

Un espacio patrocinable La televisión infantil

María Cristina Capriles*

Quiero agradecer públicamente la invitación que se me ha hecho para dictar esta conferencia sobre el tema de la televisión Infantil, por la inmensa importancia que este asunto tiene, especialmente hoy, cuando es patente que una de las primeras soluciones sociales al problema de la crisis total que atraviesa Venezuela, está en una televisión inteligente, cuyos contenidos tiendan a formar y a educar a la población en un sistema de valores.

El tema de la televisión infantil aparentemente es algo muy simple, es un tema que tal vez no invita a ser atendido por los políticos ni los economistas... craso error. Es uno de los temas más complejos y prioritarios del presente. Es un tema que debe ser enfrentado de inmediato, y cuyos resultados, según sea la política que ante ellos se asuma, serán de importantes consecuencias positivas o negativas en el futuro del país.

MAPAMUNDI POLÍTICO

Este mundo es un pañuelo. Desplegamos el pañuelo y sobre el plano observamos el concierto de naciones del planeta... casi se han borrado sus fronteras, valga la metáfora. Innumerables cables de fibra óptica cruzan los mares y océanos y se entrecruzan en su subsuelo. Esa red de cables, unidas en nodos o nudos, comunicándose las señales digitales en el ciberespacio, y concretamente en el espacio aéreo y en la tierra, permiten las telecomunicaciones, la comunicación a distancia, en inmediatez. Sólo en las videoconferencias observamos todavía un pequeño «ralenti», un retraso en la fluidez del movimiento, pero no así en el sonido, donde la conversación es fluido diálogo.

Antes, las señales de TV transmitidas por ondas hertzianas, se desplazaban desde la estación emisora y por repetidoras hasta los últimos confines. Hoy, la señal de TV digitalizada se ha convertido en la señal numérica de unos y ceros de las estaciones de cable y satélite. El cable de fibra óptica sustituye a métodos anteriores y el cable coaxial es remanente sólo en los cortos trayectos, al llegar la señal a los hogares para decodificarse y reconvertirse en señal de televisión. La digitalización es la que permite la compre-

sión de las señales de video y televisión, y que podamos hablar de 500 canales de televisión por cable.

El negocio de las telecomunicaciones es uno. Otro, el de la comunicación, y ambos están unidos por la computación. En el sector de la comunicación está la televisión, tema amplio y de nuestro interés en esta reflexión y dentro de él, la TV infantil, una de las temáticas de la televisión generalista, la televisión por cable, la televisión por satélite, la televisión interactiva, y cualquier otra forma inventada o por inventarse de televisión. Así como la superautopista electrónica es compleja, lo son las relaciones que se crean entre los Estados, nacionalidades, empresas, instituciones y personas, entre otros entes, que directa e indirectamente están ligados a la televisión, en su calidad de emisores, receptores, productores, financistas, etc.

Esta imagen, un mapamundi político, nos permite visualizar en instantes tres objetivos: La globalización, la diversidad y las nuevas tecnologías de la comunicación y de la Información.

Globalización: Las fronteras han cuasi desaparecido. El planeta tierra es un solo mundo, los Estados tienen una base territorial y unas normas jurídico-político-económicas que no pueden encerrarse, estar aisladas, sino en juego permanente con las de la totalidad de los demás Estados.

Diversidad: Los hombres cada vez nos hemos dado cuenta de que somos iguales y distintos. La diversidad implica el respeto, la tolerancia, la solidaridad, la supresión del racismo y de las distinciones entre los géneros. La televisión es un medio indispensable para mostrar la diversidad y enseñar a ser tolerantes



con todos y cada uno. Somos diversos, sí, y todos tenemos el mismo valor como personas.

Las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, manifiestas por una parte en la superautopista electrónica, que cual una infinita tela de araña cubre al orbe, es red creciente en forma expandible, permiten, a través de las fibras ópticas, que hoy 40 millones de personas se comuniquen entre sí, número que aumenta día a día, y por otra parte, ante cuyos *satélites* no hay punto del globo inaccesible.

Hoy se podría afirmar que no hay fronteras, vivimos ante el umbral del siglo XXI, el tercer milenio. Veamos las categorías de tiempo y espacio.

El *espacio*, desde mi punto de vista, lo vemos como si se hubiese reducido. El planeta tierra es pequeño, tenemos acceso a todos los países, las noticias dan la vuelta al orbe. *El tiempo*, tal vez lo manejamos mejor que antes. Nosotros pasamos, la vida sigue. Hace 20 años estudiaba yo en la Universidad Central de Venezuela y era preparadora de la cátedra Desarrollo Social I y II, en la Escuela de Educación. Venezuela se consideraba en aquel momento «país en vías de desarrollo». Las teorías del crecimiento de Rostow dominaban el pensamiento capitalista, por una parte, y en paralelo se daba al método marxista de análisis e investigación con todas sus implicaciones, donde términos como *la plusvalía* enfrentaban a sectores sociales. En la televisión se pasaba un excelente programa de televisión infantil venezolano: *Sopotocientos* y en los Estados Unidos se había creado Plaza Sésamo, el programa educativo para preescolares, del Children Television Workshop.

En el mundo, ¿qué pasó en veinte años? Cayó el Muro de Berlín. Murió el comunismo. Se enterró el marxismo. La ideología dominante es hoy el neoliberalismo. La apertura de fronteras, la globalización, la privatización...son los temas dominantes en la economía, donde entes supranacionales como el BM y el FMI se destacan y rigen indirectamente los destinos de los Estados.

