

“En la riqueza de voces se construye Canal Encuentro”



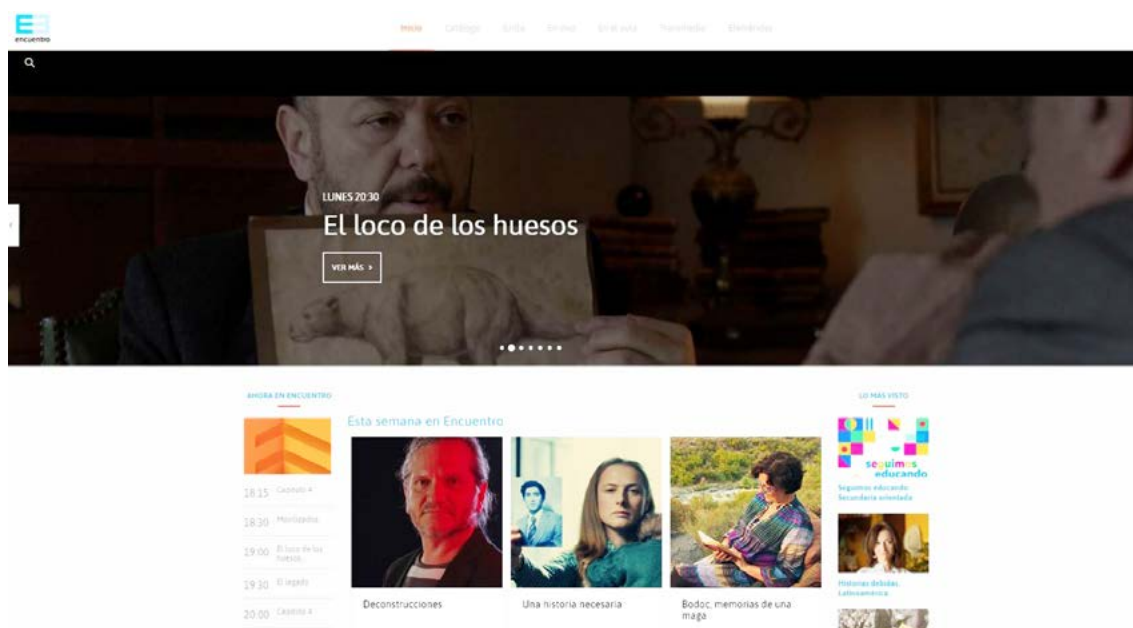
*Entrevista a María Marta García Scarano
Por Damián Cukierkorn**

Palabras clave: televisión cultural - medios públicos - sentido educativo - coproducción

Cuando el 5 de marzo de 2007 salió al aire la primera transmisión de Canal Encuentro, seguramente muy pocos imaginaron que apenas unos años más tarde esa señal educativa se transformaría en una pantalla de referencia mundial. Encuentro revolucionó el concepto de televisión educativa y demostró, a partir de los más diversos formatos, estilos y temáticas, que se podía hablar de ciencia, de matemática o de filosofía de una manera entretenida, dinámica e innovadora.

En diciembre de 2015, con la asunción de Mauricio Macri como presidente de la Nación, la pantalla del canal no se apagó, pero empezó a perder brillo poco a poco. Apenas un año después de haber asumido, el gobierno creó la estructura Contenidos Públicos Sociedad del Estado, y las señales Encuentro, Pakapaka y DeporTV quedaron bajo la órbita del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos de la Jefatura de Gabinete. Despidos, retiros voluntarios y presupuestos cada vez más acotados demostraron el poco interés que la gestión de Cambiemos tenía en seguir fomentando una televisión pública y educativa de calidad.

* Docente de Introducción al Medio Audiovisual y Taller de Realización Audiovisual III, de la Tecnicatura Universitaria en Producción de Medios Audiovisuales, de la UNPAZ.



Después del contundente triunfo de Alberto Fernández en las elecciones presidenciales de 2019, muchos preveían que iba a comenzar una nueva etapa en los canales públicos, y efectivamente así sucedió. La primera y festejada decisión fue designar a cuatro mujeres al frente de los canales Encuentro y Pakapaka y de las radios Nacional Rock y Nacional Folklórica.

