



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Los medios públicos como garantes del derecho a la educación. La política de contenidos de Pakapaka frente al aislamiento social, preventivo y obligatorio

Agustina Arripe

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 2, octubre 2020

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

Los medios públicos como garantes del derecho a la educación. La política de contenidos de Pakapaka frente al aislamiento social, preventivo y obligatorio

Nicolás Bernardo

juan.bernardo@perio.unlp.edu.ar

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

Resumen

Este trabajo se propone analizar la estrategia de contenidos de la señal pública destinada a niños, Paka Paka, en el marco del aislamiento social preventivo y obligatorio decretado por el Estado nacional ante la pandemia de COVID-19.

A partir de la necesaria suspensión de las clases presenciales en los distintos niveles del sistema educativo en marzo de 2020, el Ministerio de Educación de la Nación diseñó un esquema para garantizar la continuidad del dictado de la curricular escolar.

La principal herramienta, creada en conjunto con Educar S.A. y Contenidos Públicos S.A. (mediante la resolución N° 106/2020), fue el portal seguimoseducando.gob.ar. Este programa incluyó también la producción y emisión de la programación audiovisual a través de las señales dependientes de la Secretaría de Medios y Comunicación Pública: Televisión Pública Argentina y sus repetidoras, Encuentro, Paka Paka, DeporTV, Radio Nacional y Cont.ar.

Paka Paka destinó 8 hs. de su programación diaria a la emisión de contenidos de la currícula escolar, además de las repeticiones de los días previos. Además, en junio de 2020 estrenó su nueva programación con una perspectiva de articulación con los contenidos escolares y centrada en la interpelación de los niños, niñas y niños como sujetos de derechos.

Esta ponencia parte entonces de la hipótesis de que la política de contenidos de Paka Paka tiende a restituir el objetivo original de la señal como herramienta fundamental del sistema educativo. Por lo tanto, una primera dimensión de análisis tiene por objeto la propuesta de contenidos generada y emitida en ese contexto.

Por otro lado, resulta necesario, en una segunda dimensión de abordaje, observar retrospectivamente el desarrollo de la señal desde su creación como canal autónomo en 2010, en relación con las políticas de comunicación, y particularmente con aquellas que involucran a los medios públicos. La política de comunicación desarrollada durante la gestión Cambiemos (2015-2019) transformó la misión y los objetivos originales de las señales públicas educativas. En este sentido un punto de inflexión fue el decreto 1222/16 a través del cual se creó "Contenidos Públicos Sociedad del Estado", y que estableció que el control de las señales Paka Paka, Encuentro y DeporTV pasaran de la órbita del Ministerio de Educación al Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos dependiente de la Jefatura de Gabinete. El cambio de dependencia implicó no solo una modificación administrativa, sino que afectó el espíritu original de las señales ligado a la producción de materiales educativos, de alcance público y de calidad, contradiciendo lo establecido por el artículo 102 de la ley de educación N° 26206 del año 2006.

El análisis de la política de medios públicos y específicamente Paka Paka, a partir de la idea de la restitución, requiere entonces caracterizar las estrategias y la política de contenidos de la actual gestión en relación con la desarrollada por las gestiones precedentes.

Palabras clave

Educación, Pandemia, Política Públicas.

Introducción

El 20 de marzo de 2020, debido a la pandemia de COVID-19, el Gobierno Nacional decretó la suspensión de las clases presenciales en todos los niveles educativos y desarrolló un plan integral para garantizar la continuidad pedagógica. En esa estrategia, los canales públicos, particularmente las señales educativas, fundamentalmente Canal Encuentro y Pakapaka, cumplen un papel fundamental. La hipótesis de la que parte esta ponencia está vinculada precisamente a la restitución del carácter educativo de los medios públicos a partir de la asunción del gobierno de Alberto Fernández el 10 de diciembre de 2019, independientemente de la pandemia, pero profundizada por las circunstancias.

Durante estos meses se han desarrollado una serie de políticas públicas que pretenden revalorizar los medios públicos educativos y articularlos nuevamente con la currícula escolar, es decir, recuperar la misión y los objetivos originales. Particularmente esta ponencia tiene como objeto la señal destinada a niños de 2 a 12 años, Paka Paka, no obstante muchas de las referencias particulares a esta señal pueden hacerse extensivas a los otros canales concebidos originalmente como educativos como Canal Encuentro y DeporTV, y al resto de los medios públicos.

