

**Del 13 al 17
de mayo
tendrá lugar
en Toronto
la cumbre 2000,
*Los niños
y los medios
de comunicación.***

Los niños y los medios de comunicación

Aida Herreros Ara

Su objetivo desde 1984 es alentar, promover y desarrollar la Educación de los Medios de Comunicación en las escuelas de todo el territorio canadiense. Esto incluye proporcionar a los alumnos la habilidad de crear sus propios productos. Para ello ofrece talleres y charlas y suministra recursos y servicios a maestros, padres de familia, alumnos, juntas directivas de escuelas y otros grupos interesados.

Además de ser asesor de la Alianza para los Niños y la Televisión, ha elaborado un equipo de material didáctico premiado, *Scanning Television*, y produce un programa televisivo mensual de éxito, *Scanning the Movies*, en la red Bravo de Canadá. Dos veces al año, publica el boletín Clipboard sobre las actividades de comunicación en todo el mundo.

La Asociación *for Media Literacy* (la primera organización global para maestros encargados de la educación en los medios de comunicación en Canadá), el Centro Americano para los Niños y los Medios (creador de los premios Ollie a los mejores espectáculos americanos para niños), la Alianza para los Niños y la Televisión, y el Proyecto Jesuita de Comunicación, todos con una gran experiencia, son algunos de los organizadores de este evento que aspira a convertirse en costumbre.

Algunos puntos de discusión

Durante los cinco días que dure la Cumbre y alrededor de tres pilares (*Los Medios, La Educación en los Medios y Sesiones Académicas*) irán vertebrándose todas las intervenciones. Los temas irán desde ¿por qué funcionan los *Teletubbies*? (se emiten en 59 televisiones de todo el mundo y tienen más de 50.000 páginas en Internet) a los consejos de los expertos en marketing acerca de lo que funciona con los jóvenes y por qué lo hace. También se intentará responder a preguntas como ¿necesitamos hacer telediarios especiales para niños y jóvenes?, ¿cómo medir la audiencia infantil?, ¿cuál es el impacto de la interactividad?, ¿afecta al desarrollo social, al desarrollo cognitivo, al proceso creativo?

En el apartado *La Educación en los Medios* se hablará de páginas útiles para clases prácticas de deconstrucción de los programas televisivos, se enseñará a descubrir a niños y estudiantes cómo reconocer el punto de vista y el propietario en los periódicos y revistas que leen; se realizará, por una vez, una mirada crítica -con ejemplos- a lo que la televisión "hace bien" o se utilizará un episodio de *Los Simpson* para hablar del proceso de identificación del televidente con los personajes de la televisión. También se enseñará como utilizar materiales controvertidos que aparecen en los medios acerca de la raza, la sexualidad o el conflicto.

Entre las *Comunicaciones Académicas*, el español Roberto Aparici, de la UNED, hablará de *Globalización frente a globalitarismo*, Agustín García Matilla disertará sobre *Nuevas formas de comuni-*



cación para una nueva televisión y Alfonso Gutiérrez desarrollará el tema *Alfabetización Multimedia*. Otras comunicaciones versarán sobre la prevención de una imagen negativa del cuerpo a través de la educación en los medios.

Ejemplos prácticos y talleres

No sólo habrá conferencias magistrales sino foros donde exponer experiencias y talleres donde experimentar.

De la **República Dominicana**, se presentará el ejemplo de TV Machepa, una televisión comunitaria en barrios marginados que mueve a tomar conciencia y a sumar fuerzas para construir una comunidad con mejores condiciones de vida. De **Uruguay** se aportarán experiencias de trabajo con poblaciones empobrecidas y cómo estas realizan vídeos en los que elaboran sus rasgos de identidad.

Guillermo Orozco, de **México**, llevará a cabo un taller sobre una estrategia pedagógico-lúdica

para investigar la recepción televisiva de niños entre 7 y 12 años. No reduzcas tus sueños, reduce tus costes- enseñará cómo hacer lo más posible con pocos recursos.

Israel y Palestina -dos países enemigos tradicionalmente- trabajan juntos para producir programas de televisión. Un escritor de éxito comparte sus trucos para alcanzar y mantener la atención de los escolares con la fantasía, la aventura y el humor. Un director proporciona pistas para sacar el máximo partido del talento o de las musas, el equipo técnico y los colaboradores.

Un representante de **Noruega** mostrará cómo los niños de entre 4 y 10 años aprenden a tener sentido de la televisión. Una sesión interactiva utilizará la popular serie Teodoro el remolcador para demostrar cómo los televidentes pre-escolares pueden ser introducidos a una visión crítica. Finalmente, estudiantes y profesores de los colegios de **Toronto** mostrarán y discutirán el proyecto de acción en los medios que han llevado a cabo durante meses.

«También de interés...»

