

Entrevista a Valeria Dotro, responsable de contenidos de Paka Paka

“Pensamos lo educativo en un sentido cultural amplio”

Vanina Lanati

Valeria Dotro es la responsable de contenidos de Paka Paka, el primer canal de televisión público dedicado a los niños, dependiente del Ministerio de Educación de la Nación, en Argentina. Ha dedicado sus investigaciones y artículos a temas relacionados con la infancia y los medios de comunicación audiovisual.

Valeria Dotro is Contents Manager for Paka Paka, the first public television channel for children, a public body subordinated to the Ministry of Education in Argentina. All her investigations and articles have focused on subjects related to childhood and audiovisual media.

¿Cómo fue cambiando la construcción del niño televidente? Está claro que hay cambios... No solamente ha cambiado la tele en particular, sino que se agrega lo que tiene que ver con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Lo que ha ido cambiando fundamentalmente es que ya no podemos pensar en el niño como televidente, sino en chicos y chicas como consumidores de productos audiovisuales. Desde el lado de la recepción, los chicos miran televisión, pero también ven series en la computadora, descargan jueguitos... Eso no va en detrimento de la televisión, que sigue siendo importante para ellos. Lo que cambia es el modo de mirarla: ellos deciden en qué momento. No importan tanto los horarios y las grillas de programación. Me pasa con mi hijo, que me dice que quiere ver tal programa, le contesto que en ese momento no está en la tele y me responde que sí está en la computadora. Los chicos saben dónde buscar los programas de

tele, hacer descargas desde un teléfono móvil si son más grandes, etcétera.

Hablábamos de *Chiquititas*¹ como un género prácticamente nuevo que era la telenovela infantil. Eso hoy se profundizó. Es una revolución del género que implica no únicamente lo que tiene que ver con el relato, con la narración, con la historia, sino con esta explosión de los géneros donde en una misma serie uno puede encontrar una narración casi literaria de la historia anclada con un videoclip, con elementos fantásticos, con la música, con la publicidad que ingresa de manera directa y con todos los productos colaterales que ese mismo fenómeno tiene. Pensamos en *Violetta*² y es lo que está en la pantalla, pero es también el musical, el cuaderno, la ropa, las canciones y los romances entre los personajes en la vida real. Todo eso va haciendo como una especie de hibridación que es cada vez más

1::
Chiquititas es una telenovela que tuvo varias temporadas entre 1995 y 2001, realizada en Argentina y emitida en varios países del mundo. Dotro dedicó un artículo al estudio de la televisión infantil y la construcción del niño televidente entre 1960 y 1990 (ver las referencias bibliográficas).

2::
Violetta es una telenovela producida por Disney Channel.

fuerte. Desde el punto de vista del consumo, los productos audiovisuales para chicos están muy atravesados por lo que tiene que ver con el mercado (al menos los productos comerciales) y se suma cada vez más toda la pata digital interactiva. Casi no existe serie que no tenga su página web, su jueguito, etcétera.

La televisión abierta ha abandonado la producción de contenidos para niños y este segmento parecería encontrar propuestas solo en la televisión por cable. ¿A qué considera que se debe este fenómeno? Por un lado, la explosión del cable ya tiene más de veinte años. Por el otro, debido a una cuestión comercial, los canales de aire no tienen interés en la producción de contenidos audiovisuales para chicos. Por lo menos aquí en Argentina, esto empieza a modificarse, aunque muy lentamente, a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual,³ que exige una cuota de pantalla para programación infantil. El tema es que eso, por ahora, se cumple en términos formales. Es decir, todos los canales tienen una franja para chicos, pero la mayoría de ellos no está produciendo sino que está *refritando*⁴ formatos tradicionales que, en su mayoría, reproducen el formato de conductora en el piso, superestereotipada, como es el caso Panam.⁵ Solo reproducen estos programas con el objetivo de cumplir con la ley. Se supone que el proceso apunta a que tengan que producir, porque la ley no indica solo una cantidad de horas que debe tener cada canal, sino que ese porcentaje debe ser de producción original y local. Hay canales que han empezado a producir alguna cosa y otros que por convenios específicos pasan contenidos de Paka Paka. Tampoco es la idea que eso se prolongue, porque deberían producir.