Entonces, el desarrollo de la señal y su propuesta de contenidos está articulada con una serie de políticas públicas que en este trabajo se propone describir y analizar. En este punto es preciso definir qué se entiende por política de comunicación. Tal como plantea Califano (2018: 52):

La noción de políticas de comunicación refiere, en términos generales, al conjunto de principios, objetivos, acciones y normas aplicados por las autoridades para regular diversas aristas vinculadas con el funcionamiento de los medios de comunicación. Dichas regulaciones pueden referirse a la estructura de propiedad de los medios, sus contenidos, sus formas de financiamiento, la configuración de los mercados, las formas de adjudicación de licencias, la infraestructura técnica y los desarrollos tecnológicos, entre otras

El análisis de la política de medios públicos y específicamente Paka Paka, a partir de la idea de la restitución, requiere entonces caracterizar las estrategias y la política de contenidos de la actual gestión en relación con la desarrollada por las gestiones precedentes. En este sentido se proponen cuatro ejes a partir de los cuales caracterizar el desarrollo de la señal en tres períodos: desde su creación hasta la asunción de Mauricio Macri el 10 de diciembre de 2019, la gestión durante ese gobierno, y los nueve meses de gobierno de Alberto Fernández, atravesados prácticamente en su totalidad por la situación excepcional generada por la pandemia.

Pakapaka como canal educativo

Durante la gestión presidencial de Néstor Kirchner (2003) y, fundamentalmente, de Cristina Fernández (2007-2015) se desarrolló en Argentina -en consonancia con el resto de los gobiernos populares de la región- una política de comunicación centrada en la democratización del sistema de medios, altamente concentrado y con un funcionamiento orientado por criterios eminentemente comerciales. Algunas de las principales estrategias implementadas para avanzar en la garantía del derecho a la comunicación fueron el desarrollo de marcos regulatorios, principalmente la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 -en adelante LSCA-, y el fortalecimiento del sistema de medios públicos (Saintout, 2013). En ese contexto es que se creó la señal de contenidos para niños en el marco del Ministerio de Educación de la Nación. Desde 2009 Pakapaka se emitía como un segmento dentro de Canal Encuentro, la primera señal educativa dependiente del Estado Nacional, y se lanzó oficialmente como canal el 17 de septiembre de 2010. El objetivo fundacional de la señal era construir nuevos modos de interpelación a los niños a partir de contenidos audiovisuales. Hasta entonces los productos televisivos infantiles eran producidos

casi exclusivamente por el mercado, y en la mayoría de los casos por empresas extranjeras.

Pakapaka se desarrolló inicialmente en el marco de una política comunicacional de garantía de derechos audiovisuales que por primera vez contempló a los niños como sujetos de derechos (Vellegia, 2011). El proyecto representó en Argentina una experiencia inédita de una señal de 24 horas sin la marca de origen del mercado transnacional, y con el componente adicional de haber sido puesta en marcha por el Ministerio de Educación en el marco de una política integral de comunicaciones. Se enmarcó principalmente, entonces, en las prerrogativas de la Ley Nacional de Educación N°26206 –sancionada en 2006- que en su artículo 102 establece que:

El Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología encargará a Educ.ar Sociedad del Estado, a través de la señal educativa "Encuentro" u otras que pudieran generarse en el futuro, la realización de actividades de producción y emisión de programas de televisión educativa y multimedial destinados a fortalecer y complementar las estrategias nacionales de equidad y mejoramiento de la calidad de la educación, en el marco de las políticas generales del Ministerio.

Los objetivos de la creación de los canales de acuerdo con la propia ley estaban orientados a los docentes como una herramienta de capacitación, a los estudiantes con el objetivo de enriquecer el trabajo en el aula, ampliando los contenidos curriculares; a los adultos y jóvenes que están fuera del sistema educativo, a través de propuestas de formación profesional y técnica, alfabetización y finalización de la Educación Primaria y Secundaria; y a la población en general mediante la emisión de contenidos culturales, educativos y de divulgación científica.

Efectivamente la misión y los objetivos de la señal estuvieron orientados en el sentido propuesto por la esta ley y eso se tradujo en los contenidos. El Estado Nacional se incorporó con una perspectiva centrada en la garantía de derechos en un escenario hegemonizado por empresas internacionales y dominado por la lógica de la acumulación. Históricamente, los niños han sido interpelados y contruidos como públicos en tanto consumidores, con las consecuentes implicancias en la afectación de sus derechos, por ejemplo, con la construcción de modelos de éxito a partir de determinados estereotipos socioculturales y de género que vulneran, entre otros, el derecho al reconocimiento a la propia identidad.

En este sentido, es preciso destacar su función como una herramienta de formación cívica. A partir de la concepción de los niños como sujetos de derecho, se generó una convocatoria a reconocer la existencia de una serie de problemas que les involucran y en los cuales deben tener participación para que puedan identificarse a sí mismos como ciudadanos. Los derechos son tales en la medida que el sujeto de ese derecho

puede reconocerlo como propio. Entonces se promovió el empoderamiento, entendiendo que la apropiación de un derecho, su actualización y la demanda son producto, fundamentalmente, un proceso pedagógico, de formación cívica, y de reconocimiento del Estado como interlocutor para conquistar derechos, pero también para reclamarle por su incumplimiento.

