenidos.

“La adopción de la norma se anunció el 28 de agosto de 2009 y en los dos años posteriores se le garantizó cobertura potencial al 55 por ciento de la población y se repartieron 750 mil conversores [...] además ya se están emitiendo 21 señales en digital, entre públicas y privadas, se crearon polos regionales de producción de contenidos y se financiaron series de ficción y documentales. Si se mantiene este ritmo de expansión, el apagón analógico podría concretarse incluso antes de 2019, fecha fijada en el decreto de adopción de la norma, aunque todavía quedan dudas sobre cuál será el modelo de financiamiento” (Bizberge, et.al, 2013: 200)

Democratización editorial y co-decisión

Para seguir ampliando los horizontes de diversidad y el carácter federal de la programación se pueden plantear mecanismos para democratizar las líneas editoriales y los contenidos de los programas. Este mecanismo podría ser posible mediante la participación de organizaciones de la sociedad civil en los concursos que designan a las casas productoras. En este sentido, rescatamos las palabras de Zallo (2011) acerca de que las políticas de comunicación deben combinar democratización e igualdad en el acceso con las políticas culturales de la diferencia y la diversidad incorporando paradigmas de codecisión y promoviendo la atención de una agenda que esté en movimiento y sujeta a cambios.

Vinculación con las provincias y organizaciones sociales

Por otra parte, la federalización, el acceso, la participación y la diversidad pueden profundizarse con el trabajo entre el canal y las diferentes provincias para que no sean las casas productoras las que filman a los niños y niñas en sus diversos entornos y luego se van del lugar para concluir la edición y el armado de los programas, sino que sean las propias provincias las que puedan generar contenidos acordes a sus intereses y necesidades, en coordinación con el canal público (y también con vistas a la generación de sus propios canales). En este sentido, también sería muy interesante la vinculación entre el canal y

diversas organizaciones sociales e instituciones dedicadas a la infancia para la producción de contenidos que expresen la diversidad política, cultural, religiosa, etc. El trabajo conjunto con universidades nacionales se presenta como un aspecto insoslayable y necesario de profundizar.

Amplitud de las franjas de edad

Desde que *Paka Paka* dejó de ser la franja infantil del Canal Encuentro, se enfrentó al desafío de abarcar franjas de edad muy amplias (2 a 5, 6 a 9 y 10 a 12 años). La necesidad de profundizar en las características e intereses de cada franja pueden llevar a la creación (como sucede en algunos canales comerciales) de un canal destinado específicamente a los más pequeños y otro pensado para los más grandes.

CONCLUSIONES

En este trabajo realizamos un recorrido que nos permitió vincular los campos problemáticos de la infancia, la educación y la comunicación a partir del caso *Paka Paka* como primera experiencia de televisión pública educativa para chicos y chicas en Argentina, desde una perspectiva que entiende a la comunicación y la cultura como derechos humanos y a las infancias como sujetos con voz propia.

A través de estas páginas pudimos constatar que la creación de la señal pública por parte del Estado Nacional está en sintonía con los estándares internacionales y las legislaciones nacionales en materia de derechos de la infancia y que se inscribe en un momento histórico de apertura democrática como fue el periodo 2005-2015 en nuestro país. *Paka Paka* es una propuesta educativa y cultural que aprovecha los recursos y potencialidades del lenguaje audiovisual para constituirse en una alternativa a la oferta hegemónica de programas para chicos y chicas, no sólo desde los contenidos sino también desde las estéticas y los formatos, construyendo narrativas propias que amplían el universo cultural de la infancia atendiendo a las diversidades geográficas, lingüísticas, sociales. Y eso sólo es posible reconociendo a las infancias como actores sociales con saberes y modos de ver el mundo propios que aportan a la construcción de la sociedad que habitan. Dicha propuesta se basa además en la comprensión del rol que cumplen los medios de

comunicación como agentes de socialización y el impacto, positivo o negativo, que pueden tener en el desarrollo de niños y niñas. *Paka Paka* permitió la apertura de una nueva esfera pública que funciona como espacio de reconocimiento para chicos y chicas habilitando instancias para el encuentro, el diálogo, el juego, los afectos, la imaginación, los temores, la fantasía, las preguntas.

La tesina buscó además establecer las conexiones de este proyecto de comunicación y educación para las infancias con una tradición de luchas populares democráticas que lo anteceden y que encontraron un punto de cristalización en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2009. Es decir, que sólo podemos entender el surgimiento de *Paka Paka* como producto de este contexto histórico específico e inscripto en una tradición de luchas políticas por la comunicación democrática y la soberanía audiovisual. Por eso consideramos que es necesario que este tipo de políticas sean el puntapié inicial para la construcción de herramientas institucionales, comunitarias, sociales que permitan transformar desde la comunicación y la cultura las inequitativas realidades de nuestras infancias. La comunicación es un derecho humano que nos abre las puertas a otros derechos. Sin derecho a la comunicación, a la representación de nuestras diferencias, complejidades y particularidades no es posible el reconocimiento y la lucha por nuestros derechos.

El análisis de esta experiencia pionera buscó poner en valor la posibilidad de contar con una señal pública educativa que partiera del reconocimiento de nuestras infancias como un público con características y necesidades específicas y que el Estado Nacional no sólo cumpliera con su obligación, durante años negada, sino también asumiera el desafío de crear una señal que debía construir a sus propios públicos para pelear por un espacio de visibilidad en un escenario mediático altamente concentrado y privatizado. Consideramos que al tratarse de la primera experiencia de este tipo en Argentina habrá que contar con otras para juzgar y comparar sus actuaciones en el tiempo, pero que estos seis años de desarrollo nos brindan algunas pautas para evaluar sus resultados y tomar las medidas que tiendan a profundizar la participación, diversidad y calidad de su programación.

A partir de este trabajo creemos que se abren muchas líneas de investigación posibles, por lo tanto consideramos que tiene un carácter exploratorio y habilita el avance hacia investigaciones más específicas sobre análisis del discurso y representaciones en la pantalla de *Paka Paka* que nos permitan profundizar en el análisis de sus propuestas en comparación con otras de la oferta audiovisual. Por ejemplo, desde comparaciones de

géneros, estilos, retóricas, estéticas; construcción de roles femeninos y masculinos en los personajes; relaciones que se establecen con el mercado, con la historia; formas de abordar temas complejos o invisibilización de los conflictos y diferencias; tradiciones culturales que se abordan y otras que se dejan de lado, etc. También, dado el nuevo contexto político, sería interesante indagar en las continuidades y rupturas que puedan hallarse en las formas de entender a la infancia, la educación y la comunicación y en la programación propuesta comparando la gestión del canal durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner y durante la presidencia de Mauricio Macri en la actualidad.

No es posible concluir este análisis sin mencionar que el escenario actual dista mucho de aquel que nos llevó a analizar *Paka Paka*. Tras el triunfo electoral de la Alianza Cambiemos en el ballottage celebrado el 22 de noviembre de 2015, rápidamente el Poder Ejecutivo tomó una serie de medidas, vía decretos de necesidad y urgencia, que afectan el piso de derechos obtenidos para una comunicación democrática, pasando por alto que la Constitución Nacional- en su Art. 75 inciso 19- establece que es facultad del Congreso Nacional legislar en materia audiovisual. En primer lugar, el Decreto 267/2015 creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) desarticulando el andamiaje institucional de composición federal que tenían los organismos reguladores en la Ley 26.522, otorgando mayor poder al Ejecutivo Nacional y terminando con la representación de las provincias y universidades. Por otra parte, se liberó a los proveedores de TV por cable de las obligaciones que establecía la LSCA y se eliminaron los límites a la concentración afectando la producción de contenidos propios y federales¹⁰⁹. Esto podría generar que aquellos operadores de cables que decidieran no emitir más *Paka Paka* o Encuentro puedan hacerlo sin que las audiencias tengan posibilidad de reclamar.¹¹⁰

Además, tras un periodo de incertidumbre sobre la continuidad de los canales públicos educativos (Encuentro, *Paka Paka*, DeporTV) se llevaron a cabo cambios en la imagen institucional y en la programación que rápidamente tuvieron la respuesta de su audiencia a través de redes sociales. A principios de 2016, el titular del sistema de Medios Públicos de la Nación, Hernán Lombardi, nombró como directora de *Paka Paka* a Karina

¹⁰⁹ Damián Loreti, Diego de Charras y Luis Lozano realizan un análisis sobre el impacto de esta medida en Página/12. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-289841-2016-01-08.html>

¹¹⁰ En la entrevista a la Lic. Cynthia Ottaviano que figura en el Anexo se pueden ampliar los alcances del decreto y la afectación que produce al derecho a la comunicación.

Wroblewski, Licenciada en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires con posgrado en Gestión Cultural de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), productora y curadora de espacios culturales con amplia trayectoria en documentales.

Recientemente, el Decreto 1122/16¹¹¹ del Poder Ejecutivo estableció la creación de “Contenidos Públicos Sociedad del Estado” y sacó de la órbita de Educ.ar (dependiente del Ministerio de Educación de la Nación) a los canales educativos que habían sido creados bajo los imperativos de la Ley Nacional de Educación, sin mencionar dicha ley en su decreto y poniéndolos en relación directa con la Jefatura de Gabinete de Ministros. Por efecto de este decreto también quedarán bajo esta nueva órbita el Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentinos (BACUA) y el Árbol de Contenidos Universales Argentinos (ACUA).

Por tales motivos, y aunque el recorte temporal se circunscribe al periodo 2005/2015, la tesina sufrió modificaciones para poder dar cuenta del nuevo panorama. El objeto de estudio por momentos se vuelve inasible, cambia constantemente al ritmo de los avatares políticos que, en un instante, nos mueven de escenario, nos derriban las certezas, nos cambian las preguntas. Por otra parte, reafirma algunas convicciones: la de la lucha popular por una comunicación democrática que seguirá siendo “la madre de todas las batallas” tal como se caracterizó a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual cuando se debatía su sanción. También cobra sentido la delimitación temporal que le dimos al objeto de estudio: analizar *Paka Paka* hasta 2015 nos permitió hablar de una política pública que surgió, se desarrolló y alcanzó una estabilidad y madurez que puede traducirse en el reconocimiento de su público, la apropiación que de sus personajes realizaron chicos y chicas, los reconocimientos nacionales e internacionales, el trabajo coordinado con otras señales de Latinoamérica y del mundo, la continua reflexión sobre la práctica expresada en encuentros y debates públicos. En suma, la plena realización de una política pública en consonancia con una forma de entender a las infancias y a la comunicación: los chicos y chicas como sujetos con voz propia y la comunicación como derecho humano fundamental.

En ese sentido, la nueva realidad nos interpela debido a que se abren nuevos interrogantes y desafíos. Nos encontramos, nuevamente, ante una vieja encrucijada: Corporaciones o Democracia.

¹¹¹ Sobre este Decreto se puede consultar la nota de Martín Becerra, disponible en: <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/12/05/macri-decreta-cambios-en-encuentro-y-paka-paka/>

BIBLIOGRAFÍA

AFSCA, DEFENSORÍA DEL PÚBLICO, UNICEF (2014). “Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia” Buenos Aires.

Disponible en: https://www.unicef.org/argentina/spanish/ComDemocratica_web.pdf

AGUSTI, María Sol y MASTRINI, Guillermo (2009): “Radio, economía y Política entre 1920 y 1945: de los pioneros a las cadenas” en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007*/ coordinado por: Guillermo Mastrini.-2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía.

AMADOR, Juan Carlos (2012): “Infancias, comunicación y educación. Análisis de sus mutaciones”. Tesis doctoral. Universidad Distrital José de Caldas. Bogotá. Selección.

AMIN, SAMIR (1997): *El capitalismo en la era de la globalización*, Paidós, Barcelona, 1999.

ARBURÚA, Natacha (2013): “Una animada historia nacional: análisis del discurso historiográfico en el dibujo animado “La asombrosa excursión de Zamba”. Tesina de grado para la Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de La Matanza.

ARFUCH, Leonor (2006): “Las subjetividades en la era de la imagen: de la responsabilidad de la mirada”. En *Educación la mirada. Políticas y pedagogías de la imagen*. Dussel, Inés y Gutierrez, Daniela (comps.) Buenos Aires: Manantial-Flacso-OSDE.

ARIÉS, Philippe (1987): *El niño y la vida familiar en el Antiguo Régimen*. Madrid: Taurus.

ARRIBÁ, Sergio (2009): “El peronismo y la política de radiodifusión (1946-1955)” en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Guillermo Mastrini (ed.), 2a edición, Buenos Aires: La Crujía.

BACHER, Silvia (2011): *Tatuados por los medios: dilemas de la educación en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.

BAUER, Tristán (2013): “Televisión Pública para América Latina” en *Pensar la televisión pública: ¿Qué modelos para América Latina?*/ Rosa María Alfaro...[et.al.]; compilado por Ana Isabel Guerín; Adrián Miranda; Roberto Olivieri; Gabriel Santagata. Buenos Aires: La Crujía.

BAYARDO, Rubens (2004): “La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento público de la cultura”. Turismo y patrimonio. Nro. 4. Pp. 57-68, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Lima: Universidad de San Martín de Porres.

BECERRA, Martín (2013): “La televisión pública en América Latina: condicionantes y desafíos” en *Pensar la televisión pública: ¿Qué modelos para América Latina?*/ Rosa María Alfaro...[et.al.]; compilado por Ana Isabel Guerín; Adrián Miranda; Roberto Olivieri; Gabriel Santagata. Buenos Aires: La Crujía.

BERNAL, Mariana (2009): “Genero, etnia y clase en el cine infantil argentino. Un análisis de las representaciones de la niñez en las películas de los 90” en *La cuestión de la infancia: entre la escuela, la calle y el shopping*/ compilado por Sandra Carli. Buenos Aires: Paidós.

BIZBERGE, Ana; KRAKOWIAK, Fernando; LABATE, Cecilia; MORONE, Rodolfo (2013): “Políticas de TDT: del predominio del mercado al desafío por un sistema democrático de televisión” en *Las Políticas de Comunicación en el siglo XXI: nuevos y viejos desafíos*. Mariela Baladrón... [et. al.]; edición literaria a cargo de Guillermo Mastrini; Ana Bizberge; Diego de Charras. Buenos Aires: La Crujía.