En Venezuela, ¿qué pasó en veinte años?, ¿despegamos?... Hemos visto una tras otra sucederse situaciones que llegaron a una primera eclosión en 1983 y a una segunda en

1993. En 1989 el nuevo Gobierno decidió un nuevo rumbo político-económico que tal vez poco explicó, no usó suficientemente los medios de comunicación social para ello, y la población no comprendió «el paquete» como el conjunto de medidas que nos pondrían a valer en el mundo. Por otra parte, la falta de responsabilidad de un sector privilegiado de la sociedad llevó al país a la situación bancaria que explotó a principios de 1994, una bancarrota cuasi general, que aún estamos viviendo... de allí para acá Venezuela ha seguido bajando. Y, para subir, ¿lo tenemos que hacer nosotros mismos!

¿Y por qué si esta es una conferencia sobre la Televisión Infantil entramos en temas de macroeconomía? Precisamente, porque la televisión es una institución de primera línea en el sistema económico nacional e internacional y no escapa de sus vaivenes. El hecho de que el dólar hoy tenga un valor paralelo cercano a los 300 bolívares incide en la televisión y por tanto, en la televisión infantil.

LA TELEVISIÓN VENEZOLANA. ADSCRIPCIÓN Y ANÁLISIS

La televisión venezolana tiene su posibilidad de ser por la Ley de Telecomunicaciones que data de 1940 y por ello está, desde hace ya muchos años, obsoleta. Mediante decretos y reglamentos se han venido desarrollando la TV y la radio, pero cada día más se clama por una nueva ley que responda a las circunstancias presentes.

El ordenamiento jurídico ha previsto la existencia de la televisión privada y por ello se le han conferido «frecuencias». Aquellos venezolanos y sus empresas, que disfrutaban de ellas por ser los concesionarios, han recibido un gran privilegio y a todo privilegio deben corresponder responsabilidades que actuadas, retribuyan a la sociedad por los mismos. Estas responsabilidades son hechos que deben estar también expresados en la ley. Veremos cuál es la situación en Venezuela y cuál es en otros países del mundo.

Permítanme tomar parte de este tiempo introductorio para hacer en lo posible y en el corto tiempo del que disponemos, un exhaustivo aná-

lisis de la televisión ya que para arribar a conclusiones en este trabajo, se requiere un previo caminar por los senderos que estamos recorriendo. Hacer desde ya *afirmaciones «a priori»* nos llevaría a encontrar tal vez *aceptaciones*, eco en muchos de ustedes para algunas de ellas, pero también *rechazos*, los cuales podrán darse en todo caso, pero serán aceptaciones o rechazos que encontrarán una base expresa para su discusión. Y, mejor aún, para la toma de decisiones, de rumbos, de acciones, que puedan, y pueden surgir de una reunión como ésta, donde un grupo de venezolanos con interés en la programación infantil, que hemos dado un mandato al Congreso, tenemos el derecho de exigirle el que actúe en determinada forma.

En Venezuela la televisión está adscrita al Ministerio de la Secretaría de la Presidencia de la República, relacionada a la Oficina Central de Información, OCI y depende también del Ministerio de Transporte y Comunicaciones, MTC. Es una situación híbrida, cuyo denominador común es *que la televisión depende del poder Ejecutivo*. La OCI tiene por fin ser la fuente de información gubernamental, pero no por ello mancha canales, medios, ni presupuestos publicitarios.

En otros países, la televisión no tiene relación de dependencia con el poder Ejecutivo, lo puede tener con el Parlamento o Congreso, o mejor aún, en la mayoría de los países desarrollados, con un *Organismo Intermedio* que es como el puente de enlace entre el Estado y la televisión. Organismo que ofrece muchas ventajas, como veremos más adelante y que no existe aún en Venezuela, incluso cuando sí está contemplado en el Proyecto de Ley Orgánica de la Radiotelevisión, presentado por el Comité por una Radiotelevisión de Servicio Público RTSP.

La Televisión es una industria y es un servicio. En el primer lugar, como industria se ubica en el sector secundario de la economía, y como servicio, pertenece al sector terciario de la economía, y ello, tanto si se trata de empresas de televisión del sector público como del privado.

Los servicios públicos tienen la cualidad por definición de ser financiados por los ciudadanos a través de los impuestos. El Estado está en la

obligación de ofrecer a la población los servicios públicos y para ello puede asumirlos en un 100% de su financiamiento, como bien compartirlos u otorgarlos al sector privado, según los casos, por leyes, licencias, concesiones, etc.

Entre los servicios están: la educación; la salud; la televisión y la radio que denominamos Radiodifusión; las Telecomunicaciones; y otros como son el aseo urbano, la electricidad, las vías de comunicación, el correo, el agua, etc., además del comercio en general y otros. Cada servicio requiere para su ejecución de empresas de servicio, bien sean estatales, privadas o mixtas.

Pasamos finalmente al umbral de la Televisión Infantil, que es la Televisión en sentido amplio. (Aún no hemos llegado a la TV para niños). La Televisión es organismo de mil cabezas, cuenta con innumerables canales que en todo el globo transmiten programas sin fin... es institución a la cual se ama y se odia, que nos educa y nos destruye, que es potencialmente el medio educativo más importante que ha creado el hombre para brindar educación y comunicación masiva; ante la televisión el hombre no puede estar indiferente, toma una posición. Hay Televisión en la democracia y en la dictadura. La Televisión toca todas las áreas: jurídica, política, económica, cultural, informativa, educativa, deportiva, artística, religiosa y social en general. Y toca todos los públicos; por su edad: adultos, jóvenes y niños; por su situación socioeconómica: las clases A,B,C,D,E, F; por sus documentos constitutivos y estatutos. Según su composición accionaria: es pública o es privada, si depende del sector público como ya vimos, o del sector privado. En el primer caso, se denomina Televisión Pública a la Televisión del Estado y, Televisión Comercial a la Televisión Privada. Comercial, ya que su sistema de financiamiento es casi exclusivamente la publicidad.