Con las telenovelas infantiles, ¿habría una especie de *revival* en cuanto a lo que sucede más allá de la telenovela con los seguidores y esa necesidad de saber y ponerse en contacto con las vidas “reales” de los personajes, tal cual pasaba en otras épocas con las estrellas del cine y las revistas “del corazón”? No se

puede pensar un programa de televisión o una serie como solo eso. Tiene que estar rodeado de productos que lo sostengan. Están los productos como los juguetes, la ropa, la obra de teatro, el disco, pero además hay historias que van acompañando, que van siguiendo la historia por fuera de la televisión. Es llamativo lo que pasa con los más chiquitos. Hay nenas y nenes de siete u ocho años que siguen la historia de amor por fuera de la serie. Antes este tipo de situación tenía más que ver con las mamás, las abuelas y las chicas en edad adolescente. Ahora los más chiquitos están interesados en eso también.

Varios autores sostienen que el binomio educar-entretener⁶ es el que debe contemplar cualquier contenido infantil de corte cultural-educativo. ¿Comparte esta idea? Creo que el error es pensar que una televisión educativa debe ser educativa en sentido estricto. Lo que muchos de los que trabajamos en infancia y televisión creemos es que cuando hablamos de televisión para chicos, desde una mirada respetuosa de las infancias, de lo que hablamos principalmente es de calidad. Televisión de calidad no significa que tenga contenidos educativos curriculares, aunque puede tenerlos.

Paka Paka tiene muchos porque es un canal del Ministerio de Educación de la Nación. Sin embargo, no es un canal que tenga contenidos educativos en un sentido curricular, sino contenidos de calidad en el sentido de una mirada respetuosa de la infancia, que respete la diversidad, que se proponga básicamente ampliar los horizontes culturales de los chicos. No generar una propuesta homogénea que responda a aquello a lo que responden todos los otros canales, como son las necesidades del mercado, sino que se muestren otras posibilidades, otros modos de vida, otros modos de ser, otros modos de familia, otras escuelas. Y que fundamentalmente otorgue la palabra a los chicos. Eso para nosotros es televisión de calidad. Pensamos lo educativo en un sentido cultural amplio.

3::

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, n.º 26522, fue sancionada en Argentina en 2009.

4::

El término *refritar* se utiliza en la jerga televisiva para indicar la reproducción reiterada de las emisiones de un programa.

5::

Panam es el nombre de una conductora de programas infantiles en Argentina.

6::

“Hablando de televisión infantil se hace, pues, aún más necesario si cabe unificar educación y entretenimiento como fórmula para formar a espectadores críticos, activos e inteligentes en el uso de estos medios, para que puedan discernir lo que es realidad de ficción, [ser] capaces de reflexionar y sacar sus propias conclusiones sobre lo que reciben por la televisión” (Becerra, García Castillejo, Santamaría y Arroyo, 2013, p. 81).

Los estudios del campo de la educación-comunicación han tenido una mirada bastante prescriptiva en lo que refiere a la relación de la infancia y los medios de comunicación. ¿Qué opinión tiene al respecto? Se debe ser prescriptivo en términos de derechos, si hablamos de derechos de chicos y chicas, de una mirada respetuosa de las infancias. En ese sentido, yo sería prescriptiva. Correrse de la mirada del pibe como consumidor, acercarle cosas con calidad estética, emocional, poética, lúdica. Que se respeten sus derechos, sus modos de ver el mundo, su identidad. En eso sería prescriptiva.

Después, en el resto, a los pibes hay que ir a conocerlos porque cambian todo el tiempo. Pensar hoy en contenidos audiovisuales que no tengan en cuenta lo digital sería casi un suicidio. Hay que estar muy atentos y escucharlos para saber qué desean, qué necesitan y también qué cosas de las que ellos ni siquiera saben que podrían necesitar podemos ofrecerles para ampliar esos horizontes. La prescripción para mí estaría en el respeto; en el resto no. En el resto hay que indagar, investigar mucho, no creernos que sabemos lo que quieren los chicos de cada edad. Porque las infancias van mutando a partir de cuestiones económicas, sociales y culturales. Entonces se trata de estar muy cerca de ellos y ver cómo son, qué quieren, de qué se ríen.