BRÉE, Joel (1995): *Los niños, el consumo y el marketing*. Buenos Aires: Paidós

BRENCA de Russovich, R. y LACROIX, M.. Radio y poder en la Argentina, 1920-1953; en Cuadernos de periodismo N° 1, Facultad de Ciencias Sociales, UNLZ.

BUENFIL BURGOS, Rosa Nidia (2011): “Espacios educativos y territorios globales”. En *Discursos educativos, identidades y formación profesional. Producciones desde el análisis político del discurso*. Buenfil Burgos, Rosa Nidia y Navarrete, Cazales (coord.) México: Programa de Análisis Político del Discurso y Educación-Casa Juan Pablos.

BULLA, Gustavo (2009): “Televisión Argentina en los 60: La consolidación de un negocio de largo alcance” en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007*/ coordinado por: Guillermo Mastrini.-2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía.

CARLI, Sandra (2009): “Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001)”. En *La cuestión de la infancia: entre la escuela, la calle y el shopping*/ compilado por Sandra Carli. Buenos Aires: Paidós.

CARMONA, Beth (2015): “Calidad en la producción infantil”. Curso “Producción Audiovisual Infantil de Calidad; de la inspiración a la realización”. LatinLab, Segunda Cohorte 2015, mimeo.

CHARTIER, Roger (1989): “El mundo como representación” en *El mundo como representación*. Barcelona: Gedisa.

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2014): “Panorama social de América Latina”.

Disponible en: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37626/6/S1420729_es.pdf

CONACAI (2013): Criterios para una televisión de Calidad para la Infancia – Disponible en: http://www.consejoinfancia.gob.ar/wp-content/uploads/2013/10/DES_conacai_28x35_CURVAS.pdf

COREA, Cristina y LEWKOWICS, Ignacio (1999): *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*, Buenos Aires: Lumen/Humanitas. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/212477684/COREA-LEWKOWICZ-Se-acabo-la-infancia-pdf>

CORTE INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS (1985), Opinión Consultiva 5/85, “La colegiación obligatoria de periodistas” (arts. 13 y 19 de la Convención Americana de Derechos Humanos)”, 13 de noviembre.

CTA. Instituto de Estudios y Formación (2002): “Argentina: comunidad en riesgo. Infancia, adolescencia y juventud en mayo de 2002”, Claudio Lozano, Buenos Aires. Disponible en: <http://www.bibliotecacta.org.ar/bases/pdf/IDE00389.pdf>

CUBELES, Xavier (2000): “Políticas Culturales y el proceso de mundialización de las industrias culturales”. Ponencia presentada en el Seminario “Nuevos retos y estrategias de las Políticas Culturales frente a la Globalización”, Valencia.

CURIA, Melina (2009): “Pequeños consumidores: algunas reflexiones sobre la oferta cultural y la construcción de identidades infantiles” en *La cuestión de la Infancia: entre la escuela, la calle y el shopping*. Sandra Carli (comp.) Buenos Aires: Paidós.

DE CERTEAU, Michel (1996): *La invención de lo cotidiano*. 1. Artes del hacer, México: Universidad Iberoamericana.

DE CHARRAS, Diego (2006): *Redes, burbujas y promesas. Algunas reflexiones críticas acerca del proyecto Sociedad de la Información y la nueva economía*. Buenos Aires: Prometeo.

DE CHARRAS, Diego (2011): “Pluralismo y diversidad, dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales”. En *Ley 22.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. Mariana Baranchuk; Javier Rodríguez Usé; Gabriel Mariotto; dirigido por Jorge Lafforgue. Lomas de Zamora: Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Lomas de Zamora.

DE CHARRAS, Diego; LOZANO, Luis; ROSSI, Diego (2013): “Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación”. En *Las Políticas de Comunicación en el Siglo XXI: nuevos y viejos desafíos*. Mariela Baladrón...[et.al.]. Edición literaria a cargo de Guillermo Mastrini; Ana Bizberge; Diego de Charras. Buenos Aires: La Crujía.

DE CHARRAS, Diego (2016): Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina / Diego De Charras ... [et al.] ; compilado por Diego De Charras. - 1a edición especial. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Libro digital, PDF. Disponible en: <http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2015/12/Informe-calidad-tv-p%C3%BAblica.pdf>

DOS SANTOS, Theotonio (2002): “La Teoría de la Dependencia: Balances y Perspectivas”. Madrid. Disponible en: http://theomai.unq.edu.ar/Conflictos_sociales/Theotonio_Dos_Santos_Teor%C3%ADa_de_la_Dependencia.pdf

DOTRO, Valeria (2000): “Infancia y televisión”, en Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación, año VIII, Nro 16, julio de 2000.

DUEK, Carolina (2006): “Infancia, juego y pantallas. Hacia una definición de los juegos posibles”. Tesis de la Maestría en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

DUEK, Carolina (2011): “Infancias globales, infancias locales: la televisión y las representaciones de los más chicos” en *Infancias de Latinoamérica: un cuadro de situación*. Buenos Aires: Fundación Walter Benjamin, Fundación Arcor.

DUEK, Carolina (2012): *El juego y los medios: autitos, muñecas, televisión y consolas*. Buenos Aires: Prometeo.

EBENHARDT, María Laura (2009): “Enfoques políticos sobre la niñez en la Argentina en los años ochenta y noventa” en *La Cuestión de la Infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*, Sandra Carli (comp.) Buenos Aires: Paidós.

ENTEL, Alicia (2014): "Breve filosofía de la infancia" en Entel Alicia Mabel, *Infancias de Latinoamérica, cultura y derechos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Fundación Walter Benjamin-Fundación Arcor.

EXENI, José Luis (1988): "Las PNC: latinoamericano atrevimiento". En *Políticas de Comunicación. Andares y señales para no renunciar a la utopía*. Plural Editores, La Paz.

FIORITO, Verónica (2014): "La necesidad de un canal público infantil" en *La televisión en la década kirchnerista: democracia audiovisual y batalla cultural/* Alejandra Pía Nicolosi [et. al.]; compilado por Alejandra Pía Nicolosi. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

FISS, Owen (1999). *La ironía de la libertad de expresión*. México: Gedisa.

FORD, ANÍBAL (2000) "Procesados por otros. Diferencias infocomunicacionales y sociocultura contemporánea" en *Comunicación-Educación: coordinadas, abordajes y travesías*. Carlos Eduardo Valderrama H...[et.al.]. Santa Fe de Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Fundación Universidad Central, Departamento de Investigaciones, DIUC.

FUENZALIDA, Valerio (2008): "Cambios en la relación de los niños con la televisión". Revista Comunicar Nro. 30, vol. XV, Edición "Audiencias y pantallas en América", Andalucía.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995): "El consumo sirve para pensar" en *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

GARCIA CANCLINI, Néstor (1999): "El consumo cultural: una propuesta teórica". En *El consumo cultural en América Latina*. Sunkel, Guillermo (coord.) Bogotá.

GARCÍA MATILLA, Agustín (2003): *Una televisión para la educación: La utopía posible*. Barcelona: Gedisa.

GARNHAM, NICHOLAS (1983): "La cultura como mercancía". En Richeri, Giuseppe (de.) *La televisión entre servicio público y negocio*. Barcelona, Gustavo Gili.

GIROUX, Henry (2001): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid.

GIROUX, Henry (2003): "La pedagogía de los límites en la era del posmodernismo" en *Pedagogía y Política de la esperanza. Teoría, cultura y enseñanza*. Buenos Aires: Amorrortu.

GOWAN, Peter (1999): *La apuesta de la globalización. La geoeconomía y la geopolítica del imperialismo euro-estadounidense*. Madrid: Ediciones Akal.

GRAZIANO, Margarita (1988): "Política o ley: debate sobre el debate". En revista Espacios, Facultad de Filosofía y Letras U.B.A.

HALL, Stuart (2003): "Introducción. ¿Quién necesita identidad?". En *Cuestiones de identidad cultural*. Hall, Stuart y du Gay, Paul (comps.) Buenos Aires: Amorrortu.

IDEP-CTA (2002): "La democracia y el FMI: entre la mentira y el crimen", Claudio Lozano y Martín Hourest. Buenos Aires.

Disponible en: <http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=420>

INDEC (2012). "Censo nacional de población, hogares y viviendas 2010: censo del Bicentenario : resultados definitivos", Serie B n° 2. Buenos Aires: Instituto Nacional de Estadística y Censos. INDEC, v. 1, 378 p. Disponible en: http://www.indec.mecon.ar/ftp/cuadros/poblacion/censo2010_tomo1.pdf

JAURETCHE, Arturo (1992): *La colonización pedagógica y otros ensayos*. Antología. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

JENKINS, Henry (2008): *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós. Disponible en: <https://stbngtrrz.files.wordpress.com/2012/10/jenkins-henry-convergence-culture.pdf>

KRAKOWIAK, Fernando (2003): "Concentración y transnacionalización en las industrias culturales. Surgimiento y transformación de los conglomerados transnacionales de medios". Tesina de grado. Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

LACLAU, Ernesto y MOUFFE, Chantal (2010): *Hegemonía y estrategia socialista: hacia una radicalización de la democracia*. 3ra Ed., Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

LEY 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (2014) con Prólogo de Cynthia Ottaviano y Mario E. Lozano. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: EUDEBA.

LINARES, Alejandro Félix (Diciembre, 2013): Servicio Público de Radiodifusión: Reflexión latinoamericana de un concepto dinámico. AVATARES de la comunicación y la cultura, N° 6. ISSN 1853-5925. Disponible en: <file:///C:/Users/Note/Downloads/2772-21420-1-PB.pdf>

LINARES, Alejandro (2014): Servicio Público de Radiodifusión en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Argentina-LSCA-(2009-2014). Revista Estado y Políticas Públicas N° 3. ISSN 2310-550X pp 156-170. Disponible en: http://politicaspublicas.flacso.org.ar/files/revistas/1414737634_articulo-3.pdf

LORETI, Damián (2009): "Prólogo a la Segunda Edición" en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007* coordinado por: Guillermo Mastrini.-2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía.

LORETI, Damián y LOZANO, Luis (2014): *El derecho a comunicar: Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

MCBRIDE, Sean, [et. al] (1980): "Un solo mundo, voces múltiples". FCE-UNESCO. México.

MARTÍN BARBERO, Jesús (2002): "Tecnidades, Identidades y alteridades: des-ubicaciones y capacidades de la comunicación del nuevo siglo" en Revista Diálogos de la Comunicación N° 64, ITESO, Guadalajara, México.

MARTÍN BARBERO, Jesús (2005): "Claves de debate: televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención" en *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*, Omar Rincón (comp.) Buenos Aires: La Crujía.

MASCI, Carolina (2015): "Convergencia: nuevas pantallas, cultura digital e infancias". Curso Producción Audiovisual Infantil de Calidad: de la inspiración a la realización. LatinLab, Segunda cohorte 2015, mimeo.

MASTRINI, Guillermo (2009): “El antiperonismo como factor clave de los inicios de la televisión privada en Argentina” en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007*/ coordinado por: Guillermo Mastrini.-2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía.

MASTRINI, G.; DE CHARRAS, D.; BECERRA, M.; BARANCHUK, M.; ROSSI, D. (2009): “Introducción” en *Mucho ruido, pocas leyes: Economía y Políticas de Comunicación en la Argentina 1920-2007*/ coordinado por: Guillermo Mastrini.-2da edición ampliada-Buenos Aires: La Crujía.

MASTRINI, Guillermo (2013): “Medios Públicos y derecho a la comunicación”. En *Las Políticas de Comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*. Mastrini, G., Bizberge, A., de Charras, D. Buenos Aires: La Crujía.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN (2015): Manifiesto de los Canales Públicos Educativos “Encuentro” y “PakaPaka”. Encuentro “Otra Televisión es Posible”. Buenos Aires, 31 de agosto y 1 de septiembre de 2015 (ver Anexo)

MINZI, Viviana (2003): “Mercado para la infancia o una infancia para el mercado. Transformaciones mundiales e impacto local”, en *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada sobre las transformaciones recientes en Argentina*. Carli, Sandra (dir.). Buenos Aires, Stella/La Crujía.

MINZI, Viviana (2009): “Los chicos según la publicidad: Representaciones de infancia en el discurso del mercado de productos para niños” en *La cuestión de la Infancia: entre la escuela, la calle y el shopping*. Sandra Carli (comp.) Buenos Aires: Paidós.

MONTERO OTONDO, Teresa (2005): “Experiencia: TV Cultura, la diferencia que importa” en *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Omar Rincón (comp.) Buenos Aires: La Crujía.

MORDUCHOWICZ, Roxana (2010): *La TV que queremos: una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires: Paidós.

MOSCO, Vincent (2006): “La economía política de la comunicación: una actualización 10 años después”. En *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol 11, 2006, páginas 57-79. Traducción de María Trinidad García Leiva.

MURARO, Heriberto (2014): *Neoliberalismo y comunicación de masas*. 2da ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Eudeba.

MURDOCK, Graham Y GOLDING, Peter (1981): “Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase”, en *Sociedad y Comunicación de masas*. Curran, James (ed.). México: Fondo de Cultura Económica.

OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS (2014): “El sector de la televisión en Argentina y Ciudad de Buenos Aires”.

Disponible en: http://www.buenosaires.gov.ar/sites/gcaba/files/informes_oic_2014_-_tv_-_final.pdf

OBSERVATORIO DE LA SEGURIDAD SOCIAL (2011): “Asignación Universal por Hijo para la protección social: una política de inclusión para los más vulnerables”. Disponible en: <http://observatorio.anses.gov.ar/archivos/documentos/AUH%20para%20Protecci%C3%B3n%20Social.pdf>

OEA (2002), Relatoría para la Libertad de Expresión, Informe Anual.

OROZCO GÓMEZ, G.(1997): “Investigar para transformar: la educación de las tele-audiencias” en Revista Voces y Culturas. Barcelona.

ORTIZ, Renato (1998): “Modernidad, mundo e identidad” en *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*, Convenio Andrés Bello, Colombia.

OTTAVIANO, Cynthia (2014): “Cuando las audiencias toman la palabra”. Presentación en el XXI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Lima, Perú, Agosto 2014.

PASQUALI, Antonio (1991). “¿Qué es una radiodifusión de servicio público?” en *El Orden Reina*, Caracas: Monte Ávila, Ed.