Durante la gestión de la alianza Cambiemos se obturó esa articulación con el proceso de enseñanza aprendizaje en las aulas. La decisión más significativa del Gobierno Nacional en relación a Pakapaka y el resto de las señales públicas educativas fue la sanción del decreto N°1222/16 que creó "Contenidos Públicos Sociedad del Estado". De esta manera el control de los canales pasó del Ministerio de Educación al Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos de la Jefatura de Gabinete. El cambio de dependencia implicó no sólo una modificación administrativa, sino que afectó el espíritu original de las señales ligado a la producción de materiales educativos, de alcance público y de calidad, contradiciendo lo establecido por la Ley Nacional de Educación en su artículo 102, mencionado con anterioridad.

Esta decisión tuvo su correlato en la gestión de la señal y en la política de contenidos, que tendió a lógicas más propias de un canal cultural. Esto se articula con otras dimensiones ligadas a la producción desarrolladas en los siguientes apartados.

Un primer elemento que es preciso destacar a la hora de caracterizar las políticas públicas desarrolladas por el gobierno de Alberto Fernández en relación a los medios públicos, más precisamente a los educativos, y específicamente con Pakapaka, es justamente la restitución de su articulación con el sistema educativo. La transformación en la concepción de los canales públicos, ubicándolos nuevamente como garantes del derecho a la educación -aun cuando, sigan bajo la órbita del Sistema Federal de Medios Públicos - se evidencia especialmente en la coyuntura generada por la pandemia y la necesidad de construir herramientas para garantizar la continuidad pedagógica a distancia.

A partir de la necesaria suspensión de las clases presenciales en los distintos niveles del sistema educativo en marzo de 2020, el Ministerio de Educación de la Nación diseñó un esquema para garantizar la continuidad del dictado de la curricular escolar. La principal herramienta, creada en conjunto con Educar S.A. y Contenidos Públicos S.A. (mediante la resolución N° 106/2020), fue el portal seguimoseducando.gob.ar. Este programa incluyó también la producción y emisión de la programación audiovisual a través de las señales dependientes de la Secretaría de Medios y Comunicación Pública: Televisión Pública Argentina y sus repetidoras, Encuentro, Pakapaka, DeporTV, Radio Nacional y Cont.ar.

Los contenidos de Pakapaka están utilizados en "Seguimos educando" como recursos para trabajar temáticas específicas. A modo de ejemplo: en el área ciencias naturales de nivel inicial ofrece, para abordar la temática de los túneles creados por los animales, el capítulo de "Medialuna, aventuras en la selva", "Un túnel embrujado"¹. En el caso de ciencias sociales en nivel primario, para trabajar el lugar de las mujeres en los procesos independentistas en América Latina, propone la canción de Zamba "Yo soy Juana"², y a la vez se complementa con un apartado en el cuadernillo entregado por el Ministerio de Educación de la Nación a les estudiantes y que está accesible también en la plataforma. Estos dos ejemplos son ilustrativos de la articulación de los contenidos de la señal en esta estrategia de continuidad pedagógica y de, precisamente, la recuperación de su valor en ese sentido.

Paralelamente, Pakapaka destina ocho horas de su programación diaria a la emisión de contenidos de la currícula escolar divididos en franjas horarias por nivel. A esas ocho horas se suman las repeticiones de los días previos . En este caso tanto animadores y docentes reponen el escenario áulico para trabajar los contenidos específicos de la currícula escolar.

La diversificación de plataformas es fundamental para garantizar el acceso a los contenidos. Tanto la TV Pública, como Pakapaka incrementaron los índices de audiencia, en relación a las semanas previas al aislamiento. La propia web de Seguimos educando tuvo 3, 5 millones de visitantes únicos a finales de abril. Un 67% de ellos accedieron desde teléfono celular. En este punto es determinante el acuerdo entre el Gobierno Nacional y los prestadores de servicios de telefonía móvil para que no cobren los datos móviles utilizados para el acceso a las plataformas con extensión .ar

La garantía de acceso se juega también en la incorporación de Pakapaka en la grilla básica de los sistemas de televisión de pago. El devenir de este problema requiere un desarrollo específico.

