

## COMUNICACION PARA NIÑOS conclusiones y sugerencias

*Del 29 de abril al 4 de mayo se realizó en Quito el seminario "Comunicación para niños", en el que confluyeron los esfuerzos de CIESPAL, OEA, Radio Nederland y la Fundación Ebert.*

*Durante las reuniones, en la sede de CIESPAL, alrededor de 40 especialistas de diferentes países americanos analizaron programas radiales y televisivos a fin de ofrecer recomendaciones para la formación de comunicadores y de productores de mensajes para niños.*

*Las actividades se dividieron en sesiones plenarias, en las que fueron presentadas experiencias en los medios mencionados y en impresos, y trabajo grupal para propuestas en radio y en televisión. La labor quedó concretada en dos documentos que a continuación se presentan.*

*Ambos grupos coincidieron en puntos fundamentales como el alertar sobre las consecuencias negativas del uso de*

*los niños con fines comerciales, la necesidad de evitar por todos los medios el autoritarismo, la carencia en el contexto latinoamericano de estudios sobre las características de la programación para niños, entre otros.*

*Estos criterios coinciden en gran medida con las conclusiones del Segundo Congreso Internacional de la Asociación de Literatura Infantil en España, realizado en México en 1979. Agregamos al documento de Quito una selección de los puntos más relevantes de dichas conclusiones, a fin de integrar la visión de los diferentes medios de comunicación: radio, televisión e impresos.*

*Los documentos que presentamos abren el camino a posibles acciones y, sobre todo, constituyen un llamado de atención a quienes tienen la responsabilidad de trabajar con niños.*

### PROGRAMACION RADIAL

#### I. DIAGNOSTICO

El grupo dedicado a programas de radio para niños realizó el siguiente diagnóstico:

1. Es muy escaso el número de programas para niños en el contexto latinoamericano. La mayoría de las emisoras no produce programas infantiles. Las que los hacen tienen muy pocos y su duración no sobrepasa los 15 a 30 minutos semanales.
2. Cuando no se tiene una visión clara de los niños, cuando no se ha trabajado, compartido, jugado con ellos, los programas tienden a estereotiparse, ya sea por los contenidos que ofrecen, por la caracterización de los personajes o por los recursos puestos en juego. Esto se evidencia en la falta de precisión de los objetivos. Cuando no se puede inferir desde un programa su objetivo, es que se ha partido de algún estereotipo o del desconocimiento del mundo infantil.
3. Muchos programas se mueven entre dos extremos: la comercialización y el pedagogismo. En el primero los niños son tomados como posibles consumidores de golosinas, ropas, discos; en el segundo se busca forzar por todos los medios una moraleja, un conocimiento que el niño debería adquirir. Cuando el programa se sitúa en cualquiera de los dos extremos el niño como tal pasa a

segundo plano, se relega su real capacidad de jugar, de participar, de soñar.

4. Derivado del punto anterior, se señala que el exceso de información restringe la participación de los niños, sobre todo en el medio radio. Por la urgencia de enseñar existe la tendencia a pasar directamente a conceptos sin las meditaciones necesarias para lograr la participación y el interés del pequeño. En esos casos, los programas dejan de lado recursos como la descripción, la apelación a sensaciones táctiles corporales en general, la capacidad narrativa, los juegos, los ritmos, el placer de la palabra, el placer de descubrir...

5. Todo mensaje constituye un hecho de significación y como tal establece patrones de interpretación, de valoración. En consecuencia, una emisora que permanentemente difunde hechos de significación tienen un alto grado de responsabilidad, especialmente en el caso del mensaje para los niños. Sucede a menudo que un emisor incorpora a su programa ciertos estereotipos sin tener conciencia de ellos:

6. En relación con el punto anterior se constata una gran facilidad de estereotipar personajes, situaciones, ambientes, cuestiones afectivas e intelectuales del niño. Igualmente se nota un mal aprovechamiento de los recursos que pueden enriquecer los programas, como el relato, las descripciones, las letras de las canciones, dramatizaciones, entrevistas, etc.

7. Una aproximación simplista a la temática infantil puede llevar a reducir la riqueza y la complejidad del mundo del niño, sea en las posibilidades de juego y de creatividad o en los problemas y necesidades propios de este período de la vida. En esto último, hay temas que casi nunca se tocan desde la perspectiva del niño, como la pobreza, los hogares distintos a la familia tradicional, las carencias de cariño o de recursos mínimos, etc. En pocas palabras, lo que muchas veces queda fuera es la vida misma del niño, su vida cotidiana.

8. En los programas de tipo comercial existe la tendencia a llevar un ritmo exagerado, a poner en juego un conjunto de impactos verbales y sonoros que no da tregua al receptor. El locutor grita, la música es estridente, los estímulos se suceden ininterrumpidamente. El grupo reconoció otras posibilidades, como las que aparecen en el programa "De puntitas", de Radio Educación, México: música suave, una voz que infunde tranquilidad, un tono parejo capaz de arrullar o de despertar sin sobresaltos al niño.

9. Frente a un tipo de locutor que se personaliza demasiado, que da en forma permanente consignas de interpretación, que no deja ningún resquicio a la participación, hay otros capaces de crear una atmósfera distinta, capaces de sugerir antes de decirlo todo, de llevar contenidos en forma más sutil, de entretener al niño y no de forzarlo a aceptar algo.

10. Se reconoce en esta línea, el riesgo de infantilizar demasiado los programas. No es lo mismo hablar como un niño que hablar para un niño.

11. Existe una gran diferencia entre un programa hecho por adultos y otro hecho con niños. En los puntos anteriores se ha aludido al primer caso. Cuando se incorpora sin más a un niño surgen por lo menos dos riesgos: se lo usa literalmente para llenar un espacio, o bien se lo convierte en una pequeña estrella, con todo lo que ello implica para las relaciones familiares y grupales en general. Un trabajo con niños requiere una larga preparación, una capacidad de asumir con alegría, con capacidad de juego, el papel que a cada uno le tocará. No se trata de hacer excepcional a un niño, sino de incorporarlo a una nueva posibilidad de juego y de creatividad.

12. El juego infantil tiene muchos ingredientes de carácter auditivo y rítmico, pero éstos son poco aprovechados en los programas, y en especial en las creaciones musicales. Se reconoce una generalizada falta de utilización de estos recursos en el ámbito de la enseñanza formal.

13. Existe en general en nuestros países latinoamericanos un repertorio de música muy tradicional, muy añejo. Si bien se reconocen valores en éste, quedan fuera momentos muy significativos de la vida del niño, quedan excluidos los estímulos propios de su medio ambiente, como por ejemplo los pregones de la ciudad, los juegos de palabras, los ritmos propios de la coordinación motora, entre otros.

14. Se constata un gran aislamiento entre los diferentes países de la región, en lo que a intercambio de programas y de música para niños se refiere.

15. Se puede generalizar la falta de adecuadas fonotecas de apoyo a programas infantiles, tanto en efectos de sonido como en recursos musicales.