REY BELTRÁN, Germán (2005): “Panorama: el escenario móvil de la televisión pública. Algunos elementos de contexto”. En *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Omar Rincón (comp.). Buenos Aires: La Crujía.

RICHERI, G. y LASAGNI, M.C. (2006): *Televisión y Calidad. El debate internacional*. Buenos Aires: La Crujía.

RINCÓN, Omar (2005): “Introducción. La televisión: lo más importante de lo menos importante” en *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Omar Rincón (comp.) Buenos Aires: La Crujía.

RINCÓN, Omar (2010): “¡A contar! Televisión digital y ciudadanía” en *Pensar los medios en la era digital, Iberoamérica ante el desafío de la convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.

RINCÓN, Omar et.al.(2001): “Televisión pública: para saber quiénes somos, cómo hemos venido siendo y qué queremos ser”. En *Televisión pública, del consumidor al ciudadano*. Omar Rincón, (comp.) Convenio Andrés Bello, Bogotá.

RONCAGLIOLO, Rafael (1983): “Comunicación y democracia en el debate internacional” en Revista Chasqui, N° 7, julio/diciembre.

SALVIOLO, Cielo (2013): “PakaPaka: la construcción de un nuevo relato sobre la infancia” en *Pensar la televisión pública: ¿Qué modelos para América Latina?!* Rosa María Alfaro...[et.al.]; compilado por Ana Isabel Guerin; Adrián Miranda; Roberto Olivieri; Gabriel Santagata. Buenos Aires: La Crujía.

SALVIOLO, Cielo (2015): “Pensar la infancia en clave de derechos”. Material de cátedra, Clase 1. Curso Virtual de Producción Audiovisual Infantil de calidad, LatinLab, segunda cohorte 2015, mimeo.

SERVAES, Jan (2000): “Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos” en *Temas y problemas de comunicación*, nro. 10, Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto, Córdoba, Argentina.

SIEMPRO (2006): Pobreza e indigencia. Anticipo 1er semestre de 2006. Disponible en: http://www.siempro.gov.ar/archivos/pobreza_e_indigencia_anticipo_1_semestre_2006.pdf

SILEONI, Alberto (2015): "Prólogo". En *La otra pantalla: educación, cultura y televisión*. Tamara Smerling. Argentina: Ediciones Educ.ar.

SMERLING, Tamara (2015): *La otra pantalla: educación, cultura y televisión*. Argentina: Ediciones Educ.ar.

TARCUS, Horacio (1992): "La crisis del estado populista", Realidad Económica, Bs.As.

UNESCO (1982): Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, México.

UNESCO (1996): Nuestra diversidad creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, Paris.

UNESCO (2005): Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, Paris.

UNICEF-CEPAL (2006). "Efectos de la crisis en Argentina. Las políticas del Estado y sus consecuencias para la infancia". Impreso en Argentina. Disponible en: https://www.unicef.org/argentina/spanish/Efectos_Crisis_en_Argentina_-_Documento_de_Difusion.pdf

URANGA, Washington (2007): "Desarrollo, ciudadanía y democracia: aportes desde la comunicación" en Participación y democracia en la sociedad de la información. Actas del III Congreso Panamericano de Comunicación.

VELEGGIA, Susana (2011): "La promoción de los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual" en *Ley 22.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. Mariana Baranchuk; Javier Rodríguez Usé; Gabriel Mariotto; dirigido por Jorge Lafforgue. Lomas de Zamora: Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Lomas de Zamora.

VERÓN, Eliseo (1987): "El sentido como producción discursiva", en *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

WILLIAMS, Raymond (2000): *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.

ZALLO, RAMÓN (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, San Sebastián: Gakoa.

ZALLO, Ramón (2011): *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

LEYES Y CONVENCIONES

Constitución de la Nación Argentina: Santa Fé-Paraná. Buenos Aires: Producciones Mawis, 2003. 80 p.:18 x 14 cm.

Declaración Universal de los Derechos Humanos
http://www.infoleg.gob.ar/?page_id=1003

Convención Americana sobre los Derechos Humanos (Pacto de San José).
https://www.oas.org/dil/esp/tratados/B32/Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm

Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos
<http://www.bcnbib.gob.ar/old/tratados/5pactointernacionaldederec.pdf>

Convención sobre los Derechos del Niño.
<http://www.unicef.org/argentina/spanish/7.-Convencionsobreloderechos.pdf>

Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

DECRETO LEY 22.285 de Radiodifusión
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/17694/texact.htm>

LEY 10.903 Patronato de Menores
http://23118.psi.uba.ar/academica/carrerasdegrado/psicologia/informacion_adicional/practicas_de_investigacion/775/legislacion/Ley%2010903_patronato.pdf

LEY 26.061 de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes
http://repositoriorecursos-download.educ.ar/repositorio/Download/file?file_id=c7559cfa-1fad-4957-a929-82cb272239b9&rec_id=118943

LEY N°26.206 Nacional de Educación, 2006
http://www.me.gov.ar/doc_pdf/ley_de_educ_nac.pdf

LEY 27.045, modificatoria de Ley Nacional de Educación N°26.206/06
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/240000-244999/240450/norma.htm>

Resolución 1015/2010, creación de la señal Paka Paka
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/170000-174999/170100/norma.htm>

Decreto 533/05, creación del Canal Encuentro
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/105000-109999/106542/norma.htm>

Decreto 267/2015 , modificación de la Ley N°26.522, Ley N° 27.078 y creación del Ente Nacional de Comunicaciones
<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/255000-259999/257461/norma.htm>

Decreto 1222/2016, creación de Contenidos Públicos Sociedad del Estado
<https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNorma/155245/20161205>

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

BBC
<http://www.bbc.co.uk/programmes/genres/childrens/activities/all>

CHANNEL 4
<http://www.channel4.com/>

TV UNAM
<http://tv.unam.mx/>

TV Escola
<http://tvescola.mec.gov.br/tve/home>

OBSERVATORIO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CINE PARA LA INFANCIA
<http://www.observatorioapci.com.ar/?sec=home>

PAKA PAKA
<http://www.pakapaka.gob.ar/>

LATINLAB
<https://latinlab.org/>

EDUC.AR
<http://www.educ.ar/>

CONECTATE
<http://www.conectate.gob.ar/>

CÁTEDRA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN DE CINE INFANTIL-FADU(UBA)
<http://produccioncineytvinfantil.blogspot.com.ar/>

CATÁLOGO DE CONTENIDOS DE CANAL ENCUESTRO
<http://catalogo.encuentro.gov.ar/areas/infancia/>

CONECTAR IGUALDAD
<http://www.conectarigualdad.gob.ar/seccion/sobre-programa/que-conectar-igualdad-53>

MIDIATIVA
<http://www.midiativa.tv/>

EL PERRO EN LA LUNA
<http://elperroenlaluna.com.ar>

21 PUNTOS POR UNA COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA
<https://cpr.org.ar/media/uploads/documents/21-puntos-definitivo.pdf>

Presentación de la señal Paka Paka. PALABRAS DE LA PRESIDENTA CRISTINA FERNANDEZ EN EL ACTO DE PRESENTACION DE LA SEÑAL PAKA PAKA
<http://www.casarosada.gob.ar/informacion/archivo/22630-blank-21868617>

Zamba y la revolución de los niños | Fernando Salem | TEDxRíodelaPlata
https://www.youtube.com/watch?v=Ft_IO42_IVg

Daniela Fariña (2014) Ley 26.522, Niñ@s y adolescentes en los medios audiovisuales.
<https://www.youtube.com/watch?v=wLvTekygVCQ>

ENTREVISTAS ONLINE

Entrevista a Facundo Agrelo en Radio Ahijuna

<https://radiocut.fm/audiocut/entrevista-a-facundo-agrelo-coordinador-general-de-contenidos-de-paka-paka/>

Entrevista a Cielo Salviolo, coordinadora de la señal "PAKA PAKA" del canal Encuentro

<http://www.observatorioapci.com.ar/?sec=post&id=151>

Entrevista a Cielo Salviolo en el Observatorio de la Televisión-Centro de Información

<http://newsletterotv.blogspot.com.ar/2011/06/pakapaka-para-todos.html>

Entrevista a Verónica Fiorito en la Agencia de Noticias Télam

<http://www.telam.com.ar/notas/201305/18493-gracias-a-pakapaka-los-nuevos-heroes-de-los-pibes-son-san-martin-y-belgrano.html>

Entrevista a Facundo Agrelo en el Observatorio APCI

<http://www.observatorioapci.com.ar/?sec=post&id=408>

Entrevista a Facundo Agrelo en la Agencia de Noticias Télam

<http://www.telam.com.ar/notas/201509/120202-pakapaka-aniversario-5-anos.html>

Entrevista a Marcelo Lirio en la Agencia de Noticias Télam

<http://www.telam.com.ar/notas/201404/59697-pakapaka-presente-con-zamba-en-el-encuentro-federal-de-la-palabra.html>

Entrevista a Cielo Salviolo en el Observatorio para la Televisión

<http://newsletterotv.blogspot.com.ar/2011/06/pakapaka-para-todos.html>

Entrevista a Valeria Dotro en Educ.ar

<http://www.educ.ar/sitios/educar/recursos/ver?id=115177&referente=>

Encuentros

II Encuentro de Televisoras Públicas Latinoamericanas. Hotel Panamericano/Facultad de Ciencias Sociales (UBA) 6 y 7 de junio de 2013, Buenos Aires.

Otra Televisión es Posible. Encuentro Latinoamericano de Televisoras Públicas organizado por Canal Encuentro y Pakapaka. Ministerio de Educación de la Nación, 31 de agosto y 1 de septiembre de 2015, Buenos Aires.

ANEXOS

Entrevista a Jérica Tritten

Directora del Polo Audiovisual de Educ.ar

Periodo: 2012 al 10 de diciembre de 2015

Fecha de la entrevista: 14 de octubre de 2015

Lugar: Educ.ar, predio Ex Esma.

¿En qué consiste actualmente tu tarea y cómo fuiste convocada a trabajar en el área?

Mi tarea actual es la de coordinar y trabajar en conjunto concretamente con áreas además transversales que abastezcan el funcionamiento de los tres canales que pertenecen al Ministerio de Educación que son Encuentro, Pakapaka y DeporTV.

Cuando nosotros nos mudamos a la Ex-Esma empezamos a concebir una idea de Polo porque teníamos el edificio y teníamos la estructura y empezábamos a tener el expertise también, en el mismo momento en que nos estábamos mudando estábamos trabajando, ayudando al Ministerio de Ciencia con la creación de un canal de ciencia, entonces teníamos como un trabajo muy fuerte en todo lo que se denomina el star-up de proyectos. Por primera vez teníamos un play out propio, que es un centro de emisión que es desde donde emitimos toda la programación iba hacia el satélite, teníamos por primera vez un lugar propio y pensamos en poner en marcha esta idea más (que nosotros odiamos la palabra, pero la quisimos recuperar) la “eficiencia”, tener un trabajo eficiente en función de y armar áreas eficientes en función de hacer funcionar tres canales de televisión que tienen una misma matriz, que son canales del Ministerio de Educación, canales públicos, que son herramientas para el sistema educativo en primera medida, pero que tienen públicos y que tienen objetivos muy diferentes. Entonces mi rol es en la articulación de este armado de señales que tiene nuestro Ministerio de Educación.

Al momento de emprender esta tarea ¿tenían algún diagnóstico de qué es lo que ven los argentinos y por qué la necesidad de canales públicos educativos en este caso?

Esa investigación no la hicimos cuando nace el polo, que el polo nace en 2011 cuando nosotros nos mudamos acá a la Ex Esma, esa investigación nace primeramente cuando nace canal Encuentro en el año 2005, Encuentro sale al aire en 2007 pero estuvimos dos años en construcción en 2005 cuando se crea el decreto y fueron dos años de investigación. Efectivamente en ese momento no existían demasiadas experiencias de televisión pública, por supuesto estaba canal 7 la televisión pública, pero lo que más preponderaba era el sector privado incluso con otras señales públicas abiertas, entonces tuvimos que construir también la idea de lo que significaba para nosotros la televisión pública que era diferente de la que se concebía hasta ese momento, que hicimos una investigación de todo el mundo, de lo que había en todo el mundo. Vos que venís de la carrera de Comunicación, bueno ahora es otra cosa pero los papers de estudio, los textos y demás ponían las leyes de radiodifusión o de servicios de comunicación audiovisual de otros países, el proyecto de televisión pública de la BBC y demás, nosotros estudiamos con ese paraguas también. Ahora tenemos los canales de televisión de Argentina para poner en perspectiva, poner en análisis, incluso para poner en debate, antes no existía

esta situación, fue toda una creación constante. Pero sí sabíamos que efectivamente en el momento de la creación de Canal Encuentro necesitábamos pensar un proyecto de televisión pública que no existía hasta ese momento y ese proyecto de televisión pública consistía también en interpretar de otra manera a los públicos.

Hasta ese momento el televidente era un consumidor, entonces entendíamos que la televisión, justamente por haber nacido en el seno del Ministerio de Educación es una herramienta pedagógica importantísima. No solamente la que es específicamente televisión educativa, la televisión en general como herramienta pedagógica es importantísima, como promotor de valores, como creador de universos, como un montón de cuestiones que las teníamos muy claras.

Efectivamente lo que hay que modificar es esa idea... primero nosotros dejar de pensar al televidente como hasta ese momento, un consumidor, para pensar en hacer televisión para un ciudadano que también consume, por otro lado, pero que es un ciudadano y que efectivamente existiera una noción de un canal público que estuviera vinculado a una institución, a una administración de las características que nosotros queríamos darle cuando siempre se decía que desde el Estado no se podía hacer nada... bueno, hoy este polo es ejemplo en el mundo, no solamente los reconocimientos a través de galardones y demás que existen constantemente y que es una vara para medir, sino que otros canales vienen a querer compartir nuestra experiencia, que llevemos a exportar esta experiencia del armado institucional.

Es muy importante cómo se ha armado el concepto del productor delegado, el chequeo técnico que ahora acabamos de certificar normas ISO para todo lo que es el paso previo a lo que sale en la pantalla, que es una de las cuestiones por las que nosotros decimos que somos canales de calidad. Un montón de cuestiones que hacen a la organización, por un lado, y otras cuestiones que hacen al pensamiento de los contenidos, por otro lado. Nosotros queríamos unirlos y nace primero Encuentro, después Pakapaka y luego DeporTV que es el canal más joven.