La televisión pública se financia, en principio y en un alto porcentaje, por el aporte que le otorga anualmente el Congreso Nacional según la Ley de Presupuesto. Puede complementar su financiamiento por otros medios. El financiamiento del Estado debería ser mayor que el proveniente de los anunciantes median-

te la publicidad, para permitirle desenvolverse en total autonomía, y a la vez poder mantener equipos, cumplir compromisos, pagar programas nacionales e importados, etc. De este modo, la televisión pública no dependería ni debería pleitesía al anunciante. Es libre para cumplir con su obligación de Servicio Público: alta calidad, ser participativa, cultural, educativa, e independiente.

Siguiendo las ideas expresadas muy claramente por Antonio Pasquali en ULCRA Conferencia Mexico-1986, *-Qué es una Radiodifusión de Servicio Público-*, se puede establecer que es aquella de alcance nacional, alta calidad, que destine un 30-40% de su presupuesto a la producción de programas propios, bien sea producción dentro de la planta o por productores contratados. No debe competir con el sector privado sino dedicarse a elevar cada vez más el nivel de sus propios programas. Igualmente, invito a la lectura de otro trabajo de Pasquali, imposible no citarlo de nuevo: *La Radiodifusión Pública Venezolana*, intervención ante la Subcomisión de Medios del Congreso de la República en 1987, ambos documentos publicados posteriormente por Monte Avila en *El Orden Reina*, 1991.

Pero, ¿qué pasa en el caso, tal como actualmente sucede con la empresa estatal Venezolana de Televisión, cuyo financiamiento más importante debe obtenerlo de los anunciantes, de una pre-venta en competencia abierta con los canales de televisión privada por cuanto el presupuesto que le es asignado por el Congreso le resulta insuficiente para su funcionamiento y más aún para el pago de la enorme deuda que arrastra desde hace muchos años? Perteneciente al Sector Público, debería prestar un servicio público, lo cual dice que hace, pero ¿lo hace?, -y, ¿lo puede hacer?- ¿no está sometida acaso a las reglas del juego comercial y a los mandatos de sus anunciantes que tal vez no tienen metas de servicio público sino de enriquecimiento corrupto, cuando ocurren casos como el reciente -presunto dolo- en el canto de la Lotería? ¿Es para eso que se tiene una televisión del Estado? ¿Es la programación de VTV el deber ser de un servicio público?

Igualmente, los invito a la reflexión de un párrafo de Pasquali, im-



posible no citarlo acá, en *La Radiodifusión Pública Venezolana* (1987): "Venezolana de Televisión representa la traición absoluta a los más modestos ideales de rescate cualitativo. Representa una especie de escándalo que debe cesar: no le ha dado al país cobertura total, no produce en cantidad suficiente programas propios, se le impide funcionar con dinero público y limpio, y no es la locomotora cualitativa de la radiodifusión en general. No se parece pues en nada sustantivo a un servicio público".

Acerquémonos ahora a uno de los temas más álgidos referentes al servicio que ofrece la televisión: *la calidad de los programas*, lo cual está intrínsecamente unido con el servicio que presta la televisión y la manera como se efectúa su regulación.

CÓDIGOS DE ÉTICA y «AUTORIDAD»

Son dos conceptos distintos pero relacionados. Los códigos de ética se los autoimponen los canales de televisión. La autoridad es nombrada.

En el caso de Australia: ABA es la autoridad de Radiodifusión Australiana, aquel organismo creado *ad hoc*, que allá hasta hace pocos años así como en otros países se llamó Tribunal y mayoritariamente hoy se llama Autoridad, que se encarga, entre otras funciones, de recibir en depósito el Código de Ética y de velar por su cumplimiento, no en forma coercitiva sino a partir de los reclamos que pueda hacer el televidente.

Existe todo un sistema de procedimientos para ello y existen, tal vez más importante aún, unos lineamientos que deben cumplir todos los canales de televisión, son las reglas de juego, la reglamentación, tanto para los canales públicos como para los privados, que son para cada canal de televisión: número de horas de televisión a transmitir por día, por semana, por año, por tipo de programas; "cuotas" de producción nacional; "cuotas" de programas que deben ser contratados fuera de las plantas de televisión, a fin de dar fuerza a los productores independientes y desarrollar una verdadera industria de programas



de televisión; temas que deben ser tratados, etc. El área de la televisión Infantil no es dejada sólo al código de ética, está reglamentada.

Son usuales los *códigos de ética* en los diversos países para los canales de televisión privada o comercial. Las leyes les permiten que se autorregulen. Ello es así para no crear problemas con el deslinde entre la libertad de expresión y la represión. Pero, no basta con la formulación de los códigos de ética o códigos de práctica. son necesarios adicionales instrumentos que posibilitem el cumplimiento de los códigos de ética.