16. Existen en el contexto latinoamericano muy pocos productores especializados en programas infantiles, y los pocos que hay no suelen poseer una forma-

ción suficiente como para trabajar en este complejo y riquísimo campo.

17. La urgencia del trabajo cotidiano y el aislamiento a escala nacional e internacional, hacen que cada productor avance por prueba y error. Ello ha llevado en general a una carencia de sistematización de las experiencias y del trabajo dentro de la programación infantil, lo que coloca a la radio en una clara desventaja frente a los medios impresos y, en cierta manera, al televisivo.

18. Esta falta de sistematización hace que se recurra a menudo a los recursos más fáciles, lo que da poca consistencia a la producción radial infantil. Esto suele llevar al montaje de programas de tipo mosaico, sin mayor coherencia interna y sin claridad de objetivos (como es el caso de muchas radio revistas).

19. Se constata que los programas realizados por un equipo de producción sobresalen por su calidad y coherencia interna, mientras que los programas que descansan en el esfuerzo de una o dos personas adolecen de más fallas y de incoherencias.

20. Se constata que son muy pocos los casos en que se procede a evaluar sistemáticamente los programas.

## II. RECOMENDACIONES GENERALES

Sobre la base del diagnóstico anterior, el grupo dedicado a programas de radio recomienda:

1. Fomentar la producción de programas radiofónicos infantiles, mediante el apoyo de organizaciones internacionales, estados nacionales y otras organizaciones que dedican sus esfuerzos a la educación y la cultura.

2. Tener una visión precisa del mundo infantil, a través de la convivencia y del juego con los niños, a fin de elaborar programas con objetivos claros y sin estereotipos dañinos.

3. Que el niño sea el centro del programa y que, por lo tanto, no se lo use ni como objeto ni como pretexto para otros fines. En el caso de los programas entendidos como puramente recreativos debe evitarse por todos los medios la percepción del niño como un potencial consumidor. Por otra parte, en los programas de visión pedagógica, es necesario concebir al niño no sólo como un adulto en potencia, que necesita aprender muchas cosas de la vida, sino también como un ser que requiere de lo lúdico, de lo imaginario, de la fiesta.

4. Que se hagan programas que abran cauces a la mayor participación de los niños, entendiendo esta última como un participacionismo o un mero activismo en el mismo medio radiofónico, sino como la apertura de espacios vitales para que el niño se exprese, juegue, recupere su propia vida cotidiana y desarrolle capacidades que le permitan un desenvolvimiento más rico en posibilidades, dentro de la escuela, la familia y su núcleo de amigos.

5. Que en vista del punto anterior, se restrinja la cantidad de información, de acuerdo con las edades de los niños a los que se dirige el programa, y se evite dar entrada a definiciones y conceptos abstractos de difícil asimilación, sin tomar en cuenta las mediaciones necesarias, como el juego, la narración, los ritmos, los ejemplos más sencillos tomados de la vida diaria.

6. Dado que todo mensaje es un hecho de significación, se deben seleccionar cuidadosamente: a) los personajes; b) las situaciones; c) la ambientación; d) la presentación y resolución de los posibles conflictos y los temas en general. En todos los casos es necesario evitar al

máximo el uso de estereotipos raciales, sexuales, clasistas, morales, estéticos, políticos, religiosos, entre otros. Y es necesario recuperar la vida cotidiana toda del niño, tanto en lo que tiene de maravilloso y mágico como en sus problemas concretos, en sus necesidades y carencias.

7. Puesto que todo mensaje radial es un hecho de lenguaje, es conveniente conocer: a) características del lenguaje de los niños a los que se destina el programa (recursos y juegos verbales, elementos rítmicos, construcción sintáctica, expresión gestual y corporal; modos de comunicación con el propio entorno, con los adultos y con los demás niños, etc.); b) las características del relato infantil y su adaptación al medio radio; c) el lenguaje radiofónico orientado al mundo infantil; d) toda la gama de posibilidades que puede ser utilizada con los niños; teatralización, juegos, música, canciones, refranes, chistes, coplas, trabalenguas, talleres de creatividad manual, entrevistas, concursos, actividades deportivas y culturales en general.

8. Que en la programación infantil es preciso utilizar la mayor cantidad de recursos expresivos, con una adecuada dosificación. Así, pueden alternarse relatos con descripciones, música, reportajes, juegos de palabras, adivinanzas, recreaciones históricas, dramatizaciones, siempre que se mantenga una coherencia y el sentido de fiesta.

9. Que en la programación infantil se empleen no sólo las creaciones musicales tradicionales, sino también los ingredientes de carácter auditivo y rítmico propios de la vida diaria del niño. Que se recuperen en este sentido los ritmos populares latinoamericanos para la creación de música para niños.

10. Que en la programación se evite el exceso de impactos verbales y sonoros, el ritmo exagerado en la locución y la tendencia a la infantilización.

11. Que se eviten, por parte del locutor, animador o actor las excesivas consignas de interpretación y la sobreabundancia de información. En este sentido, habría que ser muy cuidadoso con el "estrellato" de quienes conducen los programas infantiles.

12. Que cuando se trabaje con niños se evite convertirlos en pequeñas estrellas, a fin de no alterar sus relaciones familiares y grupales. Se trata en todos los casos de abrirles un nuevo espacio de creatividad y de juego.

13. Para la producción en general se sugiere lo siguiente: a) un adecuado intercambio de materiales para el enriquecimiento de fonotecas de apoyo a programas infantiles, a fin de que estos reflejen la riqueza expresiva de América Latina; b) la recuperación de experiencias significativas que sirvan de base para la evaluación de los propios programas; c) la conformación de verdaderos equipos de producción, dentro de las posibilidades de cada sitio, a fin de contemplar la variada gama de problemas y posibilidades de la programación infantil; d) que se desarrollen, con el apoyo de organizaciones internacionales o nacionales, recursos de evaluación de programas infantiles; e) que se intensifiquen las investigaciones previas a la producción de los programas.

### III. LA FORMACION DE LOS COMUNICADORES PARA NIÑOS

En la formación de equipos de producción de mensajes para niños deberían tenerse en cuenta los siguientes puntos:

1. Conocimiento de todas las implicaciones del trabajo con niños:

1.1. Información básica para comprender las diversas etapas del desarrollo infantil en los diferentes contextos latinoamericanos; esto implica conocimientos elementales de las ciencias sociales aplicadas al mundo infantil;

1.2. Información básica de las características, necesidades, demandas, motivaciones, intereses, modos de relación, percepciones, etc., del niño en su respectivo contexto social;

1.3. Conocimiento y vivencia del lenguaje coloquial popular y dentro de éste, en especial el infantil.

1.4. Conocimiento de expresiones de la cultura, la literatura, el arte, la música y las tradiciones latinoamericanas, a partir de la especificidad de las diversas etnias y culturas del continente;

1.5. Conocimiento y manejo de los recursos de expresión infantil: relato, dramatización, juegos, rimas, canciones, adivinanzas, juegos de palabras, coplas, entre otros;

1.6. Conocimiento y manejo de los recursos expresivos de los diversos medios de comunicación, en especial la radio: sus posibilidades, ventajas y limitaciones, lenguaje específico y técnicas de producción propias.