Vos hablabas de los modelos y que uno siempre cuando piensa en la Televisión Pública mira a la BBC como modelo ¿hay otros canales en los que se hayan inspirado o que les hayan servido como guía?

Estos canales efectivamente existían cuando nosotros nacimos, fueron muy generosos y colaboradores con nosotros y hoy son nuestros grandes socios en las coproducciones que hacemos también y hace un mes nos juntamos a hablar de televisión educativa, de televisión pública y son los canales con los que nos juntamos además. Estamos en comunicación constante. También esto es importante, no solamente que el nacimiento y el surgimiento de Encuentro, de Pakapaka, DeporTV, no fue solamente importante para Argentina sino que también fue importante para la región porque nosotros también tenemos este rol articulador. Así como lo tenemos internamente para nuestras señales, lo tenemos también para la región.

Pasando a Pakapaka: surge como la franja infantil de Canal Encuentro. En el caso de Pakapaka ¿hay modelos de televisión pública infantil que hayan servido como guía?

Hay muy pocos porque son muy pocos los proyectos de televisión pública infantil, porque la televisión infantil está totalmente colonizada por todo lo que es el espectro comercial, porque hacer televisión infantil es muy difícil, es un trabajo muy complejo, es muy caro,

tiene un montón de cuestiones que no son muy atractivas para los empresarios de la industria y no son atractivas incluso para quienes tiene presupuestos públicos para la infancia. Pero bueno, Argentina se puso como cabeza en materia de discusión a la infancia porque la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual no habla justamente de contenidos, pero en el único momento donde sí esboza una situación donde efectivamente los canales tienen que tener contenidos infantiles es justamente con la infancia, porque también nuestra LSCA por primera vez es una Ley de servicios de comunicación, entonces se entiende la comunicación como un servicio y además entiende a todos los beneficiarios de una ley de servicios de comunicación audiovisual como ciudadanos y como sujetos de derecho y a la infancia justamente como un lugar muy preponderante en esos diseños de políticas públicas de comunicación.

Cuando nace Encuentro, cuando nace la franja de Pakapaka, en Encuentro todavía estas discusiones sí estaban en ámbitos universitarios, pero todavía no estaban en el espectro de la opinión pública, pero sí estaban dándose en un montón de lugares y para nosotros eso fue muy importante porque nos hemos reunido con mucha de esta gente que luego colaboró en la redacción de la LSCA, en la SENAF, bueno con un montón de colaboradores que luego cumplieron roles importantes en el diseño de estas políticas. Pakapaka nace primeramente como una franja infantil de canal Encuentro, sabiendo nosotros que necesitábamos armar una señal de televisión infantil y lo teníamos como objetivo. Obviamente, los objetivos son paso a paso, pero si sabiendo que necesitaba Argentina y Latinoamérica una señal infantil justamente con esta perspectiva y por eso es la primera señal pública infantil de Argentina y de la región y el nacimiento de Pakapaka fue celebrado no solamente por Argentina sino también por la región en donde muchas de las personas con las que nos juntábamos en muchos de los foros y demás hablando de los conceptos de la infancia tuvo mucha repercusión el nacimiento de esta señal, después vinieron otras, después hay otras franjas, Señal Colombia trabaja muy fuertemente todo lo que tiene que ver con los contenidos infantiles, incluso con nosotros. Nuevos canales que nacieron como los de Ecuador trabajan muy fuertemente los temas de la infancia, con Brasil trabajamos mucho. Pero bueno, justamente, Pakapaka vino a ser un lugar de articulación de todo esto que veníamos hablando y de lo que veníamos pensando como producción audiovisual para los chicos y las chicas.

Y en cuanto a los contenidos de calidad. ¿Qué significa para ustedes producir contenidos de calidad para chicos y chicas? ¿Qué criterios son los que guían esas producciones?

Primero que son amplios, pero nosotros tenemos una línea que es muy importante que atraviesa a todo el Ministerio de Educación y nos atraviesa a nosotros que es que cuando nosotros hablamos de calidad necesitamos hablar de inclusión porque no podemos hablar de calidad cuando dentro de cualquier política pública hay gente que se queda afuera de esa política pública. Entonces esa es nuestra primera vara para medir lo que para nosotros significa calidad: que entre la mayor cantidad de beneficiarios posibles. Entonces para nosotros la inclusión significa cuando nosotros estamos hablando de algo tan simbólico como la construcción audiovisual o cultural es que la mayor cantidad de chicos se sientan representados en eso que están viendo. Entonces por eso no concebimos una sola infancia sino que concebimos muchas infancias. No hay una forma única de ser niño, hay muchas formas de ser niño, hay diferentes formas de vivir la infancia: no es la misma

infancia la del norte la del sur, la de Cuyo, no es la misma infancia la de un niño urbano que la de un niño rural, no es la misma infancia la de un niño con una familia ensamblada que la de un niño con una familia, por llamarlo de alguna manera, a la vieja usanza, “tradicional”. Ahora la representación de que todos sientan que están representados para nosotros sí es la primera vara para medir una televisión de calidad. Entonces diseñamos la programación en donde haya programas para todos, por decirlo con una palabra, “nichos” y donde todos se sientan representados.

Advertimos que Pakapaka es mucho más que un canal de televisión, es un proyecto educativo y también me interesa cómo interviene en el espacio público a través de los festivales que se organizan en diferentes puntos del país. ¿Qué me podés contar de esa decisión de llevar a Pakapaka más allá de la pantalla?

Nace como una decisión política en el momento en que Pakapaka nace como señal y le es impedida a esta señal estar en la grilla de televisión. Nosotros estuvimos cuatro años trabajando por la inclusión de Pakapaka en la grilla de televisión tal como lo establece nuestra LSCA, entonces hubo una decisión política que fue que de todas maneras Pakapaka tiene que existir y trabajamos todo el espacio público mediante Tecnópolis, a través de festivales, de ferias, de diferentes lugares preexistentes como son otros festivales de teatro, se me ocurre el de Necochea, ahora con el Centro Cultural Kirchner y los nuevos, pero fue una política efectivamente de existencia de la señal, de que se pudiera llegar a la mayor cantidad de público infantil posible.

Esto fue muy beneficioso para Pakapaka porque ya cuando el canal efectivamente nació y la ley nos da la razón y Pakapaka entra efectivamente en la grilla, sobretudo en la grilla de Cablevisión que es donde tiene el 80% de los hogares argentinos, había muchos personajes que ya eran conocidos por los chicos mediante los festivales y mediante las colecciones porque estas colecciones fueron a las escuelas, se trabajaron en las aulas, y ya tuvimos la suerte que ese trabajo que fue de hacer conocer a la señal, efectivamente cuando Pakapaka está 100 por ciento en los televisores y en los hogares argentinos los protagonistas eran conocidos y eran queridos como en el caso de Zamba que los chicos lo quieren, aprecian su calidad, aprenden la historia, aprenden procesos históricos, se meten en los procesos históricos porque no es que aprenden una efeméride sino que entienden de procesos históricos que son complejos, es una primera aproximación a esos procesos a través de un personaje que entra en el corazón de los chicos, además es el primer protagonista de un dibujo animado argentino que es un chico del norte, que es más parecido en general a los chicos argentinos que otros, que habla de las mismas cosas, que tiene los mismos intereses, que va a la escuela y se aburre como cualquier chico, que se divierte haciendo travesuras y que en esas travesuras puede viajar y conocer los procesos históricos. Pero bueno, fue una decisión que tuvo que ver efectivamente primero con dar a conocer a Pakapaka y como surge con cualquier negación y que eso debería aprenderse en cualquier proceso de la historia, cualquier negación tiene como contrapartida mayor profundización de lo que uno quiere negar. Pakapaka quiso ser negado y trajo consigo esta negación una resistencia mucho más fuerte y de hecho ahora el dibujito animado por excelencia es el dibujito animado de Pakapaka que es Zamba. Vino desde ese lugar y de todas maneras lo seguimos haciendo en el concepto 360 de un canal infantil que se nutre de su acercamiento con su público, a los chicos les encanta ir a los festivales y van y conocen a sus personajes de manera gratuita, además una opción gratuita para todos los

que quieren participar de estos espectáculos y para nosotros es una línea más de trabajo como es una línea de trabajo la pantalla de televisión.

Y por último, el tema de la articulación con las escuelas, no solamente con el contenido que pueden ver en pantalla sino que otras líneas, cómo trabajan con las escuelas.

Bueno, es nuestro público prioritario las escuelas porque somos las herramientas pedagógicas de las escuelas a las que nos debemos primero como existencia. Tenemos mucho contacto a través del Ministerio de Educación, nosotros somos una herramienta del Ministerio de Educación y formamos parte del Ministerio de Educación y nuestro contacto con las escuelas es a través de todas las líneas de trabajo del Ministerio de Educación, tal es así que nos llegan reclamos, trabajos, cosas que nos faltan, contenidos que nos faltan, contenidos con los que más aprenden, contenidos con los que necesitamos profundizar ciertas áreas. Esa información, esos insumos de información a nosotros nos los da directamente la escuela mediante el Ministerio de Educación que es el interlocutor de todo lo que hacemos.

¿Cuáles son las perspectivas para el canal a mediano plazo?

La idea es trabajar mucho con las coproducciones de América Latina, trabajar muchísimo con nuestros aliados naturales que son las señales de televisión pública educativa de América latina donde tenemos un mismo concepto, trabajamos las mismas cuestiones, cada uno con sus particularidades y donde vivimos las mismas situaciones de agobio, por ejemplo. Así como el Grupo Clarín estuvo en contra primero del nacimiento de Encuentro, luego de Pakapaka, con DeporTV fue un inicio dificultoso, bueno otros países viven exactamente lo mismo. Brasil lo vive con O Globo, lo estamos viendo ahora, México lo vive con Televisa, son gigantes que también esta concepción del televidente ciudadano no le interesa y por eso también homogeneiza a un público, "esto es lo que quiere la gente" y no tienen la mirada de que un país está compuesto por muchísimas expresiones y esas expresiones tienen que estar representadas si o si en la pantalla que se dice pública y una pantalla aunque esté gestionada por medios privados es pública (énfasis) entonces tiene que tener esta lógica de poder expresar a una mayoría de un conjunto, y esa mayoría está compuesta por minorías. Entonces esas expresiones tienen que estar visibles. Y los canales públicos lo estamos discutiendo muy fuertemente y lo trabajamos y la perspectiva muy concreta es que estamos trabajando muchísimas co-producciones con nuestros países hermanos y con nuestros canales hermanos para mostrar también que no estamos solos en Argentina sino que somos una región que vive las mismas cosas.

¿Tienen o les interesan las investigaciones acerca de las audiencias? De cómo va el canal más allá de las cuestionadas mediciones del rating.

Si, de hecho tenemos las mediciones de IBOPE, pero tenemos últimamente los números de SIFEMA que es el sistema de medición público y donde hay un trabajo más pormenorizado donde obviamente no es rating sino que son audiencias, las audiencias tienen otro tipo de trabajo, hay que hacer un trabajo mucho más cualitativo que cuantitativo y estamos trabajando hace muy poco, porque esto se puso en vigencia hace muy poco, estamos analizando esos datos que son súper interesantes que a nosotros nos permiten también saber cómo está llegando y de qué manera y a quién llega a nuestras señales.

Bueno y el canal tuvo premiaciones nacionales, internacionales, o sea que también ése es un parámetro...

Si, Pakapaka y Encuentro tienen premiaciones en el ámbito de los más prestigioso y premiaciones en el ámbito de lo más masivo, porque Zamba fue galardonado con el Japan Prix que es un muy prestigioso premio, pero también fue finalista en una terna con los Emmy que son los Oscars de la televisión en el mundo y ahí habla un poco del concepto que nosotros hablábamos de calidad que pueda representar una amplia gama de lo que nosotros concebimos como calidad que se sientan todos representados, desde el trabajo artístico, desde el trabajo técnico, pero también desde lo que queremos decir. Lo de los premios Emmy lo que más nos enorgulleció es que en ese lugar donde está la industria internacional no fue cualquier Zamba, fue el que habla de la dictadura y eso habla que tenemos efectivamente herramientas muy poderosas para hablar sobre temas muy difíciles, muy duros, pero que también son necesarios y lo tenemos que hacer, además, por nuestra ley de educación. Bueno, eso para nosotros es muy importante.

Entrevista a Alicia Ramos¹¹²

**Directora de Investigación y Producción del AFSCA
Periodo: 3 de octubre de 2013 al 31 de diciembre de 2015.**

Fecha de la entrevista: 10 de noviembre de 2014

Lugar: AFSCA, Viamonte 752 4° 8

Para empezar me gustaría que nos cuenten un poco acerca de tu tarea

Yo soy Alicia Ramos, soy Directora de Investigación y Producción del AFSCA y una de las áreas que está comprendida en esta dirección es lo que tiene que ver con la coordinación del Consejo Asesor Audiovisual para la infancia que es el CONACAI, entre otras cuestiones. También acá en la Dirección hay un espacio muy valioso que es el Observatorio de la Discriminación en Radio y TV y hay dos compañeras específicamente trabajando para la dirección mirando el tratamiento informativo que tiene que ver con niños y adolescentes, cómo son representados o tratados o maltratados los chicos y los adolescentes en la tele, eso todo vinculado con niñez y adolescencia.

En relación al contexto en el que se inserta el Consejo ¿cómo analizarías el momento anterior a la LSCA en esta área de la comunicación y la infancia?