Con un vasto y diverso recorrido en programas periodísticos y de divulgación científica, la elegida para liderar esta nueva etapa de Canal Encuentro fue María Marta García Scarano, quien fue parte fundamental de varios de los proyectos “científicos” que se vieron en pantalla en los últimos años. Desde 2016 es también docente de la Universidad Nacional de José C. Paz, y hoy tiene el enorme desafío de volver a posicionar el canal en el lugar de referencia como supo tener.

María Marta García Scarano: Siempre me tocó formar parte de la gestación de proyectos, de la puesta en marcha. Muchos de ellos los gestioné hasta que terminaron, y otros los dejé y luego siguieron en marcha. Pero siempre tuve esa suerte de ser parte de la gestación de los proyectos, de verlos nacer, darles forma, elegir quiénes eran las personas más adecuadas para llevar adelante las tareas que ese proyecto requería, los recursos que había que poner en juego. Esa parte es muy linda.

Contornos del NO: ¿Y ahora lo vivís de una manera similar?

Algo distinto que me está pasando con este cargo que tengo ahora es que, te diría que por segunda vez en la vida, participo de proyectos que ya estaban en marcha antes de que yo llegara. Ahora entro a un canal que no solo no hay que ponerlo en marcha, sino que viene ya con su historia, con varias gestiones atrás. El desafío en esta gestión es volverlo a ese lugar de... no te diría de prestigio porque el prestigio el canal no lo perdió, pero fue como vaciándose de sentido en los últimos años y perdiendo un poco ese rol de protagonismo en la industria audiovisual y también en la escena cultural y educativa. Entonces me

parece que, en ese rumbo, si tuviera que buscar un paralelismo con arrancar un proyecto te diría que acá es volver a poner en pie el canal que en los últimos años perdió un poco ese impulso que tuvo.

CdelNO: Hasta 2014-2015 todos te decían que veían Encuentro, aunque después tal vez no lo vieran diariamente. Pero todos lo tenían en el faro, en el radar...

Claro. El canal era justamente un faro. En lo estético, en las propuestas de contenidos, era un faro para toda la industria, pero también para el público. Si bien el canal tenía un enfoque educativo y era una herramienta para las aulas, lo disfrutaban audiencias amplias. Y aunque no lo vieras, decir que veías Canal Encuentro era como, de alguna manera, ponerte en un lugar culturalmente importante. En estos últimos cuatro años lo que sucedió es que el canal dejó de ser un canal educativo, tanto en lo institucional como en el contenido. Al asumir esta nueva gestión, repusimos el sentido educativo en la pantalla y volvimos a vincularnos con el Ministerio de Educación.

CdelNO: Lo que decís no es algo metafórico sino real, que es que el canal dejó de ser parte del Ministerio de Educación.

Exactamente. Si bien hoy el canal no pertenece al Ministerio de Educación, el organismo forma parte del directorio de Contenidos Públicos SE. Esa alianza nos permitió, una vez que se suspendieron las clases por la pandemia, dar una respuesta rápida desde el canal del Estado a la necesidad de cubrir esa ausencia. Así arrancamos *Seguimos Educando*, en el mismo día en que se cerraron las escuelas. Hoy, entre Pakapaka y Encuentro, tenemos catorce horas diarias de programación educativa que realizamos con el Ministerio de Educación para acompañar a las familias en esta etapa. Esto significó una enorme oportunidad para el canal, que pudo mostrar rápidamente su valor como herramienta educativa y su enorme acervo. *Volver al sentido educativo es todo un norte para el canal.*

CdelNO: Este cambio de eje y de importancia que tuvo Canal Encuentro durante los últimos cuatro años, ¿cómo repercutió en las audiencias del canal?

Lo que sucedió con el canal en estos años es que fue perdiendo audiencia por dos motivos muy concretos: por un lado, porque el volumen de producción bajó muchísimo y, en consecuencia, la oferta de contenidos que ofrecía era menor. Por el otro, fue sacado de los lugares centrales de la grilla que se habían conseguido en otros momentos en los sistemas de cable. Al mismo tiempo, en esos años también hubo muchos cambios en la forma de consumir contenidos y se ampliaron las posibles pantallas.

Entonces uno de los desafíos que nosotros tenemos en esta gestión es que el canal, con esos mismos ejes de contenidos o ese mismo faro educativo que tiene, vuelva a ser una opción de vanguardia en lo que tiene que ver con las narrativas y los formatos, las distintas maneras de contar. También hay que pensar qué cuenta el canal en sus redes, cómo se vincula desde esas otras plataformas. En ese sentido,



lo que empezamos a hacer, incluso antes del lanzamiento de la programación en junio, es transmitir en vivo por YouTube. Ahora, los estrenos los transmitimos en vivo por Facebook y, apenas termina, ese contenido lo tenés *on demand* en YouTube.

