

CANAL ENCUENTRO Y SU DESARROLLO EN EL MARCO DE LA TELEVISIÓN DIGITAL

Por Marina Schiuma

Canal Encuentro, Estudio de recepción en jóvenes universitarios

El presente artículo surge del trabajo de investigación de tesis de grado sobre la señal televisiva Canal Encuentro (en adelante CE), que tuvo como objetivo analizar las representaciones que los jóvenes-alumnos de la Universidad Nacional de La Plata hacían de los contenidos generales de la señal televisiva en el año 2009/10. En el tiempo transcurrido entre el trabajo de campo y la redacción de las conclusiones finales del trabajo, ha sucedido un cambio sustancial como lo fue la aprobación y especialmente la aplicación de la Ley de Servicios de comunicación Audiovisual. Hoy a cinco años de su estreno, parece indispensable volver a debatir las implicancias de CE, ya que desde la aprobación de la ley, se ha renovado el interés académico sobre la televisión como servicio público.

Cinco años atrás, luego de las primeras emisiones de CE, se pudo ver que el ministerio de Educación de la Nación había lanzado un producto sin precedentes en la televisión argentina y lo más llamativo era la aceptación entre el público, a pesar de tratarse de un canal que no tuvo una campaña publicitaria muy enérgica. Su contenido novedoso y su estética dejaron ver que era un canal que llenaba un lugar vacío en la grilla televisiva del momento. De allí en adelante

Canal Encuentro era algo que se pasaba de «boca en boca» como una buena noticia. A partir de la aparición de esta nueva señal, se abrió una vez más la discusión sobre la televisión educativa, sus alcances y limitaciones, pero además acerca de quienes consumirían este tipo de emisora, la cual está plantada sobre las bases de la educación popular, la reivindicación de los pueblos originarios y la promoción de la producción científica nacional.

Se puede presumir que la naturaleza de CE se debe justamente a que no se trata de un canal comercial. De ahí que su dinámica y sus contenidos sean muy distintos al del resto de la programación de los canales de aire.

Canal Encuentro

El CE es una propuesta educativa, que comenzó con el propósito de representar la diversidad del territorio argentino (especialmente en los sectores populares). Nació desde el Ministerio de Educación de la Nación en mayo del 2005. Promulgado por Decreto Nacional 533/05, y reconocido por la Ley de Educación Nacional (Ley N° 26.206), el canal fue sancionado en diciembre de 2006.

Desde la primera emisión el primero de abril de 2007, se pudo observar que su propuesta de contenido trata de tener en cuenta los intereses de los diversos sectores sociales nacionales. Dentro de su variedad de programas se tratan temas científicos, escolares, sociales, literarios, culturas originarias y rurales, entre otros. Hoy en día mucho de ellos se han convertido en marca registrada del canal y van por su quinta temporada, como por ejemplo «Proyecto G», «Alterados por Pi» y «Filosofía aquí y ahora».

Desde el inicio del proyecto se trabaja con la firme convicción de que el Estado puede desarrollar una nueva televisión educativa y cultural. Canal Encuentro, como medio de comunicación de la TV pública, trabaja en la construcción

de ciudadanía, da cuenta de los intereses comunes, muestra imágenes de lo que somos y expresa la diversidad existente. Consideramos a la audiencia como ciudadanas y ciudadanos, sujetos de derecho. En este sentido, Encuentro es una herramienta pedagógica que aporta a la función social de la enseñanza, tanto para el sistema educativo como para la sociedad en su conjunto. Su programación se orienta a la construcción de una audiencia reflexiva y crítica, esta es la misión que difunde el canal.

CE es pionero en nuestro país, y fue bienvenido por gran parte de la comunidad académica, no solo por ser el primer canal estatal educativo de la historia nacional, sino también por la tradición cambiante e irregular que ha tenido la televisión pública argentina hasta el momento.

Televisión Pública

Según Omar Rincón, «la televisión es lo más importante de lo menos importante» (2002) ya sea por lo que hace en su actuación cotidiana, por lo que hacemos con ella y por su significación para encarar la vida. Además la televisión, para bien o para mal, es una institución como la escuela o como la familia, que tiene una importancia superlativa en los hogares. Desde esta noción se parte para definir televisión pública que es aquella que no tiene una finalidad prioritaria de lucro sino la de proveer un servicio a la comunidad. Con esto no se afirma que la televisión privada es innecesaria, sino que debe coexistir con la televisión Estatal, federal y plural.