Lo que yo pienso es que, en realidad, lo que muestra esta ley a diferencia del antes y el después de esta ley es que esta ley refleja e incluye la ley 26.061 de protección integral de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, esto implica un cambio de paradigma absoluto. Hasta antes de la ley 26.061, esta ley lo que viene a marcar es una clarísima diferencia con la anterior que era la Ley de Patronato o la Ley Agote y tuvo vigencia hasta el año 2005 que se sanciona la Ley integral de los derechos de los chicos. Cambio de paradigma fundamental entre la ley anterior y ésta es que los chicos antes eran tomados como objetos y los chicos actualmente son tomados como sujetos plenos de derecho. En la antigua ley a los chicos de los consideraba “menores”, el término “menor” era el que primaba, nosotros hacemos mucho eje en el cambio de nombre porque creemos que cómo se nombra también construye sentido. Antes el menor, y sigue siendo un poco así, porque en las leyes no figura “niños o jóvenes en conflicto con la ley”, para la ley siguen siendo los “menores”, pero el menor de antes eran todos los chicos que estaban excluidos del sistema, hasta del educativo. Eran niños los que podían ir a la escuela, con una familia y los demás eran los menores para los chicos que estaban en institutos y el enfoque era el enfoque de protección tutelar. Por eso, lo que viene a cambiar el paradigma de la 26.061

¹¹² Al inicio del encuentro, Alicia contaba que hay un convenio entre AFSCA, UNICEF y Defensoría del Público y estaban trabajando desde 2013. Alicia planteaba la vinculación de la niñez y la adolescencia en relación a la LSCA, la Defensoría hace más eje en el tratamiento informativo y UNICEF hace eje en qué consumen los chicos y las chicas. Y Cielo Salviolo a la tarde hace un taller de porqué producir para chicos y chicas que está vinculado, por una parte a desmitificar un poco que si no hay dinero no se puede hacer, que no es tan caro hacer productos de calidad para chicos y chicas para que realmente sean incluidos, pero muestra cómo era representada la infancia en otra época histórica y eran grandes, como adultos, pero de menos tamaño.

es ese enfoque, ahora es un enfoque de niño, niña, joven como sujeto pleno de derecho, todo tiende en principio a reforzar el vínculo con la familia, el Estado interviene cuando se agotan las cuestiones que tienen que ver con el vínculo primario, eso en general. A raíz de este cambio de paradigma y como sujetos plenos de derechos que son los chicos y las chicas, hay derechos básicos fundamentales como es el derecho a la voz propia y el derecho a ser escuchados y esto se incluye claramente en la LSCA.

Entonces ¿Qué hace el consejo asesor? Es un Consejo que está creado a partir de un artículo de la ley (art 17). El objetivo principal que tiene este consejo es asesorar al organismo en materia de comunicación audiovisual para los chicos, asesorar en cuanto a la calidad de la programación, cuestiones que tengan que ver con el cumplimiento de derechos y en ese sentido ha hecho producciones importantes como por ejemplo criterios de calidad. ¿Qué quiere decir que un programa destinado a niños y adolescentes sea un programa de calidad? Se desarrollaron 14 criterios, también desarrollaron una guía para periodistas para informar con responsabilidad acerca de niñez y adolescencia y lo reciente es que se grabaron spots radiales con las voces de los chicos como los chicos protagonistas que dicen “por qué queremos que los medios nos cuiden” y ahí van diciendo con sus distintas voces, lo que se hizo fue grabar chicos de distintas zonas del país para mostrar también esto de la diversidad y la pluralidad que son ejes centrales en la LSCA. Entonces se grabaron chicos de diferentes provincias y dicen algunos de los criterios de calidad porque están todos enfocados a una cuestión de derechos humanos básicos. Por un lado por qué el buen tratamiento cuando se informa acerca de niñez y adolescencia y por otro lado también pelear para que los chicos tengan un lugar protagónico porque se saben como sujetos plenos de derecho que tienen todo el derecho a tener voz propia y aparte está súper demostrado que las cuestiones que les conciernen y que ellos pueden opinar no hay nadie mejor que un chico para opinar sobre eso. Seguimos sosteniendo la mirada adultocéntrica de lo que les pasa a los chicos sin hacerlos partícipes de cosas que son fundamentales y que nadie mejor que ellos los pueden explicar. Ahora hay un caso del nene Casey de 11 años que miró todo lo que explicó y todo lo que generó. Así como Casey opinó de política queremos muchos más Casey que puedan opinar de lo que se les ocurra, de deportes, de un montón de cuestiones. Aparte me parece bárbaro lo que opinó Casey porque hizo claro uso de su derecho a voz propia y a opinar. Y ahí empezaron a darle los que no querían.

Es muy elocuente que lo hayan mandado a mirar Disney o a jugar a la play como diciendo “bueno, nosotros como adultos definimos lo que un niño debería hacer o pensar”...

Exacto, que opine lo que quiera opinar. Aparte como decía la mamá en otra nota, juega a la pelota, juega a la play y además opina...

Bueno, ahí me definiste un poco qué concepción de la infancia manejan ustedes en el Consejo, en el AFSCA y reflejado en la ley de medios.

Si, la ley que te decía, la 26.061, está incluida íntegramente en un artículo de la ley, que es el artículo 71, que tiene vinculación con otras legislaciones, también tiene vinculación con la ley de protección integral contra la violencia hacia las mujeres y otras más y una de las centrales es la 26.061. Que lo importante de esta ley es que marca un claro cambio de paradigma del niño como “menor” al niño como “sujeto pleno de derecho”. Ahora se

cumplen 25 años, en el año 1989 se juntaron varios países y crearon la Convención Internacional de los Derechos del Niño y en nuestro país toma rango constitucional en la reforma de la Constitución del año 1994.. Pero así y todo se tuvo que esperar hasta el año 2005 para sacar una ley que realmente los representara como sujetos de derecho y donde hay artículos fundamentales como el derecho a opinar y a ser escuchados. Entonces la LSCA al incluir íntegramente esa ley hace eco de eso y por supuesto del cambio de paradigma.

Entonces según lo que me contás desde los años 90 con la sanción de leyes tampoco se acompañó esta idea de protección integral del niño, recién en el 2005...

Recién en el 2005 se sanciona la ley, yo por ejemplo lo que veía en la tele cuando yo era chica eran series extranjeras, dibujitos animados, sigue estando El Zorro y todo eso y había pocos espacios o no había espacios donde los chicos fueran sujetos plenos de derechos. Ahora hay algunas experiencias, donde el más claro ejemplo es Paka Paka, donde los chicos tienen espacio para contar qué les pasa y opinar sobre las cuestiones que les importan a ellos.

¿Cómo está conformado el Consejo?

Eso es importante, como te dije antes el Consejo está creado a partir del artículo 17 de la ley, está conformado por sectores del Estado Nacional como son Ministerio de Educación, Secretaría de niñez, adolescencia y familia (SENAF, que depende del Ministerio de Desarrollo) Foro Parlamentario por la Infancia y después hay representantes de todas las provincias, que son designados por el gobernador. O sea que esto también habla de una pluralidad interesante porque no importa el signo político, en la mayoría de los casos los gobernadores mandan un representante a este espacio. Después están los gremios del sector educativo, está la CTERA que es el más grande, están UDA , AMED Y SADOP o sea que casi todo el arco, quedan grupos muy chiquitos afuera de lo que es la representación del sector sindical educativo y después hay organizaciones civiles que son especialistas en la materia. Y la modalidad de trabajo es nos juntamos una vez cada dos meses, lo que tiene esta dirección, como te decía al principio, es la coordinación del espacio. Nosotros somos los que le garantizamos a ese espacio que haya un lugar para reunirse y toda la parte ejecutiva, impresiones, ellos vienen ad honorem, es un Consejo Asesor gratuito, entonces todo lo que tenga que ver con alguna erogación de gasto sí se hacen cargo AFSCA y la coordinación, por ejemplo si hay que mandar a algún representante que nos pide una provincia hay que pagar los viáticos se paga desde acá, todo lo que tenga que ver con cuestiones ejecutivas, resolutivas.

¿Ustedes reciben denuncias del público por tratamientos mediáticos o eso corresponde más a Defensoría del Público?

Con respecto a niñez no en el espacio de CONACAI. Sí recibimos mucho en el espacio del Observatorio de la Discriminación de radio y TV. Si hay un acto discriminatorio contra chicos y chicas, sí lo recibimos y lo trabajamos. También hacemos informes en ese sentido, hay uno que hicimos que fue muy contundente fue el de Las Melinas, que fue un análisis de caso del programa de Chiche Gelblum . Trabajamos así, desde el Observatorio que está compuesto por AFSCA, INADI y Consejo nacional de las Mujeres, entonces se hacen análisis de esas situaciones ya sea por reclamos que recibimos, no denuncia

porque la denuncia va a otra dirección de AFSCA que tiene que ver con el área de evaluaciones y fiscalizaciones, nosotros desde acá no tenemos poder punitivo, lo que sí tenemos es un poder que es muy interesante (casi como el punitivo o más, te diría yo) que es el de la repercusión social que pueden tener algunos informes y la sanción social. Entonces el Observatorio trabaja sobre casos de discriminación o violencia. El espacio del CONACAI no recibe reclamos lo que sí hace es emitir comunicados, se expide cuando hay algún tratamiento, por ejemplo ahora se expidió preocupado por las palabras de Jorge Lanata acerca de Casey. Entonces el abordaje es bastante integral, por un lado está el CONACAI que se expide, por otro lado está el observatorio si es pertinente y por otro lado está gente de la dirección directamente trabajando en esos casos. Hay una articulación muy interesante entre áreas de la misma dirección, direcciones del mismo organismo, hay cosas que trabajamos con la dirección de evaluación y fiscalización del mismo AFSCA, articulamos permanentemente con el INADI, con el Consejo nacional de las mujeres, con la Defensoría del público y en algunos temas con otros organismos como por ejemplo con la trata de personas o explotación sexual también articulamos con el Ministerio de Justicia y DDHH, en otros casos que tienen que ver con diversidad sexual con un montón de organismos del Estado Nacional, Ministerio de trabajo. No tienen específicamente que ver con niños, pero sí estamos en articulación permanente con otros organismos del Estado.

Había leído una nota acerca de la creación de un fondo de fomento concursable para la producción de programas de calidad para niños, niñas y adolescentes que dice “tal como estipula el art 153 inc G de la ley 26.522”. ¿Me podés contar algo acerca de este fondo?

Si, eso está vinculado a que por otra parte hay un art específico de la ley que es el art 68 que entre otras cosas tiene que ver con: el horario apto para niños, niñas y adolescentes que es desde las 6 am a las 22pm, en ese horario se deben evitar distintos tipos de cuestiones que te imaginarás que es el artículo que más se infringe. Ese mismo artículo que protege a los chicos y a los adolescentes dice que toda la tv tiene que cumplir con tres hs de programación infantil. De esas tres hs el 50% de la programación debe ser de origen local y, a su vez, esas 3 hs deben estar divididas en dos franjas una por la mañana y otra por la tarde para permitirles a los chicos que los que van a la tarde a la escuela lo puedan ver a la mañana y viceversa. Entonces qué pasa, es complicado cumplir con 3 hs de programación infantil para algunos canales, sobre todo los canales de otras provincias, que eso se vincula con el art que dice de los fondos concursables que están destinados a dar justamente fondos a productoras que estén interesadas en hacer producciones para chicos y adolescentes. Esto es un reclamo histórico, nosotros asumimos en octubre de 2012, yo soy de la gestión de Martin Sabbatella, pero este es un reclamo desde al año 2009. Este año, ahora, estamos lanzando para fin de año unos fondos de fomento para producción radial porque también es importante la radio, la ley cubre la tele y la radio y también está bueno que haya programación destinada para chicos en la radio, entonces se está lanzando una línea de fondos para incentivar a aquellos productores que quieran hacer radio destinada a chicos y adolescentes. Y el año que viene se va a lanzar, no tengo mucho detalle, pero si para producción audiovisual para chicos y adolescentes.

Es algo que la LSCA aborda y es algo, como te decía antes, el espíritu de la ley que tiene que ver con que en esta ley sean incluidos colectivos que antes eran absolutamente invisibilizados: los chicos y las chicas, las personas con discapacidad, la diversidad sexual,

pueblos originarios, colectivos que antes de esta ley eran invisibilizados cuando la invisibilización es una forma de discriminación. Entonces es importante que empiecen a surgir programaciones que reflejen la realidad de cada chico de cada provincia, con las tonadas, con todo lo que pueden aportar los chicos. Pakapaka lo muestra, Pakapaka lo muestra bárbaro pero estaría bueno que surgieran otros Pakapakas locales y que haya muchos Zambas que puedan contar las historias de sus lugares porque realmente la competencia con la programación que viene de afuera es impresionante, ahí te das cuenta cuando los chicos empiezan a hablar en neutro, te das cuenta del impacto que tienen los medios de comunicación audiovisual sobre la subjetividad directamente y la construcción de sentido.

Justamente con este tema ¿qué papel creen que cumplen los medios de comunicación en este caso los hegemónicos, comerciales, en la formación de identidades de los niños y niñas?

Tienen un altísimo impacto, impacto que en los chicos se ve reflejado por la terminología que emplean, el uso del lenguaje, por lo que piden, se forman como sujetos consumidores. Nosotros no queremos sujetos consumidores, queremos chicos que puedan opinar, que sean escuchados, pero no meros sujetos consumidores. Eso es lo más evidente en realidad de cómo impactan los medios, pero también cuando uno se pone a pensar para atrás en su propia historia personal, los medios impactan mucho más que eso, los medios construyen sentido, los medios vinculan algunas situaciones con situaciones emocionales que uno muchos años después las puede relatar. Si uno hace un ejercicio sencillo de qué programa miraba cuando era chico y a qué situación emocional la puede vincular te salta generalmente con qué recuerdo emotivo, con una situación emotiva vinculada sin ninguna duda a algún programa en especial, a alguna situación de familia, salta con mucha claridad. Las nuevas tecnologías, la posibilidad de que algunos chicos tengan la tele en su cuarto, se han perdido costumbres, en mi época había una sola tele y todos mirábamos lo que se veía, había sólo 3 o 4 canales, blanco y negro. Ahora el hecho de que los chicos, no la mayoría, pero que muchos puedan tener una tele aparte, o que haya dos teles en la casa también ha dejado esto de la situación familiar. Por eso la importancia de que el Estado sea garante de algunas cuestiones esenciales que no tienen que ver con la libertad de expresión, está claro que acá uno puede decir casi cualquier cosa, el tema es cuando esas cosas vulneran un derecho. Y vuelvo a Casey, un niño de 11 años y digo, ahí Lanata puede decir lo que se le ocurra todos los funcionarios, lo que no puede claramente es meterse con la opinión de un chico de 11 años, pero no porque lo dice el AFSCA, la Defensoría del Público, ni el INADI ni la SENAF, lo dice una ley: el niño tiene derecho entonces puede expresarse libremente. Y ahí es donde a veces me preguntan “bueno, pero la familia, pero la casa” y la familia y la casa obviamente tienen responsabilidad, no digo que no, ahora la realidad es que también hay muchas mamás y papás que trabajamos todo el día entonces lo que se ve en la tele lo tiene que garantizar el Estado, que no sea una imagen, un contenido dañino porque sabiendo de la importancia de lo que produce, que construye sentido, que construyen subjetividad, los chicos gran parte de su subjetividad la construyen a partir de los medios de comunicación audiovisual, teniendo en cuenta este alto impacto, lo que decimos es: somos todos y todas responsables, docentes, padres, madres, hermanos, amigos, yo considero que el Estado tiene un ranguito más de responsabilidad porque hay una ley que lo dice...