En Australia éste tiene secciones con objetivos muy taxativos. Entre éstos destaquemos algunas clasificaciones de los programas de televisión:

G = General, todo público

C = Children, niños de educación básica hasta 14 años

P = Prescolares

PG = Se recomienda la presencia y guía de sus padres

M = Adultos maduros

MA = Adultos mayores de 15 años

X = no pueden ser transmitidos por no llenar las condiciones de transmisión por televisión. Los programas son transmitidos por televisión sin que pasen por ninguna censura previa. No hay censura previa, pero es el público el que puede *rechazar, quejarse de los contenidos de los programas*, comparándolos con lo establecido en el código. Esto lo manifiesta por escrito al propio canal de televisión el cual tiene hasta 60 días para darle respuesta o cambiar. Si no queda satisfecho, el televidente recurre ante una segunda instancia, y si allí tampoco queda satisfecho recurre directamente a la ABA, la cual deberá dar su veredicto. Por lo tanto existe una autorregulación a partir del código de ética.

Es decir, sí existe un código de ética y unos estándares, pero no en un vacío, están inmersos en disposiciones generalmente aceptadas mediante un compromiso de obligatorio cumplimiento. Por fuera de ellas se puede hacer todo, pero lo establecido es igual para todos. Los programas que no cumplen los estándares también se pueden pasar por televisión pero no

serán tomados en cuenta por la Autoridad en «las cuotas»; y pueden ser objeto de reclamos del público.

La diferencia con los códigos de ética de Venezuela, es que entre nosotros falta el aspecto de haber establecido sus cláusulas de una manera taxativa, precisa, amplia; no existen estándares casuísticos que deban cumplir los programas infantiles, ni tampoco las instancias establecidas para acudir a reclamar tienen la autonomía que allá se les ha otorgado. No existe la figura de Autoridad.

En Venezuela, personalmente conservo un código de ética de 1964, así como consulto los dos actuales, y observo que son muy semejantes y no se ha avanzado nada en relación a la eficiencia de su cumplimiento. Pero estamos a tiempo de reflexionar sobre ello. Será muy importante que se estudien comparativamente las situaciones de Australia, Canadá, Colombia, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, entre otras, en la Comisión de Medios del Congreso Nacional, para llegar al modelo de nuestro interés nacional.

CLASIFICACIÓN DE LOS CANALES DE TELEVISIÓN

- Televisión del Estado o TV Pública (Sector Público-Servicio Público)
- Televisión Comercial o Privada (Sustentada en la venta de publicidad)
- Canales VHF. Venezuela: 2-4-5-8-10-12.
- Canales UHF. Venezuela: 33-51 y todas las regionales, que se acercan a veinte estaciones.
- El concepto de televisión alternativa: privada, no comercial. es dual: de servicio público y privada. sus fines son altruistas.
- Canales de cable - temáticos. Cablevisión y Omnivisión fueron los pioneros.
- Canales de por TV satélite. Según el número de canales que se contratan anualmente.
- Pay Per View TV: no ha llegado a Venezuela.
- TV interactiva: No ha llegado a Venezuela.

TIPOS DE INDUSTRIAS DE PRODUCCION DE PROGRAMAS DE TELEVISION EN VENEZUELA Y EN EL MUNDO

- Estatales

- Privadas
- Mixtas
- Coproducciones
- Variantes

COSTOS RELATIVOS A LOS PROGRAMAS DE TV INFANTIL

- Investigación, creación y desarrollo del proyecto
- Guión
- Planificación y Preproducción
- Producción
- Postproducción
- Transmisión
- Distribución nacional e internacional
- Licenciar para otros medios: video doméstico, cable, satélite, etc.

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN INFANTIL

- Difusión por un primer canal de televisión. Número de pasadas/ Número de años
- Distribución nacional e internacional. Contratos
- Comercialización y "merchandising"

CÓMO SE FINANCIA LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE TV Servicio público

Aportes anuales previsible de parte del Estado, las Gobernaciones, las comunidades, los particulares, las fundaciones, corporaciones, empresas, universidades, instituciones educacionales, etc. destinado a los canales del sector público y a cumplir el servicio que corresponde. Se justifican a sí mismas por descubrir nuevos creadores, y otros.

TV comercial

Su carácter es privado. Se basa en publicidad: "Merchandising", Publicidad comercial, Propaganda política.

Les cuesta mayor trabajo que a las públicas el asumir riesgos, ya que mayoritariamente, en su filosofía, no se pueden permitir perder (arriesgar) ni su audiencia ni los volúmenes de publicidad.

Medición o rating

Su significado en TV Comercial es muy alto.

Su significado en TV de Servicio Público: debería ser ínfimo.

Estudio de casos por país

Contar con diversas fuentes de financiamiento es la fuerza de las televisoras de hoy día, tanto públicas como privadas.

1. **Francia:** *France Télévision* son dos canales de servicio público (el 2 y el 3 que agrupa los regionales); un canal educativo (la Cinquième llamada Televisión del Conocimiento) y un canal arte que es franco-alemán; un canal privatizado comercial (TF1) y el M6, comercial también. Francia financia una buena parte de la programación de TV a través de impuestos por aparatos de televisión y permite a los canales públicos vender publicidad. Tiene canales de cable como el famoso Canal + y Canal Satellite.

Francia cuenta con el CNC - Centro Nacional de Cinematografía - y con el IFCIC para el financiamiento de películas, audiovisuales y otros productos culturales. El IFCIC es además, un fondo de garantía.

2. **Inglaterra:** *BBC*, British Broadcasting Corporation, es de Servicio Público, completamente financiada por el Estado mediante los impuestos que cobra a los contribuyentes. En estos momentos se encuentra en una situación inestable pues el Estado le ha estado reduciendo su presupuesto y *BBC* ha debido despedir a 25% de su personal. No sabe que pasará el año entrante.