Martin Becerra establece cuatro consecuencias de la concentración mediática en América Latina,

en primer lugar, la lógica comercial ha guiado casi en soledad el funcionamiento del sistema mediático en América Latina; en segundo lugar, y de modo complementario, se comprueba la ausencia de servicios de

medios públicos no gubernamentales con audiencia real; en tercer lugar, se destaca el alto nivel de concentración de la propiedad del sistema de medios, liderado en general por unos pocos grupos; y en cuarto lugar, hay que mencionar la centralización de la producción de contenidos en los principales centros urbanos, relegando así al resto de las zonas de cada país al rol de consumidores de contenidos producidos por otros (Becerra, 2012)

Por eso mismo resalta el autor se debe buscar el punto de equilibrio entre la TV utilitaria y comercial y los medios gubernamentales que pudieran resultar facciosos, fomentando la generación de medios públicos no gubernamentales en los que participen ONG y universidades por ejemplo.

Los Jóvenes

Partiendo desde la noción de que la juventud no es una categoría que responda exclusivamente a una cuestión etaria, sino a una construcción histórico-social, los sujetos entrevistados por su condición estudiantil tienen acceso a ciertos bienes culturales, como por ejemplo una formación secundaria completa y una universitaria en curso, en este sentido podemos decir que cuentan con ciertas competencias a la hora de sentarse a ver televisión.

Del resultado del trabajo de campo realizado en alumnos universitarios de La Universidad Nacional de La Plata, de 20 a 30 años, que consumían la señal televisiva de CE, se pudo delimitar varios ejes temáticos, en primer lugar la concepción del tiempo en términos de trabajo/ tiempo de ocio, y la «pérdida de tiempo» y la noción de la oposición placer/ saber, haciendo hincapié en la importancia de poder aprender mientras se veía televisión; la distinción tajante entre «televisión basura» y «televisión de calidad» y la poca diversidad que se encontraba en la televisión abierta y la repetición que esta hacía

de ella misma constantemente (en programas de archivo, por ejemplo) producto de la concentración mediática; el alejamiento de los diarios que habitualmente consumían sus padres, buscando medios alternativos de informarse, ya que encontraban a los diarios tradicionales insuficientes, tendenciosos o que no reflejaban su ideología; la noción de que era el Estado quien debía proveer este servicio de un canal educativo y federal, siendo inclusive muy críticos con el hecho de que CE sea un canal de cable, ya que todos deberían tener la oportunidad de verlo. Por último se encontró que los alumnos que consumían el canal en su mayoría militaban partidariamente y/o ejercían la docencia a través de la ayudantía y afirmaban creer que la clave del cambio de una sociedad se encontraba en la participación colectiva y la educación. La política fue un factor protagonista de muchos debates que se desprendieron de las entrevistas y los grupos de discusión, sobre todo mostrando un gran interés por el proceso que se estaba dando paralelamente a la investigación, que fue el debate en el senado sobre la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Conclusiones para la iniciación

La investigación comenzó con una simple pregunta: ¿Por qué estos jóvenes apuestan a una televisión que esté vinculada con el concepto de una televisión con contenidos más culturales y educativos que otros, dejando de lado, la posibilidad de que otros productos de entretenimientos sean valederos a la hora de su elección?

Se podría afirmar que dentro del análisis realizado sobre las entrevistas, se encontraron posicionamientos claros y contundentes a la hora de una respuesta a este interrogante «TV cultural vs. TV basura», como si estos espacios televisivos sean la contracara necesaria para la existencia de cada uno.