Ciak Junior, guiones hechos por niños

Desde 1998, España participa en el festival internacional de guiones de cortometrajes infantiles patrocinado por la UNESCO. *Ciak Junior*. El certamen está dirigido a niños/as de entre 10 y 15 años que han de escribir una historia para un cortometraje. Tele 5 se encarga de enviar información a los colegios e institutos españoles y posteriormente de seleccionar entre todas las recibidas la que representará a España. Sus autores participarán en la producción y realización del cortometraje. Un jurado internacional compuesto por tres niños/as de los países participantes concederá en verano los premios del año 2.000.

Mes para padres televidentes

Fue una iniciativa de la Alianza para los Niños y la Televisión. En asociación con las cadenas de televisión, desarrolló este proyecto en el cual se alentaba a los padres de familia a ver la televisión con sus hijos durante el periodo de un mes. También ha llevado a cabo un taller para padres y maestros (*El poder de la televisión*) para que estos puedan convertirse en orientadores efectivos de televisión para los más jóvenes.

Scanning the movies

Lanzado en septiembre de 1997, fue diseñado para informar al público en general y proveer de materiales de enseñanza sobre los medios a las escuelas de Canadá. Pero ya Estados Unidos y Nueva Zelanda han mostrado su interés por la serie cuya guía puede encontrarse en Internet: <http://www.bravo.ca/events/scanningthemovies/>.



Los Simpson, Las tres mellizas y Pokémon: tres ejemplos de dibujos animados aclamados mundialmente

Los Simpson, la familia "más políticamente incorrecta" de Esta-

dos Unidos, nacen en 1987 y en España han cumplido ya diez años de emisión. Fue el primer dibujo animado en aparecer en la portada de la revista *Newsweek* y Bart votado como el personaje animado más importante de la historia de la televisión por la revista *Time*.

La serie *Las tres mellizas*, de la productora catalana Cromosoma se ha emitido en más de 130 países en todo el mundo y ha sido doblada a 25 idiomas. En www.lastresmellizas.com existen postales -con sello incluido- para enviar a los amigos, se puede imprimir un dibujo de Las tres mellizas para pintarlo, pueden enviarse comentarios del libro *La bruja aburrida* e incluso se puede escribir un libro con la bella respondiendo a algunas preguntas.

Pokémon, la más moderna, de factura japonesa, basada en un videojuego creado por Nintendo en 1996, es hoy, a pesar de sus detractores, líder de audiencia infantil en Estados Unidos, Canadá, Australia y Japón.

La tele en Internet

La dirección de **Telecinco** es www.telecinco.es. En ella se encuentra información sobre la campaña *12 meses, 12 causas*, el teléfono de atención al espectador (902 155555), autógrafos de los personajes favoritos, y posibilidad de chats. La serie juvenil *Al salir de clase* (www.alsalirdeclase.com)

cuenta desde noviembre pasado con una página en Internet (*Querido maestro* fue pionera en abrir consulta en Internet) a través de la cual se puede ver el plató virtual en una visión panorámica, conocer datos sobre los personajes y las sinopsis de los capítulos e incluso charlar con los actores y actrices favoritos.

La dirección de **Antena 3 Televisión** es www.antena3tv.es. Tiene como programas estrella a *Megatrix*, *Manos a la obra* y *La botica virtual*. Se le puede enviar el curriculum vitae para trabajar en la cadena. La página del *Club Megatrix* (www.megatrix.es) ofrece la posibilidad de enviar tu opinión sobre el planeta donde vives, tus experiencias en el colegio, recomendaciones de libros, comentarios sobre tu ciudad e incluso las mejores webs para compartirlas con el resto de internautas.

La de **Televisión Española** es www.rtve.es/tve/index.html. Tiene páginas dedicadas a informativos, programas, centros territoriales, etc. Entre los programas aparece *Hyakutake* que además de un Club, dedica páginas a concursos, ideas, propuestas y sugerencias, series o video-juegos.

Series juveniles de producción propia

Al salir de clase (Telecinco). Comenzó a emitirse el 8 de septiembre de 1997 en la sobremesa. Cuenta con una audiencia media del 25%, casi 3 millones de telespectadores (más del 50% tiene entre 13 y 25 años). Desde noviembre de 1999 tiene una página en Internet y es la primera producción diaria que se exporta a Italia. Con el nombre de *Fin de curso*



será llevada próximamente al cine.

Nada es para siempre (Antena 3). Rodada íntegramente en A Coruña, empieza a emitirse en el verano de 1999. Narra los conflictos entre padres e hijos adolescentes.

Compañeros (Antena 3) es definida por la cadena como "serie de culto en los colegios e institutos españoles".

Un libro

Televisión: Impacto en la infancia. Escrito por varios autores, entre ellos Javier Urra, Defensor del Menor de la Comunidad de

Madrid, publica un estudio comparativo sobre la violencia en televisión.

La más veterana

Barrio Sésamo, que llegó a España con el título *Ábrete Sésamo*, cumplirá en el 2000 25 años de emisión en nuestro país.

Prix Jeunesse

El festival de televisión internacional de niños que se celebra los años pares en Munich (Alemania), promueve programas de televisión de alta calidad para niños y jóvenes. ■