2. Desde el punto de vista del funcionamiento del equipo de producción de mensajes se requería:

2.1. La constitución de un equipo interdisciplinario bien integrado, que contemple, dentro de las posibilidades de cada región o emisora, la participación de especialistas como escritor para niños, psicólogo, pedagogo, productor del medio, músico, etc.;

2.2. La información suficiente como para dejar abierta la aspiración de una continua actualización profesional;

2.3. Los adecuados instrumentos para realizar una evaluación continua, tanto del trabajo del equipo como de los programas y de sus resultados desde las perspectivas de los destinatarios;

2.4. Los conceptos e instrumentos básicos para el desarrollo de investigaciones tradicionales y participativas, en los diversos temas precisados en el punto uno;

2.5. La capacitación en la observación directa de la vida cotidiana del niño: sus juegos, su lenguaje, sus modos de expresión corporal y gestual..., para incorporar esa información a los programas;

2.6. Los recursos de integración a trabajo con niños de todos los estratos sociales, de manera tal de facilitar la convivencia, el encuentro y la comprensión mutua.

3. Desde el punto de vista personal, para poder trabajar con niños, se requieren algunas características ideales:

Vocación profunda hacia el trabajo con los niños; personalidad no autoritaria ni paternalista, gran humildad y máximo respeto por la libertad de los pequeños; fuerte vocación lúdica y permanente sentido del humor que debe llevar a la capacidad de gozar con el juego y con la enseñanza; creatividad e imaginación que permitan buscar formas y maneras diferentes de presentar distintos temas y salir al paso de situaciones con ingenio; capacidad de mantener abiertos y muy vivos los sentidos para percibir toda la riqueza del propio entorno y del mundo infantil; intuición y sensibilidad estética; curiosidad, interés por explorar to-

das las cosas del mundo, capacidad de asombro. Por último, un sentido crítico y autocrítico que permita aceptar sugerencias y aprender de los propios aciertos y errores, y coherencia entre el trabajo con los niños y la vida toda.

#### IV. EJERCICIOS PRÁCTICOS PARA LOS PRODUCTORES

Para un posible taller de comunicación para los niños se recomienda los siguientes ejercicios prácticos para los productores.

1. Idear una serie de tres o cuatro guiones donde se incluya a los niños como personajes en un formato de revista o dramatización.

2. Trabajar con un grupo seleccionado de niños, no mayor de cinco, entre 8 y 11 años, con los ejercicios y señales como los indicados en el documento del TICOM (La producción social de sentido y la comunicación educativa).

3. Trabajar la historia oral para niños como un medio para:

- hacerlos participar de su realidad concreta por medio de su propio testimonio.
- incluirla como un nuevo género radiofónico para niños.
- convertirla en un instrumento para el conocimiento de la realidad sociocultural latinoamericana.

4. Trabajar los siguientes aspectos de la cultura popular latinoamericana.

- Cuentos y leyendas
  - Música e instrumentos musicales
  - Oficios
  - Juegos y juguetes
- el trabajo de los niños.

Para cumplir con los objetivos anteriores se propone consultar y utilizar el acervo de cultura tradicional existente en los archivos de los siguientes centros de investigación con sede en el Ecuador: Instituto Andino de Artes Populares (Quito); Instituto Interamericano de Artes y Artesanías Populares (Cuenca); Instituto Otavaleño de Antropología (Otavalo); Museos e Institutos del Banco Central del Ecuador y la Casa de la Cultura del Ecuador. En lo que respecta a grabaciones podría hacerse el copiado de algunos materiales y luego su edición y elaboración como programas para niños.

5. Con los participantes en el taller formar grupos interdisciplinarios con el investigador de la cultura popular, el productor (alumno) y niños actores.

6. Audición de distintos tipos de programas latinoamericanos de radio para niños, muestras de lo que sería válido o no en una serie de esta naturaleza.

#### V. RECOMENDACIONES FINALES

##### Area de Coordinación

Se hace necesaria la creación de un organismo regional coordinador y centralizador de las experiencias existentes y futuras en torno a la realización de producciones infantiles.

Sus funciones se dirigirían a la recopilación, el intercambio y la promoción de experiencias. Para ello, consideramos que el organismo debería realizar las siguientes acciones:

1. Recopilar discos, cassettes, etc. de música para niños en el contexto latinoamericano, por países, por regiones, etc. Dentro de este marco se podría constituir

una fonoteca especializada en música, canciones, poemas grabados, rimas. Para ello tendría que organizarse:

- un catálogo explicado de los materiales existentes que se distribuya a todos los países.
- un sistema de copiado de esos materiales, en las radios y/o centros de producción que lo soliciten.

2. Crear, para junio de 1986, el primer catálogo de programas infantiles de audio existentes en América Latina. Dicha información podría ser integrada al material bibliográfico como el que puede encontrarse en el Banco del Libro, en Venezuela, para su procesamiento y posterior difusión y distribución por parte del Centro Coordinador, a todas las diversas instituciones que trabajan en la producción infantil.

3. Para la más fácil realización del punto anterior, el Centro estudiaría un sistema sencillo y viable de intercambio de programas radiofónicos producidos por distintas instituciones de países latinoamericanos, afiliados al Centro. La realización de este punto podría hacerse de la siguiente manera:

- que el Centro obtenga una buena copia de todos los programas valiosos producidos por las instituciones, lo que complementaría la fonoteca mencionada en el punto 1. (Se podrían buscar fuentes de financiamiento internacional).
- que se confeccione un catálogo con las fichas técnicas completas de los programas de la "radioteca", y se distribuyan.
- que se defina un sistema de copiado, con sus respectivos costos, para las radios y/o centros de producción que lo soliciten.

4. Solicitar del PILI, u otras organizaciones internacionales o nacionales, el material bibliográfico existente de literatura infantil, que pueda ser utilizado por productores de otros medios. Este fichero contribuiría a completar el material de referencia del Centro.

5. Recopilar experiencia de trabajo con niños, a través de formas autobiográficas, del modo planteado durante el Seminario, a fin de mantenerlas como ejemplos.

6. Hacer llegar la información sobre los acuerdos tomados a productores nacionales, para aumentar el grado de interés en el asunto.

7. Promover encuentros de grupos interdisciplinarios (1 autor de historietas, 1 ilustrador, 1 productor de radio, 1 de TV, como mínimo), para que trabajen en un taller diseñando un pequeño proyecto multimedial, y escriban y produzcan uno o varios materiales piloto en cada uno de los medios.

8. Como consecuencia de lo anterior, apoyar eventos internacionales que estén relacionados con la producción o intercambio de ideas y experiencias entre los diferentes medios, como el Primer Festival de Ejecutantes Latinoamericanos de Canciones Infantiles.