En este sentido, se elige CE por su propuesta basada en una producción nacional, y distinta hasta lo que se ha cono-

cido en televisión. En tanto, la TV de aire, los jóvenes comentaron reiteradas veces, que ésta se repite constantemente a sí misma. A la tarde se habla de lo que sucede a la noche (ej. Rial, con Bailando, Gran Hermano, con sus programas a la tarde, etc.) Hasta los noticieros «serios» presentan temáticas de entretenimientos y sociales. Por su parte, la ficción de producción nacional ocupa (o ocupaba hasta ese momento) una mínima porción de la grilla y los programas periodísticos políticos se encuentran casi exclusivamente en el cable. Más allá de la postura culturalista o intelectual de estos jóvenes es cierto y real, que la programación de aire desde hace veinte años está dedicada sistemáticamente a los contenidos llamados «menores» «reality shows» o programas de «chimentos», no solo porque los programas «serios» no tienen rating, sino también como una manera de imponer esos tópicos en la agenda mediática.

Este tipo de géneros que explotan el gusto popular, existieron siempre y fueron rechazados por los intelectuales (folletines, radio-novelas, etc.). No es válida ni la crítica elitista sobre lo que mira la «masa idiotizada», ni defender solamente lo popular por defenderlo. Las expresiones populares cuando vienen de una tradición del pueblo no pueden ser comparables a productos que vienen desde un sistema hegemónico que inevitablemente tiene intereses políticos y económicos de «estupidizar» a la gente, como bien lo plasma José Pablo Feinmann en una de las primeras emisiones de «Filosofía aquí y ahora».

Muchos intelectuales reclaman a la televisión elevar los contenidos, o buscar la calidad en ellos; pero también de hacer que las personas tengan las competencias necesarias para participar de esas emisiones, sino este tipo de programas y canales serán para unos pocos entendidos, como lo son señales de canal á o Films & arts.

Cuando los jóvenes dicen que CE es respetable porque ha ganado premios están legitimando el mensaje del canal y están constituyendo los campos de conocimiento tanto

por la existencia de un capital común como por la lucha por la apropiación de dicho capital. En este sentido, no debería ser escaso y sí apreciado por el público en general. Se puede aseverar, que estos jóvenes están encaminando un proceso de lucha por la democratización del saber.

«No podemos juzgar sin ser objeto de juicios. [...] Nuestros juicios de los gustos nos juzgan a nosotros» (Bourdieu, 1991: 42). Así mismo, estos estudiantes al juzgar sus gustos están haciendo un juicio de valor de sí mismos y en contraposición al resto de la sociedad. En tanto que comprendemos, que en su entorno se consume ciertos capitales culturales que dan prestigio y por su característica de pertenecer a cierto sector social, le da el carácter de único y distinto.

Esta distinción de lo masivo, los configura como personas que sólo están predispuestas a disfrutar de todos los bienes culturales que se relacionan con el conocimiento o el saber.

A pesar de esto, podemos ver que no se puede negar que el consumo del Canal es también una forma de resistencia frente al discurso homogéneo de la televisión en general. Comprendemos que el concepto de cultura es entendido como territorio de la dominación y la resistencia, dos caras de una misma moneda.

Durante el recorrido de la investigación se encontró una ventana a una discusión indisociable que no se puede separar a CE: de las nuevas tecnologías, ya que hoy en día es impensable el lanzamiento de un canal sin su portal de Internet. Por esto, pudimos visualizar también la forma en que estos jóvenes dentro de este nuevo mundo virtual se apropian de modo tal de un medio, como la TV, de una manera tan particular atravesado por la digitalización del mundo, que los hace únicos dentro de los análisis anteriores de televisión que no convivían con las herramientas tecnológicas que la sociedad de hoy en día ofrece.

Estado actual de situación

Para comenzar a hablar de la historia audiovisual reciente deberíamos hablar principalmente de la TV Pública y el Estado que es quien hoy en día está llevando a cabo el fomento del desarrollo audiovisual nacional y público. Los canales públicos deben ser aquellos en los que la finalidad de lucro no sea su principal motivación, sino la de fortalecer la democracia y favorecer la participación, brindar un espacio común a su pueblo-nación, mejorar el derecho a la información, ser pluralista. El canal público, debe generar valores que trasciendan la lógica de mercado.

En este sentido el camino comenzado en la presidencia de Néstor Kirchner, que a través del Ministerio de Educación de la Nación crea Canal Encuentro, sienta las bases materiales y simbólicas para lo que luego sucede luego de ser aprobado el proyecto de la nueva ley audiovisual.