Accesibilidad: la inclusión/exclusión en la grilla básica de la televisión por suscripción

La política de medios desarrollada durante el período 2003-2015 estuvo orientada por el fortalecimiento de los medios públicos, por ubicarlos en un lugar central en el escenario mediático, eso se evidenció en los niveles presupuestarios y de audiencia, por ejemplo. Específicamente en los medios educativos, la accesibilidad es determinante. Eso estuvo contemplado en el entramado legal sobre el que se sustentó el origen de estas señales

El artículo N°65 de la LSCA 26522 establece en su punto 3, en relación a los servicios de televisión por suscripción de recepción fija, que estos:

- a. Deberán incluir sin codificar las emisiones y señales de Radio Televisión Argentina Sociedad del Estado, todas las emisoras y señales públicas del Estado nacional y en todas aquellas en las que el Estado nacional tenga participación;
- b. Deberán ordenar su grilla de programación de forma tal que todas las señales correspondientes al mismo género se encuentren ubicadas en forma correlativa y ordenar su presentación en la grilla conforme la reglamentación que a tal efecto se dicte, dando prioridad a las señales locales, regionales y nacionales.

El 7 de septiembre de 2010 -vigente a partir del 1 de octubre de 2010- el Directorio de la AFSCA dispuso mediante Resolución N°296 que todos los titulares de los servicios de televisión por suscripción deben ordenar las señales de sus grillas de programación de forma tal que todas aquellas que correspondan al mismo rubro de programación se encuentren ubicadas en forma correlativa "comenzando si existiese por la señal del género del bloque producida por el Estado nacional o donde éste sea parte", tal cual lo establece la norma.

Luego de reclamos reiterados del Poder Ejecutivo Nacional, del cuerpo legislativo oficialista³ y de diversos actores políticos y sociales que impulsaban la plena vigencia de la ley, progresivamente los distintos operadores de servicios de televisión por suscripción como *Directv* adecuaron su grilla al marco regulatorio. El 16 de mayo de 2011 Cablevisión incorporó Pakapaka a su paquete digital -limitado a alrededor del 25 por ciento de sus abonados-. Finalmente, el 26 de enero de 2014 sumó la señal al abono básico en el lugar de la grilla correspondiente de acuerdo a lo establecido por la normativa.

A partir de diciembre de 2015 la administración estatal avanzó en la destrucción de uno de los pilares sobre los que se sostuvo la propuesta de Pakapaka como lo fue la LSCA 26522. Diversos trabajos en los últimos años han analizado pormenorizadamente la política de comunicación durante la gestión de la alianza Cambiemos, entre ellos pueden mencionarse el de Bernadette Califano (2018) que aborda fundamentalmente la construcción de un marco regulatorio durante el primer año de gobierno a partir de Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU), o el de Romina Carrillo (2018) en el cual establece una comparación con la gestión del presidente Lenin Moreno en Ecuador.

A pocos días de haber asumido la presidencia Mauricio Macri, a través del Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) N°13/2015, se creó el Ministerio de Comunicaciones. Este organismo puso bajo su órbita a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y a la Autoridad Federal de Tecnologías de la

Información y las Comunicaciones (AFTIC), absorbiendo todas sus competencias. Luego, también en diciembre de 2015, el Presidente firmó el DNU 236/2015 que dispuso la intervención de los mismos, como también la remoción de sus respectivos directorios.

El 4 de enero de 2016 se publicó en el Boletín Oficial el DNU N° 267/2015. Éste modificó drásticamente la LSCA 26522 y la Ley 27078 Argentina Digital, por ejemplo, en las autoridades de aplicación de cada una de las leyes. En este sentido, creó el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) -una autoridad con una conformación y mecanismos de funcionamiento poco democráticos- que absorbió las competencias asignadas a la AFSCA por la LSCA 26522. También disolvió el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual y el Consejo Federal de Tecnologías de las Telecomunicaciones y Digitalización. Los decretos desplazaron a las universidades de todos los espacios de toma de decisiones sobre el sistema de medios, tanto del directorio de la AFSCA como del Consejo Federal. Además, entre otras disposiciones, generó transformaciones en el modo de concebir los servicios de televisión por cable y modificó el régimen de prórroga de licencias de servicios audiovisuales.

Al definir al servicio de televisión por cable como servicio de telecomunicaciones y no como servicio de radiodifusión, se derogaron indirectamente todas las obligaciones en materia de composición y orden de grillas de programación dispuestas en el artículo 65 de la LSCA⁴. De esta manera el Poder Ejecutivo legitimó al principal operador de servicios de televisión por cable, Cablevisión -Grupo Clarín- para quitar Pakapaka de su grilla básica en octubre de 2018.

A partir de la pandemia de COVID-19, y atendiendo a la necesidad de garantizar la accesibilidad de los contenidos, el Gobierno Nacional acordó con los cableoperadores la incorporación de las señales públicas educativas en los paquetes básicos, por el tiempo que se extienda la suspensión de clases presenciales, dejando postergada la discusión respecto a la normativa.