ITV: Comercial privada, financiada directamente por la publicidad. Es muy fuerte. *Channel 4* es mixta. Recibe financiamiento de los contribuyentes, mediante el impuesto y genera ingresos por la venta de publicidad. Pertenece al campo de las televisoras de servicio público. Tiene por sus Estatutos la obligación de brindar determinado número de horas anuales de programas infantiles educativos, que apoyen el currículum. Se llaman *Schools* y se transmiten dos por horas y media diarias durante los días de actividad escolar.

3. **Venezuela:** Dos canales públicos 5 y 8. Presupuesto anual del Estado insuficiente. El Canal 8 puede vender publicidad, así no el Canal 5. Los demás canales nacionales y re-

gionales son privados, comerciales.

No hay Autoridad. Existe un Departamento de supervisión, adscrito al Ministerio de Transporte y Comunicaciones que es débil, no cuenta con los recursos para oponerse a los poderosos canales comerciales y no osa tocar al Canal 8 por ser del Estado.

4. **Australia:** Dos TV Públicas y Canales Comerciales. Existe una muy organizada y planificada "Autoridad" de Radiodifusión Australiana: ABA. Existe el AFFC Australian Film Finance Corporation. Se aconseja a los realizadores someter sus proyectos lo antes posible para su estudio. Se financian hasta presupuestos entre 1.5 y 2.5 millones de \$ australianos. Para que sea factible recibir un financiamiento, se debe contar con un distribuidor y con agentes de venta desde el proceso de selección, o con el compromiso de un canal de televisión que presentará el programa.

¿Cómo se financia la Fundación Australiana de Televisión Infantil? Por ser Australia una Federación y contando con un territorio continental, el Commonwealth australiano decidió hace diez años, crear y mantener la Fundación para la producción de los programas que los niños australianos, que las ciudades, las zonas apartadas y aborígenes requerían. Aportan también a ello: el Estado y las Gobernaciones de los territorios. También recibe la Fundación financiamiento de la comunidad, de los individuos, de corporaciones públicas y privadas y de organizaciones filantrópicas. Y, ahora cuenta con un extenso catálogo, por la venta internacional de sus propios programas.

5. **Estados Unidos.** *Public Broadcasting System PBS + Canales comerciales ABC, NBC y CBS.* Organismo superior: CPB (Corporation for Public Broadcasting).

¿Cómo se financian la producción de programas de PBS y principalmente las estaciones mismas? Con el aporte del Gobierno de los Estados Unidos principalmente, y con patrocinios y cotizaciones estables de Fundaciones Privadas, de importantes empresas públicas particulares y mixtas y de personas naturales.

La retribución que reciben estos patrocinantes particulares es más o menos así: «Ud ha visto este programa gracias al apoyo de telespectadores como usted».

O bien: *Esta emisión ha sido realizada gracias a la Sociedad xxx y sus Cinco filiales que proveen de xxx al mundo entero desde hace 40 años. Logo de la empresa...* Esto va en la presentación y despedida. No hay cortes ni otros comerciales. Se convierte prácticamente en una cuña promocional. También pueden ser patrocinados por fundaciones filantrópicas. Es cierto que el patrocinio es una forma de publicidad.

Es de hacer notar que estos patrocinios, antes de las PBS, existieron para la Televisión Privada también.

6. **Colombia.** La nueva legislación de avanzada que recién fue promulgada es ejemplo para América Latina.

PRESENTACIÓN DE CASOS DE FINANCIAMIENTO DE PROGRAMAS INFANTILES

- Fundación Australiana de Televisión Infantil
- Chanel 4. Inglaterra
- Barney & Friends. USA
- Plaza Sésamo. USA
- COPRODUCCION PLAZA SESAMO - UNICEF - TELEVISION 1994 (México) COPRODUCCION PLAZA SESAMO TELEVISION ESPAÑOLA 1995
- Fundación Filipina de Televisión Infantil
- Empresas filipinas de productores independientes
- Empresas australianas de productores independientes
- Empresas norteamericanas de productores independientes
- Empresas canadienses de productores independientes
- Empresas inglesas de productores independientes

Otras formas de financiamiento

- Caso de la Fundación Antara en la India
- Intercambios
- Oferta graciosa o gratuita, como el caso de muchos programas de UNICEF
- Programas y Series institucionales. Me atrevo a deducir que este fue el caso del programa «Desde El Jardín», que Carlos Angola contrató con el Ministerio del Ambiente, en la década de los setenta. La finalidad de la serie era educativa y apoyaba una política del Estado en materia ambiental. Ello



no implica, en mi concepto, una pérdida de libertad, ni de «venderse» el productor al patrocinante, ya que es de hacer notar que puede haber concordancia entre la filosofía del productor y la del patrocinante.

- Programas por encargo. El rol del productor independiente en estos casos es el de contratado. Quien encarga es el verdadero productor, ya que será el propietario del programa, el cual será realizado por el productor independiente, según los deseos del ordenante. El productor independiente es contratado por su notoriedad, su imagen, obras anteriores, de las que siempre podrá mostrar extractos a sus clientes. Los productores independientes de hoy, deben prepararse para los programas de multimedia, que se avizora serán en el futuro próximo, la mayoría de los programas por encargo.

FORMAS DE CONTRATAR LA PRODUCCION DE PROGRAMAS INFANTILES

- *Derechos de Autor.* Según establecido en el Nuevo Régimen del Derecho de Autor en Venezuela, cuya paternidad corresponde al Dr. Ricardo Antequera Parilli, promulgada la ley en 1993.
- *In house.* En este caso los derechos de transmisión pertenecen al canal de TV, y las variaciones dependen del contrato que se firme.
- *Productores independientes.* Derechos de transmisión son cedidos al canal de TV por determinado tiempo y número de pasadas, en forma exclusiva o no exclusiva.