Ahí me contestaste un poco cuál debe ser el rol del Estado...

Y el rol es garantizar en este caso lo que la LSCA dice y en este caso concretamente con los chicos la ley es absolutamente clara, hay artículos esenciales que son el 68, el 71 que contempla la ley que ya te mencioné y hay otro también esencial que es el 70 que dice que la programación debe evitar contenidos que menoscaben, está vinculado al principio de no discriminación, prácticamente contempla la ley del INADI. Ese también es un artículo esencial porque dice que nadie puede ser discriminado por ningún motivo.

Teniendo en cuenta lo que hablábamos de los canales comerciales que no sólo forman niños consumidores sino que hay otras vetas en las que trabajan en las subjetividades de los chicos, pero es claro que al haber publicidad en otros canales... en Pakapaka no la hay y eso es significativo.

Si, en realidad, la LSCA es clara en este sentido. Es una ley que corre el eje de una lógica mercantilista que tienen los canales tradicionales y el enfoque está basado en que la comunicación es un derecho humano fundamental. O sea, corre el eje de la comunicación como una mercancía.

Ahora, que pasa, estamos en un sistema capitalista. Estas cuestiones nosotros las vemos, las entendemos, esto es así, los canales viven de la publicidad. Lo que sí es clara la ley es que los chicos no pueden vender un producto directamente al aire y más si son adultizados. Hay una publicidad importante que acá generó mucho ruido que era una nena producida como si fuera Julieta Prandi que vendía un producto directamente. Bueno, eso no se puede hacer. Ese artículo, que es el artículo 81 que habla de publicidad vinculada a niñez y adolescencia. Tampoco podrían estar los chicos en la tele después de las 22 hs a menos que sea grabado.

(Alicia me brinda el folleto con los criterios de calidad elaborados por el CONACAI, charlamos sobre las cuestiones de clase y género en el tratamiento periodístico, femicidios, estereotipo)

Con todos estos elementos, para que no queden en papel nada más, hacemos charlas, presentaciones, vamos a escuelas donde les contamos a los chicos y chicas cuáles son los derechos que tienen, hacemos capacitaciones en los sindicatos de docentes, donde nos llaman nosotros estamos porque entendemos que es fundamental que todas y todos conozcamos los derechos que nos asisten para hacernos valer y que realmente en términos de derechos estamos hablando de una ley que es amplísima. Como muchas de la última década, esta es una ley de vanguardia absoluta pero que tiene que estar acompañada por un cambio cultural interesante, importante, y ahí si que somos responsables todos y todas para acompañar lo que esta ley refleja en términos de ampliación de derechos tenemos primero que conocer los derechos y después militar esos derechos para que todas y todos los conozcan y los hagan valer...

¿Y hay articulaciones con la región?

Ahora vamos a formar parte como Consejo y como AFSCA de un encuentro que hacen del Mercosur que lo hace la SENAF y un par de organismos más, donde vamos a contar estas experiencias.

El Consejo es multidisciplinario, de qué disciplinas vienen...

Multidisciplinario, gente de educación como representantes de los gremios educativos, representantes de DDHH porque hay una organización civil que es la comisión de seguimiento de la convención de los derechos del niño con una base fuertísima en lo que es cumplimiento de los derechos humanos y después especialistas en niñez, en áreas de salud, otros trabajan en el área de comunicación. Es un equipo absolutamente federal e interdisciplinario.

Si tuvieras que decir en estos años de trabajo cuáles fueron las mayores dificultades y los desafíos.

Los mayores desafíos son que los tratamientos informativos se realicen con mayor responsabilidad, que no se recaiga en estereotipos, en estigmatizaciones, que no se muestre a los chicos y jóvenes solamente por las cosas malas que hacen o que les pasa. Esto está demostradísimo, cada vez que los chicos aparecen en la tele es por una situación de conflicto con la ley o porque les pasó algo. Entonces el desafío es por un lado que el tratamiento sea correcto, respetuoso, con perspectiva de DDHH, entendiendo a la comunicación como un derecho humano fundamental y por otro lado que los chicos empiecen a tener más protagonismo en la tele y en la radio. Son desafíos grandes, creemos porque estamos trabajando permanentemente, creando un sistema de alerta que no tiene nada que ver con la libertad de expresión, esto tiene que quedar en claro... creemos que vamos en un buen camino, que falta mucho... falta. También no solamente nos ponemos en una postura crítica de analizar críticamente y mal las cosas que hacen mal, rescatamos las buenas prácticas. Ahora el 26 de noviembre (2014) son los premios AFSCA que son los premios Construyendo Ciudadanía y también salió un premio vinculado a la producción de niñez y adolescencia. El Consejo vota un programa. Impulsamos a que este tipo de programas se multipliquen, tengan visibilidad, los adultos empezamos a escuchar que realmente tienen cosas muy valiosas, que saben mucho más de lo que nosotros creemos que saben y correrse de la mirada adultocéntrica de hablar por el niño cuando el niño tiene voz propia, lo puede plantear, te puede gustar no te puede gustar es otra cosa, pero tiene derecho... Entonces los desafíos yo los centraría en dos ejes importantes: por un lado, tratamiento informativo responsable y por otro lado, visibilidad de los chicos y chicas en otras situaciones que no solo tengan que ver con las cosas malas que les pasan o cuando están vinculadas en una situación en conflicto con la ley penal.

Entrevista a Cynthia Ottaviano

Defensora del Público de los Servicios de Comunicación Audiovisual

Periodo: 14 de noviembre de 2012 al 11 de noviembre de 2016

Fecha: 2 de febrero de 2016

Lugar: Defensoría del Público, Adolfo Alsina 1470 (CABA)

Exponemos a continuación la consulta realizada a la entonces Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual para que nos actualice la información acerca del impacto de los Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) del Poder Ejecutivo Nacional, encabezado por Mauricio Macri, al derecho a la comunicación de la sociedad argentina y, en particular, de niños, niñas y adolescentes. En aquel contexto, la Defensoría recibió denuncias de las audiencias por la afectación de sus derechos, elevó al Poder Ejecutivo Nacional el pedido de que se cumpla con las legislaciones vigentes y los tratados internacionales que forman parte de nuestra Constitución y, ante la falta de respuesta del Gobierno Nacional, recurrió a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

No se trató en rigor de una entrevista, debido al poco tiempo con que contaba en medio de recurrentes actuaciones por los primeros días de febrero de 2016, pero logramos obtener un claro panorama de la situación presente, los desafíos por venir y el trabajo de la Defensoría en relación a las infancias.

A continuación las palabras de la Lic. Cynthia Ottaviano:

Lo que ocurrió fue que a través de Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU) de Mauricio Macri lo que se hizo fue desarticular el andamiaje institucional de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). En principio, por una cuestión muy básica y fundamental que tiene que ver con que la ley recuperaba toda la tradición de participación ciudadana que tuvimos en la Argentina desde la recuperación democrática donde se fue construyendo con mucha claridad que la comunicación es un derecho humano, que la información no es una mercancía y en el cuerpo de la ley está declarada como derecho humano.

Lo que hacen estos nuevos decretos es mercantilizar nuevamente la comunicación y todas las prácticas de límite a la concentración o a la posición dominante en la comunicación tenemos un retroceso muy claro porque, entonces, lo primero que ocurre es que estos decretos dejan de considerar al cable como un servicio de comunicación audiovisual y eso es un claro retroceso en cuanto a que, en la actualidad, en una sociedad mediatizada, independientemente de cuál sea el soporte, comprendemos que se exterioriza el derecho humano a la comunicación, ya sea en radio, televisión, por suscripción de vínculo físico o satelital, use o no el espectro radioeléctrico, es decir, había una concepción anterior que sólo establecía que era con el uso del espectro radioeléctrico. Porque incluso en el fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación ha quedado claro que, en realidad, el derecho humano a la comunicación tiene dos dimensiones: uno que es individual, que tiene que ver con el dar y recibir información, y otra que es una faz colectiva, que esa es la clave, que es

el derecho de las sociedades a acceder a esa información, que esa información sea plural y diversa porque la toma de decisiones en nuestra vida cotidiana tiene que ver con ese caudal de información y que entonces las posiciones dominantes, monopólicas u oligopólicas conspiran contra las democracias en tanto generan un pensamiento único, generan unificación en esas líneas editoriales, pero también en los contenidos, por supuesto, que están más ligados a los intereses ideológicos, políticos y económicos que tenga esa concentración comunicacional que hará la información socialmente relevante a los intereses que puede tener un pueblo.

Entonces el primer problema que tenemos es que toda la tarea que veníamos realizando con respecto al cable que sí formaba parte de los servicios de comunicación audiovisual y que sí tenían obligación, por ejemplo, de tener un canal de producción propia, que además establecía grillas de programación, que en esas grillas de programación tenían que estar las señales de producción estatal o de participación del Estado Argentino, como Paka Paka, como canal Encuentro, ya no existe como obligación. Técnicamente hoy si un cable, una licenciataria de cable, quisiera quitar de la grilla de programación Pakapaka o Encuentro podría hacerlo y no tendría donde recurrir.

Por supuesto que es también un retroceso en todo ese andamiaje, no sólo institucional que creaba la LSCA, sino que ponía en un primer plano la producción nacional, la producción local y la perspectiva federal que es uno de los grandes problemas que tenemos cuando nosotros recorremos el país con las audiencias públicas (a esta altura ya hicimos más de 17) no hay audiencia pública en la que no se mencione que uno de los principales problemas que tenemos es que si vivís en la provincia de Formosa te levantás conociendo la temperatura y el corte de calle en el Obelisco y esto como una cuestión nada más que simbólica porque, en realidad, lo que no estás conociendo es lo que está ocurriendo en tu propia ciudad, en tu propia provincia y sí tenés referencia de lo que está pasando en la capital.

Entonces, lo que va a ocurrir es que se van desdibujando las historias, las cosmovisiones, las tradiciones, las perspectivas, las ideas, y cada vez que vos vas silenciando todas esas realidades lo que hacés es silenciar personas. Entonces directamente se produce una discriminación y ni hablar con respecto a la niñez y adolescencia. En Argentina tenemos distintos problemas, uno de ellos es la adultización, claramente hay concepto de representación de una niñez, no de múltiples formas de vivir la niñez y la adolescencia que está completamente adultizada. Eso se puede ser también en las publicidades y tiene un alto grado de presencia ese juego de los niños en el rol de los adultos, una sociedad que también es adultocéntrica, es decir, que se ha planteado, que ha pensado su forma de estructurarse de acuerdo con los intereses del mundo adulto y que no tiene en cuenta a los niños, niñas y adolescentes. La verdad es que, en materia legislativa la Argentina está a la vanguardia en el sentido que tiene la Convención de los Derechos del Niño, pero que tiene también la Ley de Protección Integral, pero hemos notado en las audiencias públicas que hicimos específicas para niños, niñas y adolescentes que en realidad no tiene voz en el sentido de que no pueden expresar su voz porque no son considerados como fuentes. Por supuesto que tienen voz y que tienen opinión y que la han expresado con mucha claridad conceptual, con mucha creatividad. Hemos tenido desde chicos y chicas que rapeaban hasta otros que actuaban, otros que venían con un escrito y lo leían, otros que hacían un

relato coral, es decir, han sido, desde mi punto de vista, las mejores esas audiencias públicas. Lo que demuestra que cuando los chicos y las chicas tienen posibilidad de decir, claro que tiene qué decir y opinión propia. Pero cuando hacés el relevamiento de los noticieros de la televisión abierta escasamente son consultados como fuente, entonces, su voz no forma parte de la relevancia a la hora de considerar distintos puntos de vista. Y lo mismo ocurre con la clara criminalización de la niñez, el cruce con policiales, pero que esto no es “patrimonio” de la Argentina.

En realidad, en diálogo con otros Defensores y Defensoras, nosotros conformamos una organización que es la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores, hemos comprobado que América Latina tiene una agenda en común que está integrada por la demonización de la juventud, por la criminalización de la niñez y por discriminaciones de pueblos originarios, el colectivo LGTB y demás. Y los chicos y las chicas lo que han reclamado además es ausencia de intereses temáticos, es decir, por ejemplo recuerdo con mucha claridad que reclamaban la necesidad de tener información sobre educación sexual que está prácticamente ausente, no sólo de los noticieros sino de la programación en general. La televisión pública ha hecho con ese programa “Una tarde cualquiera” cierto esfuerzo, si se quiere, o ha ido acompañando las obligaciones que tiene porque el sistema público tiene mayores obligaciones que el resto del sistema y eso es trascendente siempre tenerlo en cuenta. Pero la verdad es que hace falta más, desde mi punto de vista, éste es un debate que he tenido no sólo con la televisión pública, sino con Telefé y con todos en general. No se trata de cumplir nada más con el cuerpo de la ley por cumplir, las tres hs de programación diaria y entonces pongo al Chavo del 8 y pongo al Zorro. Se trata de acompañar el espíritu y de profundizar la vida en democracia a través de la programación televisiva y radial porque la verdad es que el aula ya no es el aula formal a la que estábamos nosotros acostumbrados a ir que queda en la escuela. La verdad es que la radio y la televisión son aulas gigantes que tienen una posibilidad extraordinaria de alfabetización comunicacional, no tengo la menor duda, pero además de generar distintas herramientas para que no sólo los chicos puedan contribuir a sus lecturas del mundo a través de la radio y la televisión sino que ellos mismos produzcan sentido. Ésta es la gran búsqueda o el gran trabajo que hay en la Defensoría del Público: promover espacios en donde los chicos y las chicas no sólo puedan decirse a sí mismos sino que puedan pensar los programas directamente. De qué manera poner entonces a su alcance la posibilidad de que sean ellos quienes piensen sus narrativas, sus retóricas, de qué maneras musicalizarían o no.