9. Estudiar las fórmulas de financiamiento y comercialización para realizar producciones regionales:

- a nivel de emisoras comerciales en cada país.
- a nivel de Ministerios de Educación.
- con organismos de cobertura regional (Países del Pacto Andino, por ejemplo).
- a nivel de la población hispano-parlante en América del Norte y Europa.

##### Investigación

Los proyectos nacionales o regionales que se puedan

impulsar deben contemplar una sólida investigación previa de contenidos, recursos y posibilidades radiofónicas.

1. Las posibles áreas de investigación pueden ser:
  - a) Recopilar materiales escritos en América Latina sobre el tema para la elaboración de antologías.
  - b) Recoger las diversas experiencias realizadas en el área de aprendizaje que hayan utilizado el medio radio a través de múltiples formatos.
  - c) Recuperar formas de comunicación de niños indígenas y de otras etnias latinoamericanas.
  - d) Utilizar el discurso coloquial (en forma directa o a través de ejemplos literarios, ensayos, etc.) como materia prima para la elaboración de programas.
2. Se recomienda iniciar una investigación a corto plazo (un año) sobre los diversos aspectos que pueden componer una programación infantil.
3. Elaborar técnicas de evaluación de resultados que puedan ser utilizadas por las instituciones que actualmente producen para niños, sean emisoras u otros centros.
4. Estudiar las posibilidades de un trabajo conjunto con Escuelas y Universidades, tanto para investigaciones concretas como para fomentar la preocupación específica de la Comunicación para niños.
5. Elaborar guías para el seguimiento del impacto del o los proyectos en la audiencia infantil y adulta, contemplando mecanismos para recoger opiniones que retroalimenten el material original.

#### Capacitación

1. El área de capacitación específicamente orientada al comunicador para niños ha sido descuidada tradicionalmente en América Latina. La mayor parte de los actuales comunicadores ha aprendido de sus propios errores. En el campo de la radio, urge el esfuerzo de instituciones regionales para ayudar a los actuales productores.

Convenría cubrir las siguientes necesidades:

- capacitación de guionistas de programas infantiles.
  - capacitación de actores de programas infantiles, por las características específicas que requiere el género.
  - capacitación de musicalizadores.
2. Esta capacitación supone:
    - a) El estudio de los formatos probados más exitosos en los diversos países.
    - b) Las técnicas de producción necesarias para cada formato.
    - c) El establecimiento de ejercicios específicos orientados a agudizar actitudes especiales que debe tener el comunicador para niños: lenguaje coloquial, observación, etc.
  3. Un plan amplio de capacitación debería incluir:
    - a) Encuentros similares al de Quito (nacionales o regionales) que permitan un mejor conocimiento e intercambio de las experiencias existentes.
    - b) La implementación de talleres para personas que trabajan con niños con vistas a una mejor utilización de los estímulos auditivos y musicales en la educación y el desarrollo infantil.
    - c) Talleres de trabajo que diseñen propuestas de proyectos multimedios (impresos, radio y TV)

con vistas al máximo aprovechamiento de recursos.

#### Producción

1. Se debe favorecer todo esfuerzo que aumente el número actual de producciones para niños, tanto para uso grupal como radial.
2. Se debe favorecer el intercambio de programas-modelo que ayuden a visualizar nuevos tipos de producción.
3. Deben estudiarse fórmulas de cooperación que permitan producir series de programas de mejor calidad y contenido. Podría pensarse en equipos de producción que vayan más allá de la institución local, aportando guiones, facilidades de estudio, actores, financiamiento, distribución, materiales de referencia. Esta colaboración es recomendable con los otros medios, pudiendo pensarse en la perspectiva multimedial.
4. Ideas para posibles co-producciones:
  - a) Adaptaciones de leyendas y cuentos populares de los distintos países de América Latina, partiendo de las recopilaciones de tradición oral popular.
  - b) Adaptaciones de cuentos infantiles ya editados (autores conocidos o no). Partir de ediciones existentes, en especial las buenas experiencias ya conocidas, por ejemplo, los materiales del Banco del Libro, etc.
  - c) Sonorización de rimas, adivinanzas, juegos, poemas.
  - d) Series de canciones (explicadas y contextualizadas):
    - estrictamente infantiles
    - populares latinoamericanas adaptadas para niños.
    - infantiles y populares de otras regiones del mundo, principalmente del Tercer Mundo.
  - e) Una serie sobre la vida cotidiana del niño en los distintos países y regiones latinoamericanas (un día en la vida del niño en la Sierra Ecuatoriana, del Caribe, de Caracas, de la selva), presentando cómo son: qué hacen, cómo juegan, cómo hablan, piensan o sienten... Esta serie podría ser un proyecto a cinco años para conmemorar el Descubrimiento de América, buscando el apoyo de instituciones internacionales como la OEA.
  - f) Series didácticas serias y entretenidas para sensibilizar e introducir al niño en las posibilidades de la expresión artística: música, pintura, modelado, manejo del lenguaje, etc.
5. En la medida de lo posible, se recomienda acompañar estos proyectos de series con una buena, clara y sencilla guía para uso de padres, maestros y orientadores.
6. Se recomienda que cada serie sea precedida de una investigación profunda, una experiencia evaluativa con niños antes de su definitivo lanzamiento y un seguimiento del impacto masivo del proyecto en la audiencia infantil y adulta, contemplando mecanismos para recoger opiniones que a su vez sirvan para mejorar producciones futuras.
7. Se recomienda ofrecer pautas de producción que sirvan a los esfuerzos individuales realizados por

las diversas instituciones (emisoras o centros de producción).

8. Concientizar a los directores de emisoras o cadenas radiales sobre las definiciones en el campo de la programación para niños y las posibilidades de la misma.

## PRODUCCION TELEVISIVA

### I. PERFIL DE PROGRAMA DE TELEVISION INFANTIL

#### 1. Los objetivos

– Debe existir una filosofía que oriente la realización de los programas, con relación a lo que queremos lograr con nuestros niños sobre: el mundo que les rodea, su propia identidad nacional y latinoamericana y las realizaciones de nuestros pueblos.

– Los objetivos deben formularse en términos del público objetivo.

– Deben responder a necesidades reales de los niños.

#### 2. La Población Objetivo

– Debe definirse una edad específica. Para ello, se puede intentar una agrupación así:

2 – 5 años

6 – 9 años

10 – 13 años

– Las características del programa, con ello, podrán ser adaptadas y pensadas en términos de la población-objetivo seleccionada.

– Debe conocerse a fondo la población-objetivo seleccionada, en todos sus aspectos.

#### 3. Los Contenidos del Programa

– Que realmente existan.

– Que estén respondiendo a las necesidades de las cuales surgió el programa.

– Que estén puestos al alcance de los niños que componen la población-objetivo.

– Valorados y seleccionados según criterios de importancia, prioridad, y según la filosofía del programa.