Si el canal de televisión es el que crea, produce, contrata y paga la totalidad del programa, es dueño del mismo y le corresponde el "copyright". Pero hay muy diversas formas de contratar a los productores independientes, es el caso de muchos autores en Venezuela, deben registrar sus obras para conservar sus derechos y negociarlos oportunamente.

Costos

El problema de los costos de producción de un programa de televisión infantil, para el productor independiente, es que por una parte están los costos de la producción «per se», y además, los costos de la estación de

televisión por ponerlo en el aire. En algunos países, hay estaciones que venden el espacio de televisión. (la duración del programa) al productor y lo que el productor consiga de sus patrocinantes y anunciantes es para él en su totalidad, después de pagar al canal de TV. Esta fue la manera como el animador número uno de Venezuela, Renny Ottolina, se hizo famoso y millonario como el mejor productor de TV del país. Llegó un momento que Renny ganaba más que el canal de TV y por eso no le renovaron el contrato.

Patrocinantes

Esta es la situación en Filipinas. Los canales venden el espacio y los productores de programas infantiles que conocí, por ejemplo la Fundación Filipina de TV Infantil, adquiere una hora diaria en la televisión. Sus miembros se autodefinen como «no comprables» por sus patrocinantes. El monto contratado les debe alcanzar para producir y para pagar el espacio. Esto se refiere a la noción de «Independencia». La cual es otro tópico a desarrollar dentro de la televisión de servicio público que vende publicidad, actuando como un canal comercial, en ejercicio dual, lo que arriesga la autonomía.

Los patrocinios en la televisión pública norteamericana alcanzan cifras elevadísimas.

Hay al menos tres formas de patrocinio en Estados Unidos para las PBS:

1. Para programas o series muy costosas, más de un patrocinante aporta financiamiento a su realización. Pueden ser varios patrocinantes, y son mencionados durante los mismos.

2. Los patrocinios de los propios telespectadores, quienes envían su cheque por correo, u ordenan rebajar directamente de su tarjeta de crédito determinada cantidad para financiar los programas de la PBS de su región. Son motivados a ello por llamados o invitaciones puestos en el aire por las propias estaciones de servicio público.

3. El financiamiento, por parte del patrocinante, de un determinado horario o intervalo horario de la estación. Así, es posible el patrocinio del horario infantil de determinada estación de televisión. El patrocinio de 4 a 6 de la tarde, del día lunes 6 de toda

la semana, es patrocinado por: xxx. A esto se le llama también los «sponsors», son quienes auspician determinado programa o bien el horario infantil u otro de su selección.

Esto sucede en los Estados Unidos en las televisoras de servicio público, y en Filipinas en las comerciales, al patrocinar los programas infantiles directamente a los productores. La diferencia está en que los contratos de patrocinio en los Estados Unidos se hacen generalmente entre la estación de TV y el patrocinante y en Filipinas entre el productor independiente y el patrocinante por una parte, y entre el productor independiente y el canal de televisión se hace otro contrato aparte por el uso del espacio. El productor debe pagarlo, aún cuando no lo use, o también cuando el patrocinante por alguna razón deje de pagarlo o se retire, o sus costos de producción sean más elevados que el monto recibido.

El productor independiente también es contratado en los Estados Unidos por la PBS y en aquellos casos cuando produce en estudios fuera de la planta televisora, corre todos los riesgos de los productores independientes en general.

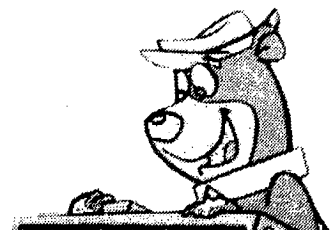
Territorialidad. Este aspecto está relacionado con la problemática de los satélites y el cable. Al ceder un programa debe delimitarse si es con o sin satélite.

¿QUIÉNES PODRÍAN FINANCIAR LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN VENEZUELA?

1. Hay que motivar a las estaciones comerciales de televisión a invertir en programas de televisión para niños.

2. Interesar a compañías o empresas patrocinantes, tanto del sector público como privado.

2.1. Entre las empresas privadas dedicadas a los productos de consumo infantil, por sector de producción, en Venezuela, menciono: Alimentos: Savoy, Gerbers, efe, Coca-cola, Pepsi-cola, Mavesa, Malta Polar, Nestlé... Juguetes: Matel, otras.



Vestido y calzado: Diversas.

2.2. Organismos del Sector Público: Ministerios de Educación, Familia y Juventud, gobernaciones de Estado, alcaldías, empresas del Estado tales como PDVSA, universidades.

2.3. Organismos de Financiamiento: CNAC, Fondo de Garantía

2.4. Organismos Internacionales: UNICEF.

3. Coproducciones Internacionales, de dos o más socios: Esta experiencia es hoy una de las más usadas. Casos de: Plaza Sésamo, Rue Sesamé, Barrio Sésamo, etc.

4. Intercambio de Programas. Este método tiene como fin el conformar una Serie, en la cual, si es Internacional, todos los Productores tienen el derecho de transmitir la Serie completa en su territorio. Si es Regional, todas las Estaciones UHF pueden transmitirla, previo contratos, por su frecuencia, que cubre determinada área.

5. Creación de fundaciones públicas como la australiana, o privada como la Children Television Workshop para financiar la producción de los programas infantiles.

6. Interesar a grandes editoriales, de la edición de libros infantiles, para entrar en el negocio de la Televisión Infantil.