Tenemos una gran experiencia “Creciendo juntos”, es una escuela que nosotros acompañamos desde el principio, que no es una escuela pública, es una escuela de gestión social y la ley hace una interpretación de alcance de la radio para las escuelas públicas. Finalmente, logramos que fuera considerada con una licencia por la zona y una serie de realidades, porque además querían una radio de baja potencia. Cuando nosotros los fuimos a ver, los chicos y las chicas decían “nosotros queremos poder hablar del boleto estudiantil” que eso no forma parte de la agenda de los medios que llegan a Moreno. Entonces necesitamos la posibilidad de poder decir aquello que queremos en una radio escolar, pero que también llegue al barrio para que nuestros familiares puedan escuchar y también puedan participar y, entonces, generar vínculos que lo que hacen es fortalecer la

vida en democracia. Y si vos hoy escuchás la radio que proponen los chicos es más que conmovedora, es donde realmente encontrás la esperanza de esta construcción de la vida en democracia con verdadera participación y acceso en igualdad de condiciones, entre otras cosas, a los medios de comunicación. Claramente se vivencia el derecho humano a la comunicación, entonces, con estos decretos el retroceso impacta sobre la niñez y la adolescencia porque se permiten posiciones dominantes de la comunicación, se han eliminado todos los controles que tiene que ver justamente con la integración vertical y horizontal de esa comunicación concentrada, se derogaron artículos vinculados con, por ejemplo, que no puedan ceder la explotación, entonces hoy un fondo buitre podría alquilar una frecuencia y establecer ahí la disputa de sentido.

Porque, en definitiva, de lo que estamos hablando es de quiénes construyen sentido y claramente nos vuelve no sólo al siglo pasado, sino con este concepto de mercantilización al siglo anterior. Porque el gran problema que estamos atravesando en este momento y por eso la necesidad de que, ante la falta de respuesta de las autoridades nacionales les hemos enviado cartas, comunicados, hemos solicitado que no se modificara una LSCA construida colectivamente como es la nuestra a través de decretos de necesidad y urgencia porque es una injerencia del Poder Ejecutivo sobre el Poder Legislativo, porque eso debilita las democracias y es un hecho realmente grave. Y, sin embargo, la respuesta que tuvimos, después del primer DNU que modifica la Ley de Ministerios y del segundo Decreto que desarticula la autoridad de aplicación (AFSCA) fue un decreto de necesidad y urgencia modificando la ley. Entonces evidentemente aunque ese tipo de respuestas que no habilita el diálogo, que no promueve espacios de debate, porque nadie dice que no se modifique la ley.

Desde la propia defensoría tenemos una posición muy clara respecto del derecho de rectificación y respuesta que sea una ley que hoy no es tal, la necesidad de una ley, desde mi punto de vista, que la venimos promoviendo de alfabetización comunicacional, un plan de alfabetización comunicacional para que desde el nivel inicial tengamos en la currícula académica el derecho humano a la comunicación con perspectiva de género, tenemos proyectos de ley que se han impulsado en algunos espacios en la provincia de Chaco, en la provincia de Buenos Aires, pero finalmente no llegaron al recinto con las dos cámaras, entonces no son hoy ley. Pero creo que forman parte de las políticas públicas que tenemos que tomar para profundizar y tomar entonces la LSCA como piso, como base y no como un techo. Y nada de eso ha ocurrido, entonces, recibimos reclamos desde los pueblos originarios, comunidades campesinas, escuelas, sindicatos, organizaciones que han peleado por el derecho humano a la comunicación, pero también con perspectiva de género...decidimos ir a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Nos parece fundamental por ese concepto de caja de resonancia que ha sido históricamente la Comisión que, agotándose las vías en el ámbito nacional, entonces comprendiendo que la Argentina forma parte del sistema interamericano, que los tratados tienen rango constitucional, exigirle al Gobierno Nacional que cumpla con esos lineamientos y esos estándares del sistema interamericano. Viene a la Argentina el Relator por la Libertad de Expresión, Edison Lanza, viene en carácter de misión oficial, es decir, que nos fue muy bien en la reunión que tuvimos y viene con mandato de la propia Comisión a hacer preguntas y a relevar información, por supuesto del Gobierno Nacional, pero también de

todas las organizaciones. Así que estos son varios pasos en un camino que es largo, eso es cierto. Las solicitudes para que nos den una audiencia en abril y creemos que estas señales, tanto de que nos hayan recibido como que venga Edison Lanza a la Argentina, estaríamos encaminados en abril, en el periodo de sesiones de este año, ser convocados con distintos referentes para poder escuchar además lo que tenga para decir el Gobierno Nacional que, lamentablemente, no lo dice acá como debería ser, deberíamos tener la posibilidad de intercambiar. Aún no nos respondieron ninguno de los envíos, pero tampoco a la Comisión Interamericana.

Entonces el otro problema que tenemos es cuál es la continuidad del CONACAI, más allá de que no fuera conocido, más allá de que la propia Defensoría hubiéramos deseado que fueran más activas las políticas que pudieran diseñar, la realidad hoy es que pasamos de tener una autoridad de aplicación que encontraba engranajes con un Consejo Federal de la comunicación, con un Consejo Nacional como es el CONACAI, con la propia defensoría del público, con la propia Comisión Bicameral, ahora pasa a ser directamente un ente nacional de la comunicación que depende pura y exclusivamente del Poder Ejecutivo, cuyos integrantes pueden ser dimitidos sólo porque así lo decide el Poder Ejecutivo (claramente dice, "sin causa"), el Consejo Federal no sé que va a pasar porque se tomaron muchos días para determinar qué hacer, el CONACAI cuál va a ser la realidad. Por eso hoy se abren una serie de interrogantes por eso la tarea de la Defensoría es procurar que se dejen sin efecto del DNU, y que se convoque a un debate amplio y federal en el ámbito del Congreso de la Nación Argentina, pero también como hemos hecho, en foros de participación ciudadana por todo el país para volver a establecer políticas públicas que sean inclusivas y que tengan en cuenta, desde ya, a la niñez y adolescencia, pero en realidad a todas las distintas realidades que integran la Argentina que es un país intercultural y que eso, lejos de ser un problema, es una virtud. Sólo si se generan las condiciones, y el Estado en esto tiene un rol fundamental, porque tiene que salvaguardar el derecho humano a la comunicación para que se puedan exteriorizar todas esas realidades y no se generen primacías como está ocurriendo hoy de esa comunicación concentrada.

Cuándo vos les preguntás a los chicos y chicas cómo fue la experiencia de tener radio en la escuela, que pudieron poner en palabras los conflictos, esos conflictos se van resolviendo. Entonces la radio y la televisión son medios de comunicación virtuosos, no sólo para poder expresarse a través de esos medios sino para poder encontrar espacios en los que encontrarnos en esas palabras y aquellos problemas que aparecen como no resueltos porque no son dichos, porque son silenciados, cobran una dimensión diferente. Con el Programa "La Defensoría va a la barrio", los chicos y chicas te pueden contar cómo cambió su realidad a partir de relacionarse con otros chicos del barrio y conocer cómo era su barrio realmente y no tenerlo mediado o manipulado a través de una sola lógica, que es la lógica del caos sobre todo a través de los noticieros. Esta frase es muy habitual: "cuando cuentan cosas de mi barrio es porque algo malo pasó", entonces es muy interesante porque el proyecto es poder contar el barrio y quienes viven en el barrio y las cosas que pasan desde una lógica narrativa que es distinta de la que se impone desde estas lógicas de producción que son absolutamente mercantilistas y profundamente discriminatorias

INSTITUCIONAL PAKAPAKA

Información del año 2015, actualmente no disponible en la web de la señal

PAKAPAKA ES EL PRIMER CANAL EDUCATIVO Y PÚBLICO, CREADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE LA NACIÓN PARA TODOS LOS CHICOS Y CHICAS DE ARGENTINA Y DE AMÉRICA LATINA.

PAKAPAKA es el primer canal educativo y público, creado por el Ministerio de Educación de la Nación para todos los chicos y chicas de Argentina y de América Latina.

El objetivo central de PAKAPAKA es garantizar a todos los chicos y chicas el acceso a contenidos culturales y educativos de calidad que contribuyan a su desarrollo integral, desde una perspectiva de derechos.

PAKAPAKA parte de un profundo respeto por todos los chicos, a quienes concibe como ciudadanos, sujetos de derechos, constructores y pensadores de su realidad, con saberes y modos de ver el mundo que enriquecen la vida en común. Propone así otra concepción del niño y de sus posibilidades y necesidades, que apunta a valorar su mundo y a reflejar su complejidad.

La señal nació en el año 2010 a partir de la experiencia previa como franja infantil de Canal Encuentro, el primer canal de televisión del Ministerio de Educación de la República Argentina. Pakapaka reconoce el rol de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías como elementos centrales en la vida cotidiana de los chicos y de la sociedad en general. Así mismo, entiende que los medios son fundamentales en la construcción de una sociedad más justa con educación de calidad para todos y asume que la televisión pública debe ser un espacio que muestre y permita mostrarse y expresarse a todos los chicos y chicas del país respetando sus diferencias y particularidades.

La programación de PAKAPAKA está destinada a chicas y chicos de 2 a 12 años, con contenidos para sus tres franjas etarias: de 2 a 4 años, de 5 a 9 años y de 10 a 12 años.

Pakapaka es un proyecto educativo y cultural. Las acciones de PAKAPAKA a lo largo de todo el país promueven el encuentro con los contenidos, los

personajes y los artistas de nuestro canal. A través de diferentes actividades artísticas entre las que se destacan festivales, muestras, parques temáticos, musicales y obras de teatro, chicas y chicos tienen un encuentro real que les permite interactuar con nuestros personajes y vivir experiencias divertidas que amplían sus repertorios culturales.

Por otro lado, PAKAPAKA, reconoce el fuerte vínculo de chicos y chicas contemporáneos con las nuevas tecnologías, y en función de ello desarrolla un conjunto de recursos y propuestas digitales como páginas web, videojuegos, tutoriales, minisitios temáticos, e-books y aplicaciones con propuestas para PC, notebooks, tabletas y celulares.

OBJETIVOS:

- **Garantizar el acceso de chicos y chicas a contenidos culturales y educativos de calidad, que contribuyan a su desarrollo integral, con una perspectiva de derechos.**
- **Generar una programación de alta calidad dirigida al público infantil que estimule la creatividad e imaginación, que promueva la diversidad y la inclusión y que despierte el interés por el conocimiento.**
- **Poner a disposición de docentes y alumnos material audiovisual y digital educativo destinado a acompañar el proceso de enseñanza/aprendizaje en diversas áreas curriculares, y a favorecer el uso de las tecnologías de información y comunicación en los procesos pedagógicos.**
- **Desarrollar propuestas interactivas y multiplataforma atractivas y de calidad que convoquen a la participación y producción creativa de los chicos y chicas.**
- **Promover acciones territoriales a lo largo de todo el país con el objetivo de que chicos y chicas se relacionen con los contenidos y personajes del canal a través de propuestas artísticas como festivales, muestras, obras de teatro y actividades en diferentes eventos, en todo el país.**

LA MIRADA DE PAKAPAKA

PAKAPAKA propone una mirada propia acerca de la infancia y de los contenidos educativos y culturales destinados a ellos. Desde esta perspectiva, nos interesa:

- Promover una nueva forma de mostrar, hablar y convocar a la infancia.
- Considerar a los chicos y chicas como protagonistas, dando lugar sus voces, sus rostros, sus historias, sus necesidades.
- Desarrollar formatos y contenidos que permitan la participación activa de los chicos y chicas a través de sus propias producciones.
- Ofrecer contenidos y formatos estéticos que piensan en las posibilidades y en las necesidades de los niños y niñas de nuestro país.
- Enriquecer el mundo de los chicos y chicas y reflejar su complejidad.
- Reconocer y poner en perspectiva los temas y problemas que los preocupan, aún los más difíciles.
- Dar lugar a los afectos, el diálogo, la fantasía, la imaginación, el juego, las preguntas, el descubrimiento, la curiosidad, la exploración, los sentidos o la investigación.

FRANJAS DE PROGRAMACIÓN

2 A 4 AÑOS

Es la franja de programación destinada a la primera infancia. Consideramos a la primera infancia como una categoría que no es únicamente biológica (es decir, no se define únicamente por características de edad y desarrollo evolutivo), sino también una categoría social, histórica y cultural. Se trata de un grupo que posee identidad, necesidades y capacidades propias, y que está en pleno desarrollo. Durante esa etapa de la vida, se producen importantes procesos físicos, intelectuales y emocionales. A su vez, la condición de sujetos en desarrollo hace a los niños/as altamente sensibles a las condiciones ambientales y relacionales.

En ese contexto, proponemos a través de las series y programas destinados a los chicos y chicas de 2 a 4 años recuperar el sentido de lo infantil, considerando especialmente las diversas experiencias de ser niño en nuestro país.

Creemos en un niño que está en el mundo para sorprenderse, que concibe la vida desde lo corporal, que descubre el mundo a partir de las acciones, del juego y de la exploración.

En el desarrollo de contenidos audiovisuales de esta franja, prestamos especial atención a procesos como: la posibilidad de jugar en todo momento y con cualquier elemento, la repetición, la interactividad, la transformación simbólica de los objetos, la importancia de las rutinas en la vida cotidiana, la construcción del conocimiento asociado a la experiencia, el lenguaje corporal, el disfrute por la música y el descubrimiento del entorno a través de los sentidos.

Por otro lado, nos interesa acompañar el crecimiento de los chicos y chicas trabajando sobre dimensiones transversales como lo afectivo, lo lúdico y lo poético de manera de acompañar la construcción de identidad de los más chiquitos.

5 A 9 AÑOS

Consideramos que los chicos de esta franja etárea construyen su identidad y estructuran su manera de ver el mundo a partir de referentes múltiples, variados y, a veces, contradictorios. Sin embargo, dentro de la heterogeneidad de realidades y de experiencias que se presentan en nuestro país, es posible encontrar algunas regularidades que permiten caracterizar a los chicos que pertenecen a este período de edad, aunque no de manera terminante y mucho menos definitiva.

Uno de los rasgos más visibles de los chicos y chicas de entre 5 y 9 años es que todos ellos asisten a la escuela, ya sea en el último año del Nivel Inicial o en los primeros grados de la escuela Primaria, y pasa una gran parte de su jornada dentro de ella. Por lo tanto, para la mayoría de los chicos, la escuela es un referente socializador de gran importancia.