– Diseñados y desarrollados en equipo (como todas las fases del programa).

– Deben ser diferenciados claramente de las actividades que se desarrollan en el programa. Una actividad no es un contenido. Las actividades deben estar en función de los contenidos.

#### 4. Valores que debe fomentar el programa

– Las realizaciones valiosas de nuestros pueblos.

– El respeto al niño y a su edad. No al paternalismo.

– Que involucre realizaciones hechas de verdad por los niños.

– En caso de que exista participación en vivo de los niños, que ellos intervengan en la realización efectivamente y creativamente.

– Que propicie la identidad del niño con los valores de su cultura nacional, latinoamericana y de su medio ambiente ( en general).

– Que estimule su fantasía y su creatividad y que conlleve a la experimentación productiva del niño con la realidad.

– Que no se utilice al niño como una mercancía y

como instrumento para vender productos comerciales.

– Que el niño establezca lazos y contactos con su realidad y con su actualidad.

– Que refuerce la auto-estima personal, la de la sociedad y de la cultura en general.

– Que invite a la acción cooperativa.

– Que no se le exija ser un sustituto de la escuela.

– Que propicie el reconocimiento de los valores culturales de su mundo, reconociendo y apreciando los valores de otras culturas.

### 5. Aspectos formales del programa

#### 5.1. El lenguaje

Adaptado con respeto al grupo, teniendo en cuenta la dignidad, los valores y los derechos del niños consagrados por la UNICEF.

– Un Correcto uso del lenguaje, no significa un lenguaje neutro, ni desdeña el lenguaje coloquial, sin llegar al vulgarismo.

5.2. El conductor o el adulto (en caso de que estén en el programa).

– Debe ser conciente de los objetivos del programa.

– Con empatía y simpatía con el público.

– Con un correcto uso del lenguaje cotidiano.

– Con una buena salud mental y física.

– Con una personalidad definida y con objetividad en sus acciones.

– Con una expresividad verbal y cultural.

– Con cultura amplia y heterogénea.

– Abierto al aprendizaje y a los cambios.

– Sin prejuicios étnicos, religiosos, políticos, económicos, etc.

– Que hable con naturalidad.

– Que conozca a fondo la filosofía del programa y esté de acuerdo con ella.

– Que practique y viva lo que aquí se presenta como su perfil.

– Que goce con su trabajo y con lo que hace.

– Que sea confiable, no agresivo ni autoritario, amable, humilde, simpático, sin ser pasivo.

– Que sea el propagador de nuevas experiencias.

– Que conozca y respete los valores del público con capacidad para atraer anunciantes.

– Que sea un persuasor, no un vendedor.

– Que no invada el programa, ni se convierta en el eje.

#### 5.3. El Formato

– Decidido en función del público objetivo.

– No existe un formato universal, pero se considera muy valioso el formato tipo magazin (vivo, historias, drama, música, informativo, humor, fantasías, educativo) con un eje central para programas de una o media hora.

#### 5.4. Los Costos

– Los programas requieren inversión.

– Los costos se racionalizan y reducen, si se manejan inteligentemente: la planificación, la creatividad y la técnica.

– Los costos no pueden ser impedimento para realizar buenos programas. Los insumos deben estar en función de la eficiencia y de la eficacia.

### 5.5. La Técnica

- Los programas deben ser técnicamente excelentes y con estándares de calidad internacional.
- Las posibilidades técnicas y los recursos deben ser conocidos a fondo por los realizadores.

### 5.6. La Planificación

- Debe ser desarrollada en equipo.
- Debe partir del presupuesto disponible.
- Debe considerar efectivamente el mercado y el mercadeo del producto.
- Debe considerar la promoción y publicidad del producto.
- Debe considerar los tiempos de realización (cronograma de actividades) los insumos requeridos y los resultados.
- Debe considerar la importancia de cooperación entre varios organismos y las posibilidades de coproducciones o producciones de multimedios.
- De todas formas, la producción de un programa infantil, implica siempre un trabajo en equipo. Se debe dar importancia a la pre-producción. La evaluación debe acompañar todas las fases de producción del programa y debe ser tenida en cuenta, como herramienta indispensable para lograr los objetivos y resultados financieros, educativos y culturales del programa.

## II. PERFIL DE LA COMUNICACION PARA NIÑOS

Condición Primera: toda comunicación debe producir un determinado comportamiento en el receptor, en este caso el niño:

Para ello el mensaje debe tener en cuenta:

1. La situación del receptor infantil como tal;
2. La condición del receptor infantil como un ser que interactúa con su medio sociocultural.
3. Que su acción debe estar destinada a convencer.
4. Las verdaderas y objetivas necesidades del desarrollo bio-sico-social del niño, así como sus gustos y expectativas, a fin de ofrecer al receptor infantil lo que necesita, distinguiéndose de lo que quiere o acepta.
5. Debe tener en cuenta los recursos de que dispone y las condiciones objetivas en las que debe operar, a fin de hacer llegar con eficacia su mensaje.
6. Su dignidad e integridad como ser humano.
7. Debe capacitar al niño para que este pueda actuar a su vez como emisor de sus propios mensajes.
8. Debe estar orientada, en suma, al desarrollo de un niño creativo, crítico y participativo.

## III. PERFIL DEL GRUPO COMUNICADOR

### 1. Investigador:

De la realidad que rodea al niño;  
de los intereses del niño;  
de la psicología del niño;  
del papel histórico del niño en América Latina;

### 2. Educador:

Con una metodología activa, participativa, lúdica y creativa.

### 3. Artista:

En la relación: niño-adulto

niño-niño

adulto-adulto (grupo de trabajo)

4. **Un Amante del Arte:**  
Arte tanto plástico como literario, que contagie al niño del interés por el arte en todas sus formas.
5. **Un Hombre siempre "En Camino"**, que odie lo mediocre, lo rutinario, lo trivial.
6. **Un Respetuoso** profundo de la personalidad del niño, que sepa exigirle "amorosa" pero firmemente todo lo que el niño, en su respectiva edad, es capaz de dar.
7. **Un Orientador**, que propenda a incentivar en el niño el análisis crítico, la participación activa y la continua y cada vez más genuina creatividad.
8. **Un Convencido** de que su papel dentro de la Televisión es un privilegio, con responsabilidades históricas muy serias.
9. **Un autocrítico objetivo**, que tiene el valor de hacerse evaluar por los niños, por los padres de familia y por sus compañeros de equipo.
10. **Una PERSONA** que aprenda a ver y a reflejar el contexto propio y que sepa utilizar técnicas y modelos extranjeros con un contenido propio de su entorno.
11. **Un COMUNICADOR**, que conozca la población blanco a la cual va dirigido su mensaje; que conozca todas las fuentes y recursos posibles de los cuales puede valerse para transmitirlo.
12. Una persona con una formación integral básica en Ciencias Sociales, en cuanto sea posible.

