

## **Canal Encuentro en las redes sociales: producción y circulación de contenidos audiovisuales públicos en Facebook (2015-2019)**

### **Canal Encuentro in social media: production and circulation the public audiovisual content in Facebook (2015-2019)**

Labate, Cecilia<sup>1,2,3</sup> y Becker Cantariño, Lilia<sup>1</sup> <sup>1</sup>Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES).

<sup>2</sup>Universidad del Salvador. (USAL).

<sup>3</sup>Universidad de Buenos Aires (UBA).

Contacto: cecilia.labate@gmail.com

**Palabras clave:** Televisión pública; Convergencia digital; Redes sociales

**Key Words:** Public Television; Digital convergence; Social Media

La presente ponencia indaga sobre el uso y la gestión de la cuenta de Facebook de Canal Encuentro con el fin de identificar y caracterizar el proceso de articulación, complementariedad y convivencia de los contenidos elaborados por la emisora para su pantalla (*broadcasting*) y las ventanas de Internet (*webcasting*). Desde el campo de la Economía Política de la Comunicación (EPC), se busca analizar las estrategias digitales de la señal pública en Facebook, poniendo el foco en aspectos vinculados al tipo de contenido producido (nativo digital y no nativo), la frecuencia de publicación, la interactividad y a la interacción social establecida con la audiencia. El recorte temporal se extiende desde diciembre de 2015 hasta diciembre de 2019, período que comprende el gobierno de Mauricio Macri. El interés temático se debe a que en la actualidad la mayor parte de las actividades en Internet transcurren en las redes sociales. Su irrupción y su masiva implantación como herramienta de intermediación e interactividad fue el germen de una nueva fase, la postmediática, que se caracteriza por una sociedad de servicios muy veloz en la que la personalización, segmentación e interactividad son especificidades propias de esta etapa. Así es como en pleno auge de la «televisión personalizada» se plantea que «la televisión y las redes sociales han formado el matrimonio de convivencia perfecto». En esta línea, en los últimos diez años Canal Encuentro, comenzó a transitar el camino hacia la sinergia de sus contenidos audiovisuales con el entorno digital. En este marco, el trabajo aporta novedad a un fenómeno social y tecnológico complejo del campo comunicacional que está en permanente transformación. Para el abordaje del objeto de estudio se realizó un trabajo de campo a partir de la selección de una muestra compuesta por las publicaciones realizadas en las redes sobre 20 series y documentales de Encuentro estrenados entre 2015 y 2019. A partir de la identificación del universo

de análisis se diseñó una matriz de datos con 36 indicadores organizados en ocho parámetros que permitieron valorar la adaptación de la emisora en las plataformas de Internet. Además, se realizaron entrevistas en profundidad con actores claves con la intención de conocer y valorar la adaptación de la emisora al escenario digital. Los resultados arrojan que el uso y la gestión de la cuenta de Facebook entre 2015 y 2019 tuvieron un acento más instrumental, dado en la difusión de los contenidos emitidos en la pantalla tradicional que en la producción de contenidos nativos digitales. Cabe mencionar algunas excepciones como Guardianes de la Lengua o Susurro y Altavoz que diseñaron contenido exclusivo para la plataforma de Internet. Facebook es, junto con Twitter, la red más utilizada por Canal Encuentro, no sólo en cantidad de publicaciones sino también en las interacciones sociales con las audiencias. No obstante, el nivel de interacción es casi nulo. Este trabajo es parte de una investigación más amplia titulada De la divergencia a la convergencia digital en las emisoras estatales: el uso y la gestión de las redes sociales de Canal Encuentro (2015-2019) realizada entre 2019-2020 en el marco del Instituto de Investigación en Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad del Salvador (USAL).