7. Voluntad política de los Estados, expresada en una ley y su reglamento. Lograr legislaciones que:

- Establezcan tipos y calidad de los programas infantiles que las plantas de televisión, tanto públicas como comerciales, deban pasar diariamente por televisión.
- Establecer número de horas diarias para niños en edad preescolar
- Establecer número de horas diarias para niños en edad de escuela básica
- Establecer número de horas diarias para jóvenes
- Establecer el porcentaje de producción nacional, el cual debe ir en aumento año a año.
- Establecer el % mínimo de programas que deben ser realizados fuera de los canales de televisión y el máximo «in-house».

Ello desarrollará, indudablemente, la industria de producción de programas y la viabilidad de la producción independiente.

8. Establecer cooperativas de producción, por parte de los produc-

tores independientes, en relación a la adquisición y alquiler de Estudios, equipos y materiales.

9. «Syndication». Establecer a manera de reglamento, para la protección de los productores independientes, la participación que ellos deben tener, paralela a la producción propia de los canales de televisión, de un porcentaje del presupuesto de producción. Los productores independientes también pueden asociarse con el Canal en la producción y por tanto en los derechos o «royalties» resultantes de las ventas posteriores.

10. Otros.

UNA CLASIFICACIÓN DE LA TELEVISIÓN INFANTIL

Televisión educativa. Son series de televisión que responden al Currículum del respectivo Ministerio de Educación, van dirigidas también a la maestra, y muchas veces son modulares, es decir que cuentan con cuadernillos de apoyo u otros instrumentos o materiales didácticos.

Televisión recreativo-educativa. La televisión infantil australiana ha demostrado que el entretenimiento y la educación pueden marchar de manos juntas y que la audiencia infantil australiana ha respondido positivamente a sus producciones.

Televisión de entretenimiento: Sólo para distraer. Son mejores producciones cuando son divertidas y participativas.

1:00 p.m. Destinos: An introduction to Spanish

1:30 p.m. Charlie Rose. Discussion una hora

2:30 p.m. Sesame Street. (una hora)

3:30 p.m. Reading Rainbow

4:00 p.m. Bill Nyc. (children)

4:30 p.m. Ghostwriter

5:00 p.m. Carmen Sandiego

5:30 p.m. Caucus: New Jersey

6:00 p.m. Noticias de New Jersey

6:30 p.m. Noticias de la noche, Negocios.

7:00 p.m. Mac Neil, Lehrer (una hora)

8:00 p.m. Adam Smith. Economía

8:30 p.m. Fuentes Informadas

9:00 p.m. MISTERIO. (dos horas, serie en tres partes)

11:00 p.m. Charlie Rosa (una hora). A las doce de la noche no se interrumpe la estación, continúan otros programas de adultos, para recomenzar a las 5:00 a.m. de la mañana si-

guiente, con una programación educativa muy similar.

Es un canal de 24 horas/24 h. Para quienes no conocen el contenido de dichos programas, es mayoritariamente Infantil, y de muy alta calidad. Este es un ejemplo de PBS en la ciudad de New York. Es educativo, cultural y los niños pueden verla sin preocupación de sus padres.

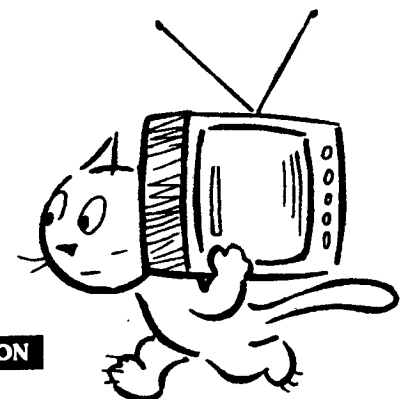
COSTOS DE PRODUCCIÓN DE TV INFANTIL

Podemos ver cómo las estaciones PBS en los Estados Unidos financian no sólo la producción de los programas infantiles que contratan a los productores independientes, sino como se invierte dinero desde las etapas de concepción y desarrollo de los proyectos, lo cual implica investigación, guión y desarrollo. Ello es observable en el Reporte Anual de la Corporation for Public Broadcasting. *Annual Report 1993. Ideas: Pointed Views.* Washington, 1994.

Así, un proyecto para un programa puede recibir 100 mil dólares para financiar su investigación y desarrollo. Cuando el proyecto está ya evaluado, se decide si se graba o no. Se discute el presupuesto y se busca el financiamiento para su producción.

En Venezuela debemos darnos cuenta que la creación y producción de una serie infantil para televisión requiere de una etapa preliminar de planificación que también debe ser financiada. Un buen guión y una producción impecables pueden lograr una producción de excelencia.

Si los costos de producción de un programa infantil de una hora fueren hoy Bs. 5.000.000 y el público potencial es de 1.000.000 de niños, estaríamos hablando que el programa cuesta Bs. 5 por niño. ¿Eso se toma en cuenta?



**SERIES DE TV INFANTILES
DE ALTA CALIDAD
PRODUCIDAS
EN VENEZUELA
EN LOS ULTIMOS 20 AÑOS**

Selecciono incluir acá exclusivamente a aquellos programas dramatizados, es decir con actores, que llevan un carácter seriado, con más de 13 capítulos, de media hora o de una hora de duración, realizados con investigación preliminar, guiones trabajados interdisciplinariamente, con creación de personajes, música, etc. y cuya trama ha tomado en cuenta elemento de educación y de entretenimiento:

- *Sopotocientos*
 - *Los sueños de todos los niños* (Piloto grabado. Diseño, planificación y presupuesto de 26 programas de media hora)
 - *Con mis amigos* (30 programas de media hora)
 - *Desde El Jardín*
 - *Los del galpón* (29 programas de media hora)
- Como otro tipo se clasificaría a:
- *Hay que oír a los niños*. No tiene línea dramática pero responde a la participación de los niños en las opiniones del programa.