## IV. PROPUESTA DE CURRÍCULUM PARA LA CAPACITACION DE COMUNICADORES PARA NIÑOS EN EL AREA TV

Lo que se presenta es eso: una propuesta, ideas gruesas que intenten delinear cuáles son los conocimientos, destrezas y habilidades básicas que debe tener un comunicador para niños en el área de la TV.

La propuesta está enmarcada en cuatro áreas básicas:

- Planificación
- Definición de Contenidos
- Producción
- Evaluación y Difusión

Por otro lado se tomaron en cuenta las siguientes líneas de orientación:

- La planificación en su más amplio sentido
- La técnica
- La creatividad: es decir el comunicador debe ser un planificador, un técnico, un creador. Se deja claro que cada área señalada debe ser especificada en sus distintas tareas y que este trabajo posterior de planificación curricular determinará el alcance; la secuencia del área; su prelación en el currículum total.

Por otro lado no se ofrecen definiciones sobre el perfil de entrada, del usuario, duración, metodología régimen; modalidad de la capacitación. Esto será una tarea posterior.

La capacitación de un equipo productor de Programas de TV para niños latinoamericanos debe incluir en el mejor de los casos asuntos relacionados con:

1. Proceso de la comunicación y técnicas para el procesamiento del discurso:

**Descripción:** con esta área el productor se identificará con toda la teoría relacionada con la comu-

nicación, modelos, elementos, tipos, operacionalización, funcionalidad. Además se compenetrará con las técnicas actuales relacionadas con el procesamiento del discurso.

2. El Medio TV:

**Descripción:** se analizarán tales como: ¿qué es?, ¿su evolución?, ¿componentes?, ¿estructura?, ¿ventajas?, ¿desventajas?, ¿características?, ¿técnicas?

3. Etapas evolutivas del niño y características de la percepción en cada una de ellas:

**Descripción:** es un área de capacitación psicológica. Se intentará con ella que el productor se acerque al niño en sus diversos comportamientos psicopsicosociobiológicos de acuerdo a niveles de identificación y ambiente.

4. Técnicas de identificación de poblaciones-blancas para adecuar programaciones:

**Descripción:** se pretende que el productor pueda identificar las características biosociales del público al cual se dirigirá la programación.

5. Metodología para el diseño del marco conceptual de un programa infantil de TV.

**Descripción:** se desea en esta área que el productor defina su programa en cuanto a política, objetivos, elaboración de guiones, cuadratura, población-blanca, fuentes, filtros, tipo de discurso, técnica.

6. Diseño de producción y evaluación de un programa de TV para los niños.

**Descripción:** en este punto el productor adquirirá las técnicas ya precisas de ejecutar el marco conceptual.

7. Técnicas de localización de fuentes, revisión, extracción, procesamiento y reestructuración de información:

**Descripción:** el productor debe estar capacitado para determinar dónde encontrar información y cómo procesarla. Adquirirá destrezas en el campo de la investigación documental, de campo.

8. Técnicas de adaptación, transferencia y adecuación de información:

**Descripción:** se pretende que el productor sea capaz de utilizar la información una vez obtenida. La utilización puede darse a través de la transferencia, la adaptación y la adecuación.

9. Técnicas para el desarrollo de la creatividad:

**Descripción:** la intención de esta área está dirigida a dotar al productor de destrezas básicas para innovar, crear, analizar, sintetizar y comunicar de manera distinta a lo rutinario y común.

10. Lenguaje básico televisivo:

**Descripción:** se busca que el productor domine el lenguaje técnico básico que le permita comunicarse eficazmente con todos quienes trabajan en el medio.

11. Cultura, Ciencia y Medio.

**Descripción:** es un área destinada a proporcionar al productor una visión cultural-científica del desarrollo de la humanidad.



## LITERATURA INFANTIL

### Conclusiones y recomendaciones del 2do. Congreso de la Asociación Internacional de Literatura Infantil en Español. (1)

#### TEMA I

##### El Concepto de literatura infantil

1. Se entiende por literatura infantil:

a) la tradicional, transmitida ya sea por vía oral o escrita, gozada por los niños; b) la no escrita para niños, pero que los niños han hecho suya; c) la concebida expresamente para ellos, y d) la escrita por los niños.

2. El concepto de literatura infantil constituye un amplio espectro que va desde la que utiliza sólo imágenes para niños en edad preescolar hasta aquella destinada a los jóvenes, incluyendo las relaciones de la palabra con otras artes.

3. La literatura infantil es una rama de la literatura general que tiene sus propios rasgos y leyes y que responde a necesidades de un sector específico de la población de cada país.

4. Cada país tiene su idiosincrasia que abarca características regionales y étnicas en las que se inscribe y se debe inscribir su literatura infantil como elemento importante de la cultura en general.

5. La literatura destinada a los niños de habla hispana debe ubicarse en su contexto sociocultural a la vez que reflejar los valores humanos universales.

6. La literatura infantil es un medio que contribuye al desarrollo de la inteligencia, de la imaginación, la sensibilidad y el espíritu crítico del niño.

7. La literatura infantil no se limita al libro convencional ni al género dramático sino que puede ser transmitida a otros medios de la cultura popular y a los medios que la tecnología ha puesto a disposición de la palabra y la imagen (historieta, prensa, disco, radio, cine y televisión).

8. Es urgente concentrar la información disponible emanada de anteriores reuniones nacionales e internacionales sobre literatura infantil en español, aprovechando para ello el apoyo que para el caso dará la Secretaría de Educación Pública de México.

9. Existe la necesidad imperiosa de un constante intercambio de información y materiales en torno a la literatura infantil en el mundo de habla hispana y en las instituciones internacionales relacionadas con la literatura infantil.

##### Recomendaciones

1. Fomentar la literatura infantil de manera que establezca un diálogo creador con el niño y, a partir de una presentación veraz de su entorno, posibilite a los lectores infantiles adquirir una visión objetiva de la realidad, como primer paso en el proceso del conocimiento liberador de la opresión que genera concebir al mundo como entidad inmutable.

2. Promover el hábito de la lectura para que se convierta en un verdadero proceso liberador al desarrollar en el niño una actitud crítica, una actividad creadora que le permita visualizar las posibilidades de transformación de la realidad.

3. Desarrollar en el niño el interés por la lectura de obras de otros grupos culturales y regionales.

4. Estimular y propiciar la producción de una literatura



tura de carácter tanto regional como hispanoamericano.

5. Promover el desarrollo de la literatura infantil de los grupos indígenas de América y de las minorías hispanohablantes en otros contextos lingüísticos.

## TEMA II

### La literatura infantil y su extensión a los medios masivos de comunicación.

1. Los productos de los medios masivos de comunicación (historietas, fotonovelas, cinematografía, programas radiales y televisivos, periódicos, revistas, etc.) se han convertido en factores determinantes del desarrollo intelectual y emocional del niño.

2. Los guiones y textos que se elaboran para los medios masivos son una forma literaria que debe ser reconocida como tal.