Asimismo, otra característica propia de esta franja de edad es que los grupos de pares se convierten en referentes fuertemente significativos. Si bien esta búsqueda atraviesa toda la niñez, a partir de los 7 años (y mucho más en los preadolescentes) se hace evidente la necesidad de pertenencia a grupos de la misma edad. Los grupos de pares muchas veces se constituyen en torno al espacio escolar, el barrio o la actividad extraescolar que se realice (deportes, actividades artísticas, grupos de iglesia, bandas de música, etc.).

Un tercer rasgo da cuenta de que uno de los referentes identitarios más fuertes para muchos chicos (y sobre todo de aquellos que habitan en centros urbanos) tiene que ver con el mercado y sus productos. Todo lo que el mercado vehiculiza a través de diferentes estrategias pasa a ser parte del universo infantil y preadolescente y se convierte en objeto de interés. Así los medios de comunicación y las nuevas tecnologías (televisión, computadoras, redes sociales, chats, celulares) hasta la música, los juguetes o las marcas de ropa tienen un lugar de relevancia en sus vidas.

En último lugar, puede mencionarse que otro rasgo fundamental a la hora de caracterizar a chicos y chicas a partir de los 5 años tiene que ver con la progresiva adquisición y ejercicio de la autonomía: un mayor grado de potestad en el manejo de diversas actividades, en el desarrollo o expresión de opiniones propias y en la resolución de problemas acordes a su edad.

En este contexto, desde la producción audiovisual se pretende acompañar a los chicos y chicas con series y programas en los que se escuchen sus voces, se aborden los temas y problemas que les interesen, se trabaje con el humor y con las referencias tanto a la vida cotidiana como a nuevos mundos más lejanos y distantes, de manera de abrir ventanas a otras realidades.

10 A 12 AÑOS

Teniendo en cuenta las características de los chicos y chicas de 10 a 12 años, su fuerte vínculo con las tecnologías, su capacidad como productores de contenidos y su necesidad de fortalecer su autonomía y diferenciarse de los chicos más pequeños, Pakapaka está creando un nuevo espacio web destinado exclusivamente a este target.

Allí, chicos y chicas podrán encontrar series de ficción de producción propia y de otros países del mundo.

Las series de ficción abordan temáticas propias de la edad, tales como los amigos, los primeros amores, la escuela, el deporte, los vínculos con sus pares, siempre a través de géneros y formatos que los convoquen, y atravesados por el humor.

También se destinará un espacio a tutoriales para que puedan hacer diversidad de actividades particularmente interesantes para esta franja etaria.

Además, y considerando la importancia de las audiencias adolescentes y jóvenes como sujetos activos, participativos, creativos y productores de sus propios mensajes, la web los convocará para que envíen cortos o videos realizados y producidos por ellos mismos.

Manifiesto



[www.
encuentro.
gob.ar](http://www.encuentro.gob.ar)



[www.
pakapaka.
gob.ar](http://www.pakapaka.gob.ar)

.01

Somos canales públicos y estatales, dependientes del Ministerio de Educación de la Nación.

Nuestra existencia es ejemplo de un momento inédito en la transformación de los medios de comunicación en la Argentina, una etapa donde el Estado nacional creó marcos regulatorios antimonopólicos y financió activamente la producción de contenidos audiovisuales.

.02

Somos canales educativos que enseñamos, informamos, entretendemos e interpelamos críticamente a la sociedad.

La historia, la ciencia, el deporte, la geografía, la salud, la naturaleza, el cine, el arte, la música, la literatura...

Nada de lo humano nos es ajeno y lo hacemos propio sabiendo que el lenguaje televisivo implica articular contenidos y formatos con una propuesta narrativa y estética atrayente e innovadora.

.03

Somos federales.

El campo y la ciudad, la periferia y el centro, el Norte y el Sur, Buenos Aires y las provincias: buscamos superar estas antinomias históricas poniendo al aire todos los paisajes, todas las tonadas, todos los rostros. De Ushuaia a La Quiaca, sin dividarnos de las islas Malvinas.

.04

Brindamos un servicio público.

Como define la actual Ley de medios, nuestros canales ofrecen un "servicio de comunicación audiovisual". En este sentido, nuestros objetivos están más cerca de la educación y la salud, que de la televisión como negocio o mero entretenimiento.

.05

Aportamos al desarrollo de la industria audiovisual.

En una década se crearon alrededor de 25.000 puestos de trabajo en la industria audiovisual. Fuimos parte de ese desarrollo a través de una forma de producción que permitió que Pymes, universidades y centros audiovisuales del Estado se integren a las industrias culturales nacionales.

.06

Hacemos producciones de calidad.

Nuestros programas tienen estándares altos de calidad en los aspectos técnicos, artísticos y de contenido. Por eso nuestras producciones son competitivas tanto en el mercado nacional como internacional, y han obtenido premios y nominaciones en todo el mundo.

.07

Contribuimos a ampliar el imaginario nacional.

El documentalista Patricio Guzmán dice que un país sin cine documental es "como una familia sin álbum de fotos". Producimos cientos de imágenes novedosas para enriquecer el "álbum de fotos" del país. Tenemos una mirada amplia sobre la cultura: alta, baja, popular, masiva, élitista. Las clasificaciones apresuradas no forman parte de nuestra programación, que recorre sin prejuicios el arco que va, por poner un ejemplo, de la cumbia vilera a la ópera.

.08

Hacemos producciones para la escuela y, a la vez, pensamos la escuela.

Qué enseñar y cómo enseñar son las preguntas claves de toda pedagogía. Hicimos estas preguntas y sumamos otras: cómo narrar y cómo mostrar contenidos para contribuir a la enseñanza no solo en las aulas, sino también en otros espacios públicos como festivales, museos, foros, sitios web.

.09

Le hablamos a un pueblo múltiple, diverso, siempre en transformación.

Mujeres, varones, chicos, chicas, jóvenes, adultos, ancianos, trabajadores, desocupados, estudiantes, heterosexuales, homosexuales, transsexuales, pueblos originarios, afro, personas con discapacidad, argentinos, extranjeros... La pluralidad de voces está contemplada en nuestras pantallas, y quienes aún no están incluidos pueden exigirlo.

.10

Estamos comprometidos con los Derechos Humanos.

Estar ubicados en el Espacio Memoria y Derechos Humanos (ex ESMA) donde funcionó un Centro Clandestino de Detención, no es un dato meramente geográfico, sino que implica un compromiso con los derechos humanos en varios sentidos: con la memoria, a través de la revisión del pasado reciente; con la comunicación entendida como derecho humano; con los derechos de los niños/as y adolescentes; y con el cumplimiento y la ampliación de los derechos humanos en el presente.

.11

Dialogamos con la región latinoamericana y con el mundo.

Mediante acuerdos de cooperación, intercambio y coproducción estamos en contacto con otras televisiones y productores de diferentes países. Alojamos los mejores contenidos educativos internacionales y, a la vez, exportamos los propios para enriquecer las pantallas de otros países. De esta manera, además, mostramos en el exterior nuestra visión del mundo.

.12

Trabajamos en pos de la convergencia tecnológica.

Las plataformas virtuales nos brindan múltiples posibilidades experimentar con nuevos formatos, ampliar y dinamizar el diálogo con las audiencias y brindar otros herramientas para trabajar en el aula.

.13

Estamos reinventando las definiciones sobre la televisión pública.

El desarrollo de nuestras experiencias, ancladas en contextos históricos novedados, está contribuyendo a ampliar las discusiones sobre los medios públicos: cómo debe ser la relación con los Estados, los gobiernos y los mercados; cuáles deben ser las formas de financiamiento; cómo pensar la tensión entre contenidos educativos y masivos; cómo interpele a audiencias cada vez más amplias; cómo adecuar los parámetros de la administración pública a los tiempos de las producciones audiovisuales.

.14

Propiciamos la transparencia en el uso de los fondos públicos.

Vivimos en un tiempo donde el Estado volvió a ser garante de los derechos, de ahí nuestra plena dedicación a hacer un uso responsable de los fondos públicos.

.15

Nuestra forma de trabajo se desarrolla a partir de un mecanismo específico: la producción delegada.

Bajo la coordinación de nuestros canales, las productoras, las universidades y otros espacios generan los contenidos audiovisuales. Así, el Estado no cede su lugar de constructor de relatos, sino que lo enriquece sumando otras voces.

.16

Nuestros contenidos están elaborados rigurosamente por los especialistas más destacados en cada área.

Uno de nuestros hitos fue convocar a académicos y científicos a producir contenidos minuciosos para después traducirlos al lenguaje audiovisual.

.17

Trabajamos por una programación accesible para las personas con discapacidad.

La accesibilidad de los contenidos es uno de nuestros desafíos ya que propiciamos una comunicación inclusiva. Equipos de especialistas adaptan nuestras propuestas para las personas con discapacidad visual y auditiva.

.18

Apostamos a la experimentación estética.

Buscamos continuamente formatos que habiliten nuevos modos de mirar para "desautomatizar" las formas de consumo audiovisual. Consideramos que el disfrute y la búsqueda de belleza pueden ir de la mano de la formación de televidentes que sean críticos de las imágenes y los medios de comunicación.

.19

Hablamos el idioma de los argentinos.

La programación que se compra en el exterior y requiere doblaje o subtítulo elude el llamado "neuro". En nuestras pantallas los chicos comen "torta" y no "pastelitos", los "autos se estacionan" y no "se aparcan".

.20

Buscamos fortalecer la identidad colectiva a partir de reconocernos en un pasado común.

Nuestros canales fueron testigos y protagonistas del creciente interés de la sociedad por la historia. La creación de Zamba, a esta altura una marca de nuestros espacios, es tal vez el mejor ejemplo de cómo una narración deprejuiciada puede acercarnos a la historia nacional.

14 criterios de calidad del CONACAI



Promoción, protección y defensa de derechos

Los contenidos de la programación deben ser compatibles con los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes, sus principios, fundamentaciones y regulaciones, en el marco de la Convención Internacional de los Derechos del Niño, y leyes nacionales y provinciales (Ley N° 26.061 de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes¹, Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual² y Ley Nacional N° 26.206 de Educación³).



Diversidad

Se debe tener en cuenta la diversidad⁴ en sus dimensiones cultural, de género, de ideas y formas de entender el mundo, de capacidades, contextos sociales y realidades socioeconómicas, credos, orígenes, rasgos físicos y lenguas. En la grilla de programación deberá estar presente, también, la diversidad de estéticas, formatos y procedencia, fuente u origen de los contenidos.



Dignidad

Se debe incentivar la autoestima y la promoción de la integridad y el respeto a la identidad, evitando situaciones de humillación o ridiculización, la transmisión de prejuicios y estereotipos⁵ o cualquier otra forma de discriminación; se debe contribuir a la comprensión social de niñas, niños y adolescentes como sujetos de derecho; y la violencia física o simbólica no debe ser apelada como forma de entretenimiento o como vía eficaz de resolución de conflictos.



Información

Se debe garantizar el acceso a información⁶ local, nacional e internacional, contextualizada y adaptada a la comprensión de niñas, niños y adolescentes, que aporte al entendimiento de los procesos sociales en esas tres instancias, evitando la morbosidad, las imágenes crueles y las escenas violentas que no resulten imprescindibles para el conocimiento del hecho noticioso; se debe observar la protección integral en las noticias que involucren a niñas, niños y adolescentes, no aportando datos que permitan su identificación pública⁶ en situaciones de violencia.



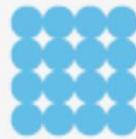
Voz propia

Se deben incluir las perspectivas de niñas, niños y adolescentes, a través de sus voces, opiniones, intereses y puntos de vista⁷, prestando atención a las diferencias originadas en su pertenencia social, evitando la estigmatización y propiciando una contribución activa de ellos en la generación de los contenidos.



Hábitos saludables

Se deben producir y difundir mensajes apropiados al público al que van dirigidos desde el punto de vista cognitivo, emocional y de desarrollo, evitando incentivar el consumismo y las conductas destructivas y autodestructivas; se deben promocionar hábitos de cuidado del cuerpo y el ambiente, evitando la emisión de mensajes que inciten a una nutrición de baja calidad y al consumo de sustancias tóxicas y/o psicoactivas; y se deben excluir estereotipos corporales que puedan llevar a afecciones derivadas de trastornos alimenticios.



Federalismo

Se debe promocionar el respeto y debe haber presencia en pantalla de las realidades de las diferentes regiones y provincias del país, impulsando especialmente una producción de contenidos de carácter federal⁸.



Capacidad crítica

Se debe estimular la capacidad de observar y analizar críticamente las representaciones de la realidad que ofrecen los medios de comunicación, propiciando la reflexión, la creatividad y la imaginación.



Audiencias

Se deben distinguir las diferentes edades, permitiendo identificar los grupos etarios a los que se dirige la programación, tanto por los temas como por los tratamientos elegidos; y se debe considerar la posibilidad de que los contenidos audiovisuales lleguen a un público de menor edad al identificado como destinatario.



Identidad

Se deben integrar las particularidades locales y la cultura propia de cada región del país, promoviendo el respeto y la difusión de las diversas lenguas en uso en nuestro territorio nacional. Los contenidos audiovisuales deben tender a afianzar los vínculos que niñas, niños y adolescentes tienen con sus comunidades⁹.



Curiosidad

Se debe fomentar la creatividad e incentivar el interés por la investigación, la experimentación, el placer del descubrimiento, la búsqueda del conocimiento y todos los lenguajes artísticos.



Recreación

Se debe impulsar la diversión, el tiempo libre, el esparcimiento saludable y el juego, incentivando la actividad física, más allá de las pantallas y las tecnologías.



Participación

Se debe promocionar la construcción de ciudadanía mediante el ejercicio de los derechos, la participación, la organización social y los valores de la cultura democrática.



Producción

Se debe jerarquizar la producción dirigida a los niños, niñas y adolescentes como una especialidad compleja, que debe reunir los mayores estándares en materia de recursos invertidos, tecnología utilizada, actualidad de temas y abordajes, tratamiento técnico y estético, y creatividad y originalidad puestas de manifiesto; y se deben examinar estrictamente las normativas respecto del trabajo infantil cuando participen niños en las producciones audiovisuales.