En resumen, en esta etapa del canal lo que toca es poder renovar la pantalla desde ese lugar para volver a ponerlo en el lugar de referencia que fue, no solo para la industria audiovisual argentina, sino también para la región.

CdeINO: ¿Cuál es la estrategia para que vuelva a ser un lugar de referencia desde el sentido, desde los contenidos?

El canal vuelve a reconocerse en una cultura más local, con pertenencia a una región, con un sentido federal, también mostrando culturas y realidades de todo el país y con el desafío de volver a ser una pantalla en la que la audiencia pueda sentirse identificada como argentina y latinoamericana. Por otro lado, el objetivo es volver a ser un espacio dinamizador de la industria y generador de trabajo, que es algo que el canal también había tenido en los primeros años y que creó todo ese ecosistema de productoras que dio tantos puestos de trabajo. En los últimos años, ese otro rol se había perdido. Nosotros volvemos a apostar fuerte al esquema de producción delegada, que es el que permite que Encuentro vaya gestionando o acompañando esos proyectos y que haya un montón de casas productoras y universidades que puedan producir para nuestra pantalla.

Un eje de trabajo fuerte que vamos a tener es el vínculo con las universidades, ya que muchas de ellas ya tienen diez años de trayectoria en la producción audiovisual. Me parece que el canal es el socio natural de las universidades, y potenciar esa relación es para mí uno de los grandes desafíos de esta nueva etapa.

CdelNO: Durante los últimos cuatro años se redujo notoriamente la cantidad de horas producidas por los canales públicos. Hubo numerosos conflictos entre los trabajadores y las autoridades, despidos y retiros voluntarios que redujeron muchísimo el plantel. Los que se quedaron no tuvieron actualización salarial por dos años, lo que llevó a que se declararan en estado de asamblea permanente. ¿Cómo fue ese primer contacto con los trabajadores del canal? ¿Cómo afrontar el desafío de renovar contenidos con esta situación interna tan vulnerada?

Los trabajadores del canal pasaron años muy duros. En efecto, hacía dos años que tenían los sueldos congelados. En ese sentido, lo primero que hicieron el presidente de Contenidos Públicos, Claudio Martínez, y la vicepresidenta, Jéssica Tritten, fue actualizar la paritaria. Eso hizo que el canal saliera de la asamblea permanente en la que estaba. Y fue también un reconocimiento a los trabajadores que se quedaron, que son quienes sostuvieron y defendieron al canal.

CdelNO: ¿Cómo influyó esa situación en el prestigio del canal?

Yo creo que el canal, a pesar de todo lo que sufrió en este tiempo por el vaciamiento de contenidos, el desfinanciamiento y la pérdida de un montón de trabajadores valiosos, sigue conservando un lugar de prestigio. La marca Encuentro no se rompió, no se arruinó. Sí hay que salir a la búsqueda de nuevas audiencias, lo que es lógico. Durante mucho tiempo el canal logró una identidad a través de sus narrativas. Tal vez veías un documental y pensabas “esto es muy Encuentro”, detectabas una suerte de marca derivada de la forma de narrar de Canal Encuentro. Esa marca se impuso, fundó escuela y muchos realizadores y realizadoras empezaron a crear de acuerdo a esa estética. Ahora llegó el momento de actualizarla y volver a pensar otras narrativas, con formatos más breves, con nuevas figuras.

CdelNO: También se suman las nuevas plataformas que cambiaron la manera de consumir contenidos.

Claro, el mercado es otro. Cuando empezó Canal Encuentro el lugar de la grilla era fundamental, y aún hoy seguimos peleando para volver a estar en un lugar central. Pero hoy el público no está solamente ahí. También está en los celulares, en las redes, en otras plataformas. Los consumos hoy no son los mismos que hace cuatro años.

CdelNO: A mi entender, una de las deudas pendientes de Encuentro es que, a pesar de tener esa identidad y ese prestigio del que hablabas, no llegó a generar una comunidad tal como las conocemos hoy. Sí tenía gente que miraba el canal pero no era una comunidad de seguidores, de gente fiel, como hoy puede tener, por ejemplo, FutuRock, que es un medio mucho más pequeño, pero que tiene su comunidad establecida que la sigue a todos lados.