En este sentido es importante la Resolución 915/2020 de ENACOM⁵ que, si bien no especifica la incorporación y el ordenamiento de las señales públicas, en su artículo 1 establece que:

los titulares de Licencia Única Argentina Digital con registro de radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico y/o radioeléctrico, en sus grillas analógicas y digitales; y de licencias de comunicación audiovisual por suscripción por vínculo satelital (DTH) deberán ordenar las señales de sus grillas de programación de forma tal que todas aquéllas que correspondan al mismo rubro de programación se encuentren ubicadas en forma correlativa.

Además establece que los licenciarios deberán adecuar sus grillas dentro de los treinta días de publicación de la resolución y que tendrán que presentar la Declaración Jurada Anual de la Grilla de Señales, hasta el 30 de abril de cada año.

El origen y los modos de producción de contenidos

La modalidad de generación de contenidos educativos estuvo originalmente vinculada con otro objetivo fundacional del proyecto, ligado a la promoción de la producción nacional, a partir de la producción propia y de la contratación de productoras de contenidos de distintas regiones del país, complementado generalmente con programas de señales públicas educativas y culturales de otros países de América Latina⁶.

Una de las formas privilegiadas de producción por parte de los medios públicos educativos y en particular de Pakapaka fue la "producción delegada". Se trata de un sistema mixto en el que el Estado participa en todas las instancias de producción a cargo de las empresas particulares, a las cuales delega la realización integral mediante licitaciones. Es un tipo de producción conjunta entre las productoras - generalmente pequeñas y medianas- y los equipos técnicos y artísticos de las señales, que comprende desde la aprobación del proyecto audiovisual hasta su realización completa y emisión en las pantallas. (Ministerio de Educación, CAPP; 2013, p.11)⁷

Según Tamara Smerling (2018) La producción propia de Pakapaka entre 2016 y 2018 se redujo en un 75 por ciento: "de 87,60 horas de producción propias (19 series y 7 microprogramas, muchos realizados durante la gestión anterior) en 2016, se pasó a menos de la mitad: 37,55 (8 series, 5 micros y una app) en 2017. La cifra de 2018, hasta ahora, es de seis producciones propias (seis series y 2 microprogramas), con un total de 22,75 horas."

La tendencia a la baja de las producciones propias se dio en beneficio de las producciones extranjeras con las cuales no hay vínculo de delegación. De un relevamiento cuantitativo sobre la grilla de programación emitida durante 2017 se desprende que, por ejemplo, de los 22 programas emitidos en octubre, 8 (36,3 %) fueron adquiridos a productoras extranjeras. La tendencia a la extranjerización se profundiza si se incorporan las películas emitidas por la señal. De ese mismo análisis se desprende que de los 14 filmes emitidos en 2017 en el ciclo "Cine en PKPK", la totalidad son producciones extranjeras. En algunos casos se trató de producciones alternativas -en este punto había una continuidad, por ejemplo, con el ciclo de películas de Hayao Miyasaki, del Estudio Ghibli, emitido en 2015- y otras que forman

parte del circuito comercial y son accesibles por los sistemas dominantes de producción simbólica, como por ejemplo las producciones de *Dreamworks* como "El origen de los guardianes" (2012), "Cómo entrenar a tu dragón" (2010).

Esta tendencia a la reducción de la producción propia y el reemplazo por la adquisición de programas, series y películas realizados en el extranjero, está vinculada con la política presupuestaria en la gestión de los medios públicos desarrollada en el período. El presupuesto de Pakapaka se redujo en casi dos tercios entre 2016 y 2017. Pasó de 101.626.748 de pesos a 36.499.652, y en 2018, alcanzó su mínimo histórico: 6.583.231 de pesos. (Smerling, 2018)

En el marco del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, en junio de 2020, Pakapaka estrenó la nueva programación que se complementa con las 8 horas de contenido específicamente ligado a currícula escolar. Es posible observar como tendencia la generación de contenidos locales. Formar parte de la grilla de programación, por ejemplo, "Familia Pampa", una serie sobre las culturas precolombinas producida conjuntamente por la Provincia de Buenos Aires y la productora "El perro en la luna"⁸. Estos a la vez se complementan con producciones o coproducciones de televisoras públicas de distintos países de América Latina como "Mi genial y fantástico sasquatch" de Colombia. También continúan con estrenos algunos programas y series como "Petit" -una coproducción de Pakapaka con la productora chilena Pájaro, la argentina Non Stop, y la televisora pública Colombiana, Señal Colombia-.

En relación a la restitución, tanto material como simbólica, de la misión y los objetivos originales de la señal se evidencia en la producción de capítulos estreno de la serie emblemática de la señal "La asombrosa excursión de Zamba"⁹, no solo por sus contenidos que remiten a la escuela y se articulan con la currícula, sino también porque el reconocimiento de la serie por parte de los niños está ligado generalmente a los espacios educativos (Bernardo, 2017, Murolo, 2013).