3. Antes de asumir programas "continentales", es necesario plantear, definir y asumir la problemática de cada país, región o grupo cultural, lo que de ninguna manera excluye políticas y planes de trabajo conjuntos para los medios masivos de comunicación.

### Recomendaciones

1. Es preciso relacionar adecuadamente los avances tecnológicos de los medios masivos de comunicación con las formas y contenidos de los programas destinados a los niños.

2. Los medios de comunicación, a partir de tales avances, deben apoyar, promover y difundir la literatura infantil en todas sus manifestaciones.

3. Debe elevarse la calidad literaria de los textos que sirven de guía para los programas transmitidos a través de los medios de comunicación.

4. Debe otorgarse a la literatura infantil, en todas sus manifestaciones (guiones para historietas, fotonovelas, películas, programas de radio y televisión, canciones y obras de teatro, etc.) la misma importancia e interés que a los libros de literatura para niños.

5. El mensaje, transmitido oralmente, por escrito, elaborado en imagen o representado —materia prima de la creación literaria infantil— debe estimular el conocimiento y el autoconocimiento del individuo, sus relaciones con su lengua, su cultura, su sociedad y su momento histórico.

6. Se realicen creaciones de literatura infantil destinadas a los medios masivos, los cuales, a partir de una preparación profesional de sus autores, presenten una visión objetiva y crítica de la realidad.

7. Se pugne por una literatura infantil que luche, a través de los Medios, por la paz, contra las creaciones decididas a exaltar la violencia sin analizar ni explicar sus causas, contra la discriminación y toda forma de opresión sociocultural.

8. Se propone una literatura infantil, instrumentada por los Medios que propicia la participación creativa y crítica del niño ante la mitificación que pretende imponerle modelos y valores ajenos a su realidad.

9. Se logre que la instrumentación de la literatura infantil en los medios de comunicación no aniquile el hábito de la lectura, sino que lo promueva y contribuya así al desarrollo de la inteligencia y sensibilidad del niño.

10. Se creen Centros de Investigación y Producción Audiovisual que promuevan la creatividad y un

espíritu crítico de superación en los autores que realizan programas para niños.

11. Sean investigados los recursos de contenidos y de forma para que dentro de la expresión de cada medio se analicen las estructuras psíquicas, temáticas, míticas e ideológicas que inciden sobre la literatura infantil actual.

12. Se propongan a las Instituciones y Organismos correspondientes programas específicos que influyan en los medios, tanto estatales como privados, para que se recupere para la literatura y la cultura infantiles un público mayoritario que hasta este momento carece de alternativas sanas y transformadoras.

13. Que se alerte al adulto para que adopte una actitud responsable de cuestionario y análisis, ante los valores que proponen los mensajes que los niños consumen.

14. Que sean utilizadas y reorientadas las fórmulas tradicionales empleadas actualmente por los medios, sin olvidar que ante todo, a nuevos temas corresponden nuevas formas de expresión.

15. La utilización de una mejor literatura estimula una actitud conciente frente al consumismo que proponen los medios y despierte en el niño una actitud alerta que venza la apatía frente a los acontecimientos culturales y sociales que le rodean.

## TEMA III

### Unificación de esfuerzos del mundo hispanohablante para estimular la producción de la literatura infantil en español

1. Prevalece una grave incomunicación entre los creadores, educadores y estudiosos de la Literatura Infantil no sólo a nivel internacional, sino incluso a niveles nacionales.

2. Dicha incomunicación radica en la ausencia de organismos que recopilen los esfuerzos de los profesionales y que a la vez tengan contacto con otros organismos similares en los países de habla hispana.

3. La actividad de las editoriales oficiales y privadas, que se lleva a cabo sin una coordinación adecuada, da como resultado una duplicación de esfuerzos y una distribución restringida del objeto literario.

### Recomendaciones

1. La formación de centros de Documentación especializados en Literatura Infantil a nivel nacional que respondan a las necesidades culturales de cada región y reúnan información sobre literatura infantil en el área hispánica. Estos Centros deberán tener una relación estrecha entre sí, de manera de aprovechar al máximo los recursos existentes. El objetivo de los Centros era el de recopilar, informar y difundir materiales de y sobre Literatura Infantil para ponerlos al alcance de investigadores, educadores, creadores, editores y público en general. La creación de los centros deberá tender hacia la formación futura de un centro internacional de documentación para el mundo de habla hispana.

2. La elaboración de un directorio sobre los Centros de Documentación de Literatura Infantil existentes en los diversos países. Se recomienda que la coordinación de este II Congreso Internacional sea la encargada de elaborar este directorio.

3. A las editoriales privadas y oficiales que elaboren

un programa concreto de condiciones, con el objeto de difundir las publicaciones a un mayor número de lectores, a través de colecciones que expresen las realidades socioeconómicas y culturales del mundo de habla hispana.

4. Estimular a los creadores de literatura por Concursos literarios, becas, talleres, crítica especializada en la prensa, en los medios de radio y TV, intercambios interregionales, premios nacionales, ferias, exposiciones culturales, etc.

5. La recopilación, fomento y difusión de la literatura infantil surgida de la tradición oral, en cada país.

6. Propiciar otros congresos, reuniones y ferias de literatura infantil entre los jóvenes hispanohablantes y desarrollar mecanismos para mantener la comunicación entre los participantes de los mismos.

#### TEMA IV

**Posibles medidas para instrumentar una eficiente difusión de la literatura infantil y juvenil en español e incrementar el hábito de la lectura.**

1. Los servicios bibliotecarios para niños y jóvenes son indispensables para lograr de manera gratuita un mayor acceso a los materiales de lectura, y a la vez, son esenciales en el desarrollo de los hábitos de lectura.

2. Las ediciones masivas de libros no sólo reducen considerablemente los costos y por ende los hace accesibles sino que también permiten llegar a un mayor número de lectores.

3. Las librerías especializadas en literatura infantil, así como las exposiciones y ferias son medios muy efectivos de difusión de la creación literaria para niños.

#### Recomendaciones

1. Establecer y ampliar redes de servicios bibliotecarios públicos y escolares para niños y jóvenes, a niveles nacionales.

2. Utilizar los procedimientos y normas establecidas en países donde se haya comprobado el funcionamiento de estos servicios, como guías susceptibles de ser adaptadas según las necesidades locales, para agilizar la creación de esos servicios.

3. Exhortar a la Asociación Internacional de Literatura Infantil en Español y a la Coordinación de este Congreso a que recopilen la información pertinente sobre los respectivos países.

4. Establecer cursos de capacitación para bibliotecarios de manera de contar con una infraestructura profesional en el ramo.

5. Crear y fomentar el cargo de maestro bibliotecario para las bibliotecas escolares y el desarrollo de cursos de capacitación para los mismos.

6. Crear asignaturas de literatura infantil en español en las escuelas para maestros, universidades, centros de bibliotecología, etc., con objeto de que los niños y los educadores y bibliotecarios reciban una adecuada formación profesional sobre las obras con valor literario que puedan interesarles.