Es cierto que Encuentro no la tenía y esa búsqueda es mucho más importante ahora a la hora de sumar nuevas audiencias. En ese camino, en los últimos meses tuvimos un crecimiento enorme en todas nuestras redes. El lanzamiento de la programación nos hizo sumar muchísima audiencia en YouTube, por ejemplo. Los seguidores los tenemos, pero hay que trabajar también en esa construcción de nuevas audiencias que muchas veces ven Encuentro como el canal que miran sus padres, y no como un canal donde ellos o ellas pueden encontrar algo que los y las interpele.

CdelNO: En esa búsqueda, ¿se piensa en hacer acuerdos con plataformas como Netflix o Amazon para difundir el contenido?

Nosotros tenemos una plataforma propia que es CONTAR, donde estamos subiendo los contenidos apenas los estrenamos. Para nosotros sumar pantallas es sumar audiencias, pero nuestra plataforma es CONTAR y ahí estamos apostando.

CdelNO: Cuando empezaron con esta nueva gestión se pusieron a diseñar los nuevos lineamientos hacia los que querían ir, pero en el medio apareció la pandemia y obviamente cambió todo. Desde los contenidos, la programación, el presupuesto...

Por un lado, el primer impacto que tuvo la pandemia en nuestra pantalla y en nuestros recursos fue la suspensión de las clases y la necesidad de responder al sistema educativo de alguna manera. En ese sentido, desde el primer día sin clases ya estábamos al aire. Al principio fueron dos horas de Encuentro y dos horas de Pakapaka que también se transmitían por la Televisión Pública. Y quince días después ya pasamos al formato de 14 horas en total, haciendo uso de todo el enorme archivo del canal. Ahí también ves lo que fue el canal, el volumen de producción que alcanzó. Nosotros venimos sosteniendo tres meses de 14 horas diarias de programación generando contenidos al aire con los docentes, pero también con contenido de archivo de Canal Encuentro de la temática que busques. Quizás quedan con

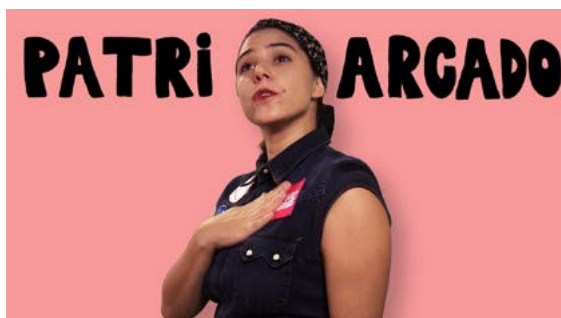
formatos más viejos o con algunas cuestiones que hay que actualizar, pero el canal tiene un acervo que le permitió responder rápidamente a la necesidad de ofrecer clases para todos los niveles educativos.

Entonces, el primer impacto de la pandemia para nosotros fue que nos estábamos preparando para el lanzamiento de la programación en abril, y de repente tuvimos que lanzar en marzo *Seguimos Educando*. El segundo impacto fue sobre producciones que teníamos previstas lanzar o rodar. Por ejemplo, este es el año de los 200 años de la muerte de Manuel Belgrano y para nosotros es un eje de programación fuerte. Teníamos previsto hacer una docuficción que finalmente no se pudo realizar. Al principio especulamos con que si la esperábamos un poco podríamos producirla. Pero en el momento en que se empezó a extender la cuarentena nos dimos cuenta de que una docuficción con recreación de batallas y todo lo que esto representa no era viable. Entonces tuvimos que, rápidamente, recalcular qué íbamos a ofrecer para cubrir ese eje de contenido. Así fue como, por un lado, produjimos un especial para el aniversario del nacimiento de Manuel Belgrano (*Belgrano, hijo de la patria*). También programamos *Belgrano, la nación soñada*, una serie tucumana sobre los rastros de Belgrano en todas las escuelas del norte, donde él tuvo sus principales batallas por la independencia. Produjimos también un especial sobre la creación de la bandera (*Bandera, el legado de Belgrano*) y tenemos en producción otra serie, sobre el rol de Catalina Echeverría y las mujeres que estuvieron vinculadas tanto a la creación de la bandera como a la del monumento. Será una producción santafesina, con especialistas de la Universidad Nacional de Rosario. Y así como esa, hubo otras producciones que estaban en marcha y que tuvimos que repensar.