Existe un documento con herramientas para quienes producen contenidos audiovisuales para la infancia, publicado en Argentina por la Defensoría del Público y Unicef.⁷ ¿Han participado en su elaboración como integrantes de Paka Paka? Como Paka Paka participamos activamente en la elaboración del documento. Cielo Salviolo, exdirectora del canal, participó de ese proceso. Por eso en lo que sí se puede ser prescriptivo es en criterios de calidad, en qué es la calidad, y no tanto en qué tipo de contenidos. Pensar de qué manera se puede ser respetuoso de las identidades infantiles. Nosotros trabajamos todo el tiempo con productoras y lo que está habiendo son muchas capacitaciones,

reuniones, charlas que les brindamos nosotros a ellos. Y después es ida y vuelta todo el tiempo. Porque realmente hay mucha gente que tiene buena intención, pero hay prejuicios sobre lo que es para chicos y sobre lo que es educativo. A lo mejor presentan cosas educativas en sentido estricto que son aburridas, o aparecen todo el tiempo los estereotipos básicos de la televisión comercial (por ejemplo, a las nenas solo les gustan las princesas), o para que haya diversidad incluyen una persona en silla ruedas sin fundamento.

¿Qué papel juegan los padres o los adultos con relación a los niños y la televisión? El rol de los padres es fundamental, siempre, en un proceso de crecimiento. También es cierto que los chicos muchas veces acceden a los contenidos sin la presencia de los padres. Me parece que lo fundamental es, mientras se pueda, acompañar lo que ven en Paka Paka o en cualquier canal. Los padres no tienen que tener tanto miedo de delimitar qué va a ver un nene de tres años. Y no porque si mira *Ben 10* se va a convertir en agresivo y va a matar a alguien, sino porque hay criterios que son familiares y cada familia puede aplicarlos. Es importante conocer qué ven en la televisión, a qué juegan en la computadora o qué juguetes quieren tener, porque todo eso está muy asociado con lo que ven en la televisión.

También las familias tienen derecho, no diría a prohibir, pero sí a delimitar consumos, como lo hacen con algún tipo de comida. A veces parece que en lo que tiene que ver con consumos culturales a los padres nos da más miedo poner límites. Insisto: no es en el sentido de prohibir, pero hay cuestiones que tienen que ver con las edades y es muy difícil que no aparezcan en la televisión o en la computadora cuando los chicos están mirando.

Los canales de cable están bien segmentados por edades, como el caso de Disney (Disney Junior, Disney XD, etcétera). De todas maneras, los chicos hacen *zapping* y miran. Esto no quiere decir estar todo el día sentados mirando la televisión al lado de ellos, pero sí

7::

El documento "Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia", que incluye herramientas para profesionales y estudiantes de la comunicación, puede ser consultado en <http://www.afsca.gob.ar/wp-content/uploads/2013/08/porunacomunicaciondemocraticadelaninezylaadolescencia.pdf>

saber cuáles son sus consumos, qué les gusta y en cuáles uno puede participar. Y también, en la medida de lo posible, tratar de ofrecer otras cosas para diversificar los consumos. Porque además de mirar televisión pueden hacer también otras actividades. Estar atentos a qué miran, a qué juegan, cuáles son sus personajes favoritos ayuda, porque uno puede conversar sobre ello y se vuelve un consumo más compartido y responsable.

En uno de sus artículos abordó la cuestión de las representaciones y los estereotipos en los contenidos audiovisuales infantiles. ¿Cómo trabajan esta cuestión en Paka Paka? Por un lado, trabajamos en el protagonismo de los chicos, porque para nosotros es muy importante. Trabajamos mucho con chicos de todo el país contando sus vidas. Nos parece que una representación cuidada y real de los chicos de la Argentina tiene que estar dada por sus caras en las pantallas, sus voces, conocer cómo son sus familias, sus escuelas... Es difícil ver en otras pantallas chicos que sean parecidos a nuestros chicos.