7. Producir libros que puedan competir ventajosamente en interés, presentación, promoción, accesibilidad y precio con los otros productos ofrecidos a los niños.

8. Crear conciencia entre productores y consumidores potenciales, de la importancia y utilidad de que los libros infantiles contengan elementos básicos para un desarrollo creativo y crítico de los niños.

9. Instrumentar medidas gubernamentales de promoción y apoyo a la producción editorial infantil, a través de estímulos tales como exenciones impositivas, ayuda financiera, etc.

10. Institucionalizar la adquisición, por organismos nacionales e internacionales, de ejemplares de publicaciones infantiles que contengan los elementos anteriormente definidos a los efectos de su ulterior difusión.

11. Establecer mecanismos de distribución opcionales frente a la insuficiencia y distorsión de los existentes. La eventual participación del estado, a través del sistema educativo, las bibliotecas, la organización comunal, como promotor de distribución no comercial.

12. La inclusión de secciones fijas de comentarios bibliográficos de libros infantiles a cargo de especialistas, en medios de prensa, radio y televisión.

13. Estimular a los libreros para que establezcan o amplíen y mejoren sus secciones de literatura infantil con personal capaz de orientar a los niños y a los adultos y, fomentar la instalación de nuevas librerías especializadas en materiales infantiles, dado el número existente.

14. Promover exposiciones y ferias móviles de libros infantiles y toda otra realización cultural que requiera de la palabra escrita, creando de esta manera puntos de difusión y venta donde no los hay, aunque fueren temporales.

México, 1979



(1) La inclusión de parte del documento de la Asociación Internacional de Literatura Infantil en Español obedece a la importancia de su contenido, en cuanto se trata de puntualizaciones singularmente útiles en relación a los textos para niños. Los fragmentos que se consignan han sido escogidos, precisamente, en función del aporte que representan respecto a la temática que nos ocupa.

Su publicación ha sido debidamente autorizada por la Asociación Internacional de Literatura Infantil en Español, a la que agradecemos su gentileza.

## PARTICIPANTES

Nómina de participantes en el Seminario "COMUNICACION PARA NIÑOS", realizado en Quito, Ecuador, del 27 de abril al 4 de mayo de 1985.

Pinto Tastaldi, Sergio. Consultor, Brasil.  
Calvi, Gian. Consultor, Brasil.  
Domínguez Benítez, María Josefa. Universidad Industrial de Santander "Centro Internacional del Film para la Infancia y la Juventud", Colombia.  
Jimenez Bernal, Jorge Humberto. Cadena Sutatenza, Colombia.  
Nieto Sotomayor, Bernardo. "CENPRO" Radio y TV, Fundación para las Comunicaciones Sociales, Colombia.  
Rincon Chaparro, Inés. Univ. Industrial de Santander, "Centro Internacional del Film para la Infancia y la Juventud", Colombia.  
Fuenzalida, Valerio. Ceneca, (Centro de Experimentación e Investigación en Comunicación y Cultura), Chile.  
Mazur Kosiech, Mariano. Prod. Musicales Salesianas (PRO-MUSA), Centro de Estudios y Exper. Catequísticas (CEEC), Chile.  
Sepúlveda, María Teresa. Radio "Nuevo Mundo", Chile.  
Rodino, Ana María. UNED (Univ. Estatal a Distancia), Costa Rica.  
Dujovne, Marta. Consultora, Argentina.  
Ash, Deborah. Departamento Asuntos Culturales O.E.A. U.S.A.  
Benson, Susan. Depart. Asuntos Culturales O.E.A. U.S.A.  
Wachs, Harry. George Washington Univers. Reading Centre, U.S.A.

Tressel, George. National Science Foundat. U.S.A.  
Ada, Almaflor. School of Education University of San Francisco. U.S.A.  
Lara Figueroa, Celso. Univ. de San Carlos, Centro Estudios Folklóricos, Guatemala.  
Acevedo, Marta. Consultora, México.  
Carbonell, Dolores. Comunicación - Textos, México.  
Mendreau, Rosie. CETUC (Centro de Teleducación Universidad Católica), Perú.  
Dearden, Carmen Diana. Consultora, Venezuela.  
Tejada Luis. Proyecto Interamericano de Literatura Infantil. Venezuela.  
Monteagudo, Miranda Alberto. Consultor, Venezuela.  
De Preux Antonio. Centro Cultural Portales, Bolivia.  
Cabanah, José. ALER, Ecuador.  
Larrea, Ma. de Lourdes. Consultora, Ecuador.  
Hebe Irene Roig. Pedagoga, Ecuador.  
Tobar, Ana. CONADE, Ecuador.  
Wertheim, Lillian. CIESPAL, Ecuador.  
Lasso, María Elena. CIPTA. Univ. Católica del Ecuador, Ecuador.  
Cañas, Alberto. Teleamazonas CANAL 4, Ecuador.  
Solano, Juan. Consultor, Ecuador.  
Torres, Marco Polo. CIESPAL, Ecuador.  
Contreras, Eduardo. CIESPAL-FES, Ecuador.  
Prieto Castillo, Daniel. CIESPAL-FES, Ecuador.  
Rosario, Amable. CIESPAL-RNTC, Ecuador.  
Clercx, Felix. CIESPAL-RNTC, Ecuador.  
Pérez-Sánchez, José F. CIESPAL-RNTC, Ecuador.



# Opiniones sobre CHASQUI

*"Agradeceré me sigan remitiendo en forma regular los números restantes de la Revista "CHASQUI", que es ya una tribuna especializada en comunicación masiva a nivel latinoamericano".*

**Justo Quispe Montoya,**  
Lima, Perú.



*"Me dirijo a usted para agradecer y acusar recibo del número 13 de "CHÁSQUI", prácticamente "devorado" por nuestros profesores y alumnos. Se llegó al extremo de prestarla fuera del horario de atención al público".*

**Nelly Delfina Moranzoni.**  
Directora de Biblioteca. Escuela Superior de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata. Argentina.

*"Le debo comunicar que estoy realmente satisfecho con la revista, porque contiene temas y artículos de suma importancia en el campo de la comunicación social. Los temas de investigación son claves para el aprendizaje y enseñanza de la comunicación.*

**Jorge Bonilla,** Cuenca, Ecuador.



*"En la Facultad, en la materia "Comunicación Educativa", estamos utilizando como material bibliográfico, varios números de vuestra Revista, las que nos resultan de una gran utilidad".*

**Graciela Concepción Riu-**  
tort, Banfield, Provincia de Buenos Aires, Argentina.

*"Sigo suscrito a CHASQUI dado que me brinda un excelente material bibliográfico de consulta. También a través de ella, me informo de algunas de vuestras actividades, y de la importancia que gana cada día ese paciente y tesonero cúmulo de inversión de esfuerzos en beneficio del desarrollo de las Comunicaciones para su aplicación en el seno de los sectores sociales más necesitados".*

**Vicente Brunetti,** Asunción, Paraguay.