El contenido de Canal Encuentro es un contenido que tiene que perdurar. En esa necesidad de perdurar, sumado a que también buscamos una calidad estética y de realización que sea sólida, fue que decidimos que no íbamos a poner al aire grabaciones o entrevistas por videollamada, por ejemplo. Tratamos de sostener, dentro de las limitaciones logísticas que tenemos, un estándar de calidad que nos permita tener producciones al nivel que nosotros necesitamos. Algunos proyectos continuaron de manera más lenta, a partir del armado de dispositivos de grabación remotos, o con equipos mínimos y sets improvisados en las casas de los actores o de los especialistas que participaban. Ahora sí ya estamos grabando algunas piezas con protocolos estrictos. En este contexto, hubo producciones que no pudimos retomar porque algunas personas tenían que movilizarse desde diferentes lugares o están en situación de riesgo y no podían participar de un rodaje.

A los que estamos en un lugar de gestión, la pandemia nos puso frente al desafío de proyectar en medio de la incertidumbre. Tenés que tomar decisiones hoy para escenarios futuros que no sabés cómo serán y asumir que esa planificación es provisoria porque puede ser que mañana mismo tengas que cambiar a otro rumbo.

CdelNO: Y en ese sentido, ¿cómo están proyectando entre el mediano o largo plazo y el día a día que impone la pandemia? Porque, por ejemplo, tienen que lidiar con que en gran parte del país, seguramente, vuelvan las clases después de las vacaciones de invierno pero en el AMBA no.



Ahora estamos planteando para después de las vacaciones de invierno una nueva etapa de *Seguimos educando*, con algunos cambios de formato y atendiendo a la realidad de que probablemente en el segundo semestre muchas de las provincias puedan volver a algún tipo de clases presenciales.

CdelNO: ¿Cuál es la repercusión de *Seguimos educando*?

Seguimos educando es un ciclo que, desde la Ciudad de Buenos Aires, no se valora en toda su dimensión. No solo con el espacio de la Televisión Pública, Encuentro y Pakapaka, sino también con su correlato en Radio Nacional, llegamos a lugares donde no hay recursos económicos y no pueden acceder a las plataformas virtuales en las que los alumnos de CABA, mayoritariamente, se conectan, o a otros lugares donde no hay otras herramientas más que la televisión o la radio. Sí, funciona muy bien y todo el tiempo nos escriben y nos agradecen porque es la única manera de llegar a muchas localidades. Si bien no reemplaza la escuela, permite acompañar con contenidos de calidad. Cuando te alejás un poco de los grandes centros urbanos las realidades tecnológicas son otras, y entonces la importancia de tener un programa así, en televisión o en radio, se reconfigura.

CdelNO: Junto a tu designación en Encuentro se dio también la de Cielo Salviolo al frente de Pakapaka y la de Mikki Lusardi en Nacional Rock. ¿Qué lugar tenían pensado para la agenda de género en la programación y cómo se reconfigura ahora en la pandemia?

Bueno, eso es muy importante. Históricamente el canal tuvo una agenda de género bastante nutrida. Y creo que, en esta etapa se está dando un paso más. No solo al poner a mujeres a dirigir los medios, sino también con decisiones concretas que apuntan a resolver desigualdades. Por ejemplo la decisión que se tomó en Contenidos Públicos SE de pedir paridad de género en la conformación de los equipos. La intención de esta etapa es pasar a la acción. Ya sabemos cuáles son los problemas, entonces vamos a solucionarlos. Desde ese lugar, incorporar a las mujeres en los equipos técnicos, en los equipos de producción, en las pantallas. Buscar que esas mujeres tengan protagonismo en distintas áreas.

CdelNO: ¿Y cómo se va llevar a cabo con las casas productoras?

Por contrato se pide paridad de género en todos los rubros. En las nuevas condiciones de contratación se está aclarando que se va a pedir paridad de género en el equipo, dividiendo los roles como quieran. Es muy importante darles el lugar a las mujeres para que puedan producir los proyectos, dirigirlos o conducirlos. En producción hay muchas mujeres, pero en dirección o en conducción me parece que hay que generar ese espacio porque las mujeres para desempeñar esos roles están.