El correlato en los contenidos. Producción audiovisual y derechos

La generación de contenidos locales o latinoamericanos está vinculada a uno de los propósitos originarios de la señal ligados a la construcción de un modo de interpelación a los niños alternativo al hegemónico. Frente a una oferta orientada predominantemente por la lógica comercial, producida mayoritariamente en Estados Unidos y con una propuesta estandarizada para toda América Latina, Pakapaka se erigió como una respuesta centrada en el reconocimiento de los distintos modos de transitar la infancia. En este sentido, la no utilización del lenguaje "neutro", la

ausencia de publicidades comerciales, el intento de ruptura de estereotipos de género, entre otras, constituyen un elemento más en la construcción de una interpelación centrada en los derechos y no en el consumo.

En un trabajo precedente (Bernardo, 2017) está desarrollado el análisis cualitativo de los contenidos, pero a modo síntesis puede afirmarse que en la programación original de la señal había una serie de características en las que se traducían esta ética subyacente:

La primera está asociada a la constitución como una herramienta educativa orientada fundamentalmente a que los niños puedan reconocerse como sujetos de derechos, mencionada anteriormente.

La segunda es la resolución colectiva, reflexiva y no violenta de los conflictos, sin que ello suponga la negación de su existencia.

En tercer lugar, el reconocimiento de la diversidad y la valoración de la igualdad de género, sociocultural, de clase, etc.

En cuarto lugar, la promoción de un vínculo respetuoso con la naturaleza que parte de, en relación con lo planteado previamente, la incorporación de otras experiencias distintas a la urbana transnacional de vivir la cotidianeidad.

El posicionamiento del gobierno de Mauricio Macri respecto de lo público en general y del sistema público de medios, y la concepción del derecho de los niños a la comunicación y la educación quedaron evidenciados en el proceso de desfinanciamiento de la señal, que redundó en transformaciones en la producción de los contenidos. De un mecanismo centrado en la producción delegada, que aportaba control del proceso de producción por parte del Estado y garantizaba una producción federal, se pasó -luego de una primera etapa en el bienio 2016/ 2018 en la que se mantuvieron contenidos que habían sido producto de licitaciones previas- a otro de reducción de la producción tanto propia como de aquella generada a partir de productoras independientes, incumpliendo lo establecido por la LSCA 26522 -con las implicancias en términos simbólicos que conlleva que el Estado incumpla en el sistema público lo establecido por la normativa vigente-. Paralelamente, se sumaron diversas producciones extranjeras, que poco tenían que ver con el espíritu educativo y la impronta latinoamericanista del proyecto original.¹⁰

De todos modos es posible afirmar entonces que el canal conservó ciertos parámetros respecto de la concepción ética, estética y narrativa original. Si bien se incorporaron producciones *mainstream* -especialmente en los ciclos de películas- se sostuvieron algunas diferencias sustanciales con el sistema de medios comercial - fundamentalmente la ausencia de anuncios publicitarios-. Sin embargo, debido a la

decisión política de desligarlo de su función en la producción de materiales educativos, Pakapaka adquirió una impronta más propia de un canal cultural que de un canal educativo.

La política de contenidos de la gestión actual evidencia, en principio, una restitución de un modelo alternativo centrado en la interpelación centrada en los derechos, reconociendo una mirada educada en determinados formatos hegemónicos, en el uso de las redes digitales, etc.. El nuevo slogan de la señal y el *branding* permiten interpretar la orientación de la gestión. El lema original "el poder de la imaginación", acompañado de una caja de cartón, y el actual "inventar el mundo" remiten a la convocatoria a los niños, a la posibilidad de jugar, aprender y de experimentar colectivamente y sin la intermediación del mercado.

La imagen de marca con formas geométricas y colores que crean figuras, representa esta idea de la posibilidad de armar y desarmar el mundo, de la invención a partir de la imaginación. En el *branding* de Pakapaka es reconocible la proximidad con la estética de *Spotify*, en este sentido es evidente la existencia de elementos disruptivos con las lógicas dominantes y a la vez un diálogo con un universo reconocible por los niños en su experiencia en los consumos *mainstream* y fundamentalmente en las redes digitales.

Palabras finales

El propósito de esta presentación es realizar una primera caracterización de la política comunicacional del gobierno de Alberto Fernández en relación a los medios públicos educativos y particularmente los primeros lineamientos de la gestión de Pakapaka y su política de contenidos, atendiendo al contexto de emergencia en cual asumió la nueva gestión. En este sentido es posible plantear algunas conclusiones provisionarias, en tanto se presentan en pleno desarrollo de los acontecimientos.