También se trabaja mucho en la animación y el cuidado de esos estereotipos. Nos fijamos en cómo son esos chicos, cómo son sus colores de piel, cómo hablan, dónde viven, cómo se visten, qué hacen. No siempre las nenas son pasivas y los nenes aventureros, ni los nenes los que hacen chistes y las nenas las emocionales. En el diseño de los personajes, de los fondos, de las casas, en las voces..., en todo eso hay que estar atento para correrse del estereotipo y generar la mayor diversidad posible, que tiene que ver con los contextos culturales argentinos y latinoamericanos. También hay series de otros países que se pasan; no es que esté vetado, sino que hay un trabajo fuerte con lo que se produce acá. Nosotros proponemos ideas a las productoras. Queríamos hacer algo sobre la diversidad en las familias y se armaron estos veintiséis micros que contienen escenas familiares de distinto tipo, donde aparece cantidad de modelos de familias o de vivir cotidianamente que tienen que ver con la diversidad. Se trabaja siempre en

conjunto con quien ilustra o realiza, pero a partir de una idea con el canal.

Tratamos de que haya diálogo con las leyes que van surgiendo o ya existen. Porque, si además de lo que nosotros pensamos hay leyes que lo avalan, se vuelve más fuerte la necesidad de trabajar con eso y ponerlo en pantalla.⁸ Ahora en marzo sale un programa para los chicos más grandes que acompaña los contenidos de la Ley de Educación Sexual Integral.⁹

¿Quiénes consideran, por intuición y/o investigación, que son sus espectadores? En realidad hay un camino corto, porque solo son tres años de Paka Paka. Tenemos el desafío y la oportunidad de abordar una audiencia amplia de dos a doce años, lo cual es casi imposible. Como decía, otros canales están hipersegmentados. En este caso, al ser un canal del Ministerio de Educación, el único que tenemos, debemos tratar de cumplir con todos los segmentos etarios.

Sabemos por las repercusiones, por los comentarios en Facebook y por actividades que hemos hecho en las escuelas, que el fuerte nuestro está en los más chicos. Hasta los siete, ocho años aproximadamente, porque después de esa edad empiezan a considerarlo un canal para los más chiquitos. Es cierto que lo que llamamos *Ronda Paka Paka*,¹⁰ sumado a los chicos de los primeros años de primaria, son quienes más nos eligen con productos como *Zamba* o *La princesa Medialuna*. Hay algunas series que los más grandes también ven y conocen, pero el fuerte está en los más chiquitos. ■■

Referencias bibliográficas

- Becerra, M., Á. García Castillejo, O. Santamaría y L. Arroyo (2013). *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública de América Latina*. Madrid, Tecnos.
- Dotro, V. (2003). "Televisión infantil y la construcción del niño televidente entre 1960 y 1990. Del Capitán Piluso a Chiquititas", en S. Carli (comp.). *Estudios de comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*. Buenos Aires, La Crujía.

Valeria Dotro::
Licenciada en Ciencias de la Comunicación con orientación en Educación por la Universidad de Buenos Aires. Es docente de nivel inicial y se dedicó durante más de diez años a la investigación y a tareas de capacitación en torno a los vínculos entre las infancias y la televisión. Escribió artículos sobre el tema y dedicó su tesis de maestría en Sociología de la Cultura a la relación entre infancia y televisión en Argentina. Actualmente es cotitular de la cátedra Producción y Realización de Cine y TV Infantil en la carrera de Diseño de Imagen y Sonido de la Universidad de Buenos Aires.

8::
Se refiere la sanción de la ley 26618, de Modificación del Código Civil, que permite el matrimonio igualitario, sancionada en Argentina en julio de 2010.

9::
Se trata de la ley 26150, de Educación Sexual Integral, que contempla la creación de espacios de aprendizaje dedicados al cuidado de nuestro cuerpo y las relaciones interpersonales, como el ejercicio responsable de la sexualidad.

10::
Se trata del segmento dedicado a niños de dos a cinco años.