CdelNO: ¿Y en cuanto al lenguaje inclusivo? ¿Cómo se va a manejar el canal?

El canal es inclusivo en general, no solo en el lenguaje. Nosotros no hablamos con la -e, pero sí tenemos un lenguaje inclusivo y tenemos en nuestra agenda y en nuestras formas de hacer, el paradigma de lo inclusivo. Es un tema que está en permanente discusión y estamos elaborando un manual de estilo en ese sentido.

CdelNO: Olvidándonos un rato de la pandemia, ¿cuáles serán las temáticas que van a estar en agenda?

Ciencia, historia, filosofía, la diversidad, las tecnologías, ambiente y género, desde ya. Pero más allá de las temáticas, nos interesan también los puntos de vista, las historias que se encuentran en los distintos territorios de nuestro país y que pueden ser contadas desde allí.

CdelNO: ¿Y en cuanto a los territorios? Porque ahí también es donde tienen mucho para aportar las universidades.

En este primer lanzamiento de programación las universidades están fuertemente presentes porque tenemos muchos contenidos que fueron producidos por ellas, como por ejemplo *Caja de herramientas*, que fue hecho por la Universidad Nacional de General Sarmiento y por la UNPAZ. Para nosotros, las universidades son aliadas naturales, y nos interesa fortalecer ese vínculo porque hay casas productoras que vienen trabajando ahí desde hace muchos años. El canal tuvo históricamente, y vuelve a tener con este esquema de producción delegada, un rol de formación. Entonces, que nosotros podamos acompañar a las universidades en sus producciones también es una manera de formar nuevos productores, nuevos realizadores, que las universidades puedan producir con un estándar profesional para un canal como Encuentro y a partir de ahí para cualquier otro canal. El vínculo con las universidades para nosotros es un vínculo genuino y deseado.

CdelNO: Así como Pakapaka es el canal infantil y DeporTV el canal de deportes. ¿Cuál es el lugar de Encuentro? ¿Por qué es importante que exista?

Nuestro rol es brindar una herramienta al sistema educativo, lo cual no excluye que haya público adulto que también nos sigue. Pero a nosotros nos interesa volver a hablarle a esas franjas más jóvenes que están en el secundario y que puedan encontrar en nuestros contenidos materiales que les hablen a ellos. Como definición es un canal educativo. Si bien no somos parte del Ministerio de Educación, ellos sí forman parte del directorio de Contenidos Públicos SE. En lo que es la diaria del canal tenemos una persona de contenidos del Ministerio de Educación que trabaja a la par nuestra, que es una persona muy importante en la estructura del trabajo. Además, es necesario porque los contenidos del canal tienen como protagonistas a nuestros científicos, nuestros artistas, nuestros especialistas que cuentan las historias que, la mayoría de las veces, no se encuentran en otros canales.

CdelNO: En tu rol de docente de la UNPAZ, ¿qué temáticas o realidades creés que le puede sumar al canal?

La UNPAZ puede aportar la mirada del territorio, abordar todas las temáticas desde su mirada, que no es la mirada tan centrada en la Ciudad de Buenos Aires que muchas veces tenemos. La idea es que no haya UN centro de producción de contenidos, sino que en cada lugar de nuestro país nosotros podamos tener un centro de producción que aporte su visión sobre estas mismas temáticas. Vuelvo a destacar el esquema de producción delegada porque eso te permite abrir el juego a un montón de realizadores, de casas productoras o de universidades que te traigan otras ideas, otras realidades, otras miradas. En esa riqueza de voces se construye nuestra pantalla.



BIO

MARÍA MARTA GARCÍA SCARANO



Nació en Buenos Aires. Es productora ejecutiva, con especialización en contenidos periodísticos, culturales y científicos para medios audiovisuales. Estudió Periodismo y desarrolló su carrera profesional realizando tareas de producción, redacción e investigación periodística.

Participó en los equipos de producción de Santo Biassatti, Ernesto Tenenbaum, Marcelo Zlotogwiazda y Luis Majul para América TV, Canal 7, Encuentro, Radio Mitre y Radio Rock & Pop. En gráfica, colaboró en equipos de investigación para *Revista 23*, *Página 30*, revista *Nueva* y Editorial Sudamericana.

Es docente de radio y TV en la Tecnicatura en Producción de Medios Audiovisuales de la UNPAZ. Actualmente, se desempeña como directora del Canal Encuentro.