En principio, lo que se evidencia es una orientación de la señal hacia la misión y los objetivos fundantes, a partir de la rearticulación con el entramado normativo que favoreció su creación y desarrollo originario. Esto se da, fundamentalmente, a partir de políticas de hecho, es decir sin desarmar el engorroso marco normativo generado a partir de decretos y resoluciones de la autoridad de aplicación, que desmembraron una de las bases del canal como la LSCA.. El acuerdo con los cableoperadores para incorporar a Pakapaka al paquete básico, y con las prestadoras de servicios de telefonía móvil para que no cobren los datos utilizados para ingresar a las páginas con dominio edu.ar; y el restablecimiento de la dimensión educativa de los canales

aún bajo la órbita del Sistema Federal de Medios Públicos, dan cuenta de esta dimensión.

No obstante, también se desarrollaron una serie de transformaciones en el orden normativo, menos significativas pero orientadas en el mismo sentido, como la modificación del reglamento, la nueva conformación y la puesta en funcionamiento del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual de la Infancia (CONACAI)¹¹, el organismo creado por el artículo 17 de la LSCA, o la resolución 915 /2020 del ENACOM.

La generación de contenidos audiovisuales desde el Estado como garantía de derechos fundamentales como el derecho a la comunicación, a la educación, a la identidad, al respeto de la diversidad, etc. no está escindido de los modos de producción de contenidos, del origen de las producciones, de las condiciones de accesibilidad y participación, de la centralidad o subsidiariedad de los medios públicos, etc.

Lo que está en juego en las políticas de medios en este sentido es la mayor o menor adecuación a los estándares establecidos por la normativa internacional sobre derechos de los niños. Susana Velleggia (2011) afirmaba que el proyecto de Pakapaka ponía por primera vez en la historia de la comunicación audiovisual del país, la relación entre televisión y los niños fue ubicada en el marco de las convenciones internacionales referidas a los Derechos de los Niños (Diker, 2009) y los Derechos Culturales, de las que Argentina es signataria, y que deben regir el funcionamiento de los medios en toda sociedad que se pretenda democrática y respetuosa del derecho a la comunicación y la cultura.

Esto se debe precisamente a que Pakapaka no surgió en el vacío, sino que lo hizo a partir de la articulación- además de con la Ley Nacional de Educación- con una serie de marcos regulatorios nuevos, superadores, y a partir del respeto a esas normativas internacionales. Entonces, es necesario considerar su articulación con lo establecido por la Ley 26.061 de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, sancionada por el Congreso de la Nación Argentina en octubre de 2005. Ésta es el marco normativo que traduce lo establecido en la Convención Interamericana de los Derechos del Niño (CIDN) y en el que se encuadra más específicamente el proyecto Pakapaka en relación a, por ejemplo, el derecho de los niños y adolescentes a ser oídos y que su opinión sea tenida en cuenta en todos los ámbitos en que se desenvuelven (artículo 3 y artículo 24), el derecho a la educación pública y gratuita, atendiendo a su desarrollo integral, su preparación para el ejercicio de la ciudadanía, su formación para la convivencia democrática y el trabajo, respetando su identidad cultural y lengua de origen, su libertad de creación y el

desarrollo máximo de sus competencias individuales, fortaleciendo los valores de solidaridad, el respeto por los derechos humanos, la tolerancia, la identidad cultural y conservación del ambiente (art 15), etc.

En la LSCA 26522 fueron retomadas -por supuesto no podría haber ido en sentido contrario- muchas de estas prerrogativas de la Ley 26.061 -y consecuentemente de la CIDN-, construyendo un entramado normativo que funcionó como plataforma sobre la que se gestó y desarrolló Pakapaka durante los primeros años.

Inscrito en esta trama - a la cual podrían incorporarse otros elementos como la Ley de Educación Sexual Integral 26150, sobre la cual Pakapaka generó contenidos para abordarla en las escuelas- el proyecto de Pakapaka generó un quiebre en la concepción de los niños en la dirección de consumidores a ciudadanos, y también en las operaciones que establece la producción audiovisual con ellos respecto de cuáles son las pautas culturales que se pretende que incorporen, las trayectorias propuestas, las acciones que se presentan como deseables, los anhelos, etc. a partir de la construcción de otros relatos: emancipatorios, democráticos, y fundamentalmente, respetuosos de los derechos de los niños y las niñas.

Luego de un momento de desconexión de ese proyecto durante la gestión de la alianza Cambiemos -a grandes rasgos, en ningún caso pueden desatenderse los matices- actualmente puede advertirse en las dimensiones analizadas, una tendencia al reposicionamiento de los medios públicos en general y de Pakapaka en particular como actores centrales del sistema de medios, que fomentan la producción de contenido local y regional y como garantes de derechos consagrados en la normativa sobre derechos humanos.