Las políticas públicas de fomento y promoción de la producción audiovisual educativa y federal, ayudan a construir una visión de sujeto-ciudadano de derecho, que participe activamente dentro de las políticas de un Estado, que a su vez genera espacios de consumo crítico, en este caso televisivo.

A partir del cambio normativo se ha abierto un nuevo paradigma sobre la televisión como servicio público, herramienta educativa, vehículo por el cual los argentinos pueden informarse y conectarse con sus comunidades, que interpele al televidente ya no como consumidor sino como ciudadano.

Por esta misma razón nace la Televisión Digital Abierta (TDA) que es una política pública que se propone garantizar el acceso universal a la televisión de aire de modo gratuito en la que por un lado se pretende procurar el acceso al decodificador de TDA, para aquellos ciudadanos e instituciones que presenten riesgos de exclusión durante el proceso de transición tecnológica y por el otro se intenta fomentar la producción audiovisual a través del Plan Operativo de Fomento y Promoción de Contenidos Audiovisuales

Digitales para TV para que diversos sectores de la sociedad (en nuestro caso la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP a través del CPA) puedan producir y exponer sus contenidos en la televisión digital abierta.

Por esta razón, el Estado es quien se debe encargar de garantizar que existan canales de comunicación adecuados a estos fines. Partiendo desde este concepto se desprende que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual pretende (y debería) garantizar la pluralidad de voces y garantizar un acceso equitativo de las comunidades a los medios audiovisuales de comunicación.

La UNESCO plantea en un documento llamado «Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social»(2008) que La libertad de expresión es un elemento fundamental de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y se considera como el cimiento de las libertades democráticas. El acceso a los medios de comunicación social es crucial para el ejercicio de la libertad de expresión, porque proporcionan la plataforma pública mediante la cual se ejerce efectivamente este derecho. Además declara que el Estado debe evitar a través de regulación la concentración de la propiedad de medios de comunicación y que se debe procurar una participación en el espacio mediático una mezcla diversa de medios públicos, privados y comunitarios.

Podemos afirmar que el camino abierto por Canal Encuentro en el año 2007 ha permitido abrir el debate al conjunto de la sociedad de que es posible y necesario poseer una televisión pública educativa de calidad, con contenidos producidos por la comunidad, las universidades, los pueblos originarios y el pueblo en general. Las legislaciones sobre los medios audiovisuales no solo deben garantizar la libre expresión de sus ciudadanos, sino avalar la pluralidad de voces y fomentar un acceso equitativo de las comunidades a los medios audiovisuales de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Becerra, Martín, «Terremoto mediático en América Latina», *Le monde diplomatique*, febrero, Dossier, 2012
- Bourdieu, Pierre, Como se hace una clase social, Sobre la existencia teórica y práctica de los grupos», en *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Barcelona, Editorial Desclée de Brouwer, 2000.
- Bravo, Victoria, Caro María Luciana, Schiuma Marina, *Canal Encuentro, Estudio de recepción en jóvenes universitarios*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, mayo, 2011.
- Canal Encuentro, <http://www.encuentro.gov.ar/seccion-110-Acerca-de-Encuentro.html>. En Línea. Consulta: octubre 2012.
- Dómine Patricia, Mariani Micaela y Vénere, María Victoria, *La Televisión pública argentina: el caso de Canal 7 en el período 1999- 2001*, Tesis de Licenciatura, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Junio, 2003.
- Feinmann, José Pablo, «¿Por qué hay algo y no más bien nada?», en *Filosofía, aquí y ahora*. http://www.descargas.encuentro.gov.ar/emision.php?emision_id=269. En línea. Consulta: octubre 2012.
- Ferrante, Natalia Belén, «Michel de Certeau: claves para pensar lo cotidiano», en *Anuario de Investigación 2002*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2003.
- García Canclini, Néstor, *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*. México, Editorial Grijalbo, 1993.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Editorial Gustavo Gili, S.A, Barcelona, 1987- 1991.

Orozco, Gómez Guillermo, «Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia», en *La televisión y las Audiencias*, Madrid, 1996.

Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC), Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, «Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social», aprobado en su sesión XXVI marzo 2008.