Referencias

Bernardo, N. (2017). Paka Paka: contenidos audiovisuales infantiles para la creación de nuevos públicos en Argentina, en el período 2010-2015. Infancias, derecho a la comunicación y procesos de subjetivación. Tesis de Maestría inédita. Maestría en Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2270>

Califano, B. (2018). La regulación de la comunicación durante el primer año de gobierno de Mauricio Macri en la Argentina. *Intersecciones en Comunicación* (12), 49-74. Recuperado de: <http://www.soc.unicen.edu.ar/index.php/categoria-editorial/48-intersecciones-en-comunicacion/3791-12n1a03>

Carrillo, R. A.(2018). Estrategias y artilugios del Poder Ejecutivo para desmontar las leyes de comunicación contemporáneas. Los casos de Argentina (Mauricio Macri) y Ecuador (Lenín Moreno). *RevCom*, (7), 145-158. Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/article/view/5059>

Diker, G. (2009). *¿Qué hay de nuevo en las nuevas infancias?* Los polvorines: Univ. Nacional de General Sarmiento; Buenos Aires: Biblioteca Nacional.

Linares, A. (26 de mayo de 2020) El rol de los medios públicos en cuarentena. *Letra P*. Recuperado de <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-5-26-13-51-0-el-rol-educativo-de-los-medios-publicos-en-la-cuarentena>

Ministerio de educación de la Nación, CAPP (2013).Televisión Pública Educativa La Década Ganada. Industria audiovisual, generación de empleo y nuevos sistemas de producción. Argentina: Ministerio de educación de la República Argentina

Murolo, L. (2013) La asombrosa excursión de Zamba. Un viaje animado por la historia en la televisión pública argentina. *Revista Chasqui* (122), 89-95. Recuperado de: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/75/87>

Saintout, F (2013). Medios y gobiernos populares en América Latina. Apuntes para una discusión *Revista Argentina de Sociología*, 9-10 (17-18), 139-154.

Smerling, T. (2018). Las princesas embrujadas de Paka Paka. *Revista REA*. Recuperado de http://revistarea.com/las-princesas-embrujadas-de%20pakapaka/?fbclid=IwAR10In6i0fjLAWePlrRfD3IV3KZvShZfYu5S0_Ipug3NmWFNczFEsEWmW0

Velleggia, S. (2011). La promoción de los derechos de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 En: Baranchuk y Rodríguez Usé (coord.) *Ley 26.552: Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual*. Buenos Aires: AFSCA-UNLZ.

Notas

¹ <https://www.educ.ar/recursos/154115?from=154203>

² <https://www.educ.ar/recursos/153803/juana-azurduy?from=154203>

³ El Senador Aníbal Fernández presentó un proyecto de declaración de preocupación por el incumplimiento de Cablevisión S.A de la Resolución N° 296/2010. Recuperado de: <http://www.senado.gov.ar/parlamentario/parlamentaria/320625/downloadPdf>

⁴<https://defensadelpublico.gob.ar/en-que-cambian-a-la-ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-los-decretos-del-poder-ejecutivo-nacional/>

⁵ <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/233716/20200818>. B.O 18/08/2020

⁶ Un ejemplo de ello es "El mundo animal de Max Rodríguez", una producción de Señal Colombia, que formó parte de la grilla de Pakapaka entre 204 y 2016

⁷ El artículo 123 de la LSCA 26522 define que los medios públicos "deberán difundir como mínimo sesenta por ciento (60%) de producción propia y un veinte por ciento (20%) de producciones independientes en todos los medios a su cargo". Y se entiende por producción independiente lo establecido en el artículo 4: "Producción nacional destinada a ser emitida por los titulares de los servicios de radiodifusión, realizada por personas que no tienen vinculación societaria con los licenciatarios o autorizados".

⁸ Esta compañía realizó otros productos que fueron y son emitidos en Pakapaka como Minimalitos, Animales Olímpicos, La Cocina de Tomas y Monstruos Rodantes.

⁹ Es un dibujo animado creado para narrar la historia latinoamericana. Se trata de una coproducción con "El perro a la luna", productora creadora de otras series animadas de la señal: "Siesta Z", "Familia Pampa", "Lunáticos" y "Ugo & Serena"

¹⁰ A modo ilustrativo, durante el período analizado se incorporó a la grilla "Las nuevas aventuras de Figaro Pho -*the new adventures of Figaro Pho*-" una serie animada australiana, con participación de la emisora estatal ABC en su producción, a la cual se puede acceder en distintos países a través de *Hulu*, *Netflix*, *Cartoon Network Latin America* *BBC Canada* e *iTunes*.

¹¹ Ver <http://www.consejoinfancia.gob.ar/>