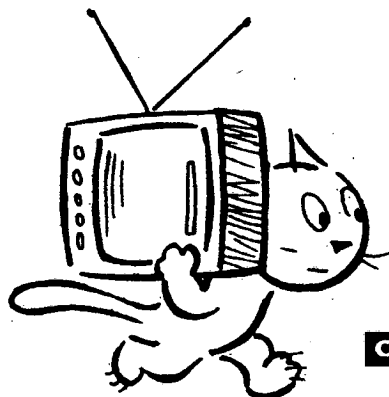
Y, una experiencia interesante, pero diferente, es *La ventana mágica* de Ligia Bianchi, ya que son microprogramas.

Formatos según las tecnologías más utilizadas hoy: Cine 16mm.; U-MATIC SP; Hi-8; Super VHS; Betacam SP; y Animación.

Géneros según el tema o contenido: Educativos: ciencias, documentales, noticia, revista. Recreativos: drama, concurso, baile, aventuras, música, comedia.

Comentarios sobre la animación: comiquitas, cartoons, calidad-contenido, técnica.

Lo que se hace hoy en anima-



COMUNICACION

ción: Operas, Vidas de Grandes personajes: músicos, descubridores, etc., además de cuentos, etc.

Los grandes distribuidores de animación para niños son productores y distribuidores: Walt Disney, Warner Bros, Hanna Barbera.

LOS NIÑOS VENEZOLANOS

Matricula de Educación Preescolar, Básica, Media, Diversificada y Profesional. Año Escolar 1992-93:

- Niveles Educativos:
Preescolar: 13%;
Básica: 81%;
Media, Diversificada
y Profesional: 6%
- Medio Geográfico:
Urbano: 78%; Rural: 22%.

**CLASIFICACIÓN
DE LOS PROGRAMAS
INFANTILES SEGÚN EDAD
E INTERESES**

En 3 grupos de edades, por intervalos de 6 años: hasta los 6 años, de los 6 a los 12 años, de los 12 a los 18 años.

Algunos programas infantiles de alta calidad en el mundo son los programas ganadores del *Certamen anual. 22º premio Japón* en 1995. Es un concurso anual, exclusivamente para Televisión Educativa. Divididos en cuatro grupos de público, por edades: hasta 6 años, hasta 12, hasta 17 y también educación de adultos.

The Prix Jeunesse Foundation. Tiene lugar bianualmente en Munich, Alemania. En este concurso ganó el programa *Hay que oír a los niños*, de Radio Caracas Televisión, en la categoría en la cual se mide el punto de vista de los niños. El próximo tendrá lugar en junio 1996.

**UN EJEMPLO:
PROGRAMACION INFANTIL
EN LA ESTACION PBS
DE NEW YORK (Canal 13-
el día 25 de mayo de 1995)**

Al hojear la revista semanal *TV Guide*, tenemos el resumen del panorama de lo que presenta la televisión, además del número de horas de observación presencial.

- 5:00 a.m. AMIGOS
- 5:30 a.m. LEARN TO READ
- 6:00 a.m. Noticias de negocios
- 6:30 a.m. G.E.D. Instrucción

7:00 a.m. Sesame Street (una hora)
8:00 a.m. Barney & Friends (una hora)
8:30 a.m. Shining Time Station (el Canal 41 por el contrario, tiene CHAVO)

9:00 a.m. Lamb chop's play along!
9:30 a.m. Mr. Rogers
10:00 a.m. Puzzle Place
10:30 a.m. Storytime
11:00 a.m. Sesame Street (una hora)
12:00 m. Learn to read
12:30 p.m. G.E.D. en español

- Cables: Nickelodeon (Inglaterra), Cartoon Network (USA), Canal Fox (USA). Canal J (Francia)

- Satélites: El costo de producción internacional de media hora de animación es de \$100.000 a \$350.000. Si estimamos a Bs. 300 el dólar paralelo, media hora de TV en animación vale o se paga a 30 millones de bolívares en los países del Primer Mundo.

**EL MERCADO
DE LOS PROGRAMAS
DE TELEVISIÓN INFANTIL**

Hay eventos internacionales permanentemente en este sentido, además de los festivales. La gente que está en el negocio se conoce. Se arman coproducciones. Se negocian derechos. Ya no se trabaja sólo para la TV, desde el principio todo está pensado para TV, Cable, Video-doméstico-Satélite-Licencias: Se registran las marcas "merchandising" en general.

El mercado de los programas de televisión para los niños genera una de las mayores industrias mundiales, es un mercado global.

Establezco ahora un listado preliminar de los países y de las estaciones de televisión en Venezuela, que son mercado para los programas de televisión de habla hispana o doblados al español:

NACIONALES VHF-Venezuela:

RCTV
VENEVISION
VTV
TELEVEN

NACIONALES UHF

CMT-CANAL 51
AMAVISIÓN
NIÑOS CANTORES
CARABOBO
NIÑOS CANTORES LARA
NIÑOS CANTORES ZULIA
TELEBOCONO
TELECARIBE



TELECENRO
 TELESOL
 TELEVISORA ANDINA
 MERIDA
 TELEVISORA REGIONAL
 TACHIRA
 TELEVIZA -CANAL 7
 TV GUAYANA
 TVS TELEMARACAY
 ZULIANA DE TELEVISION
 TVO TELEVISORA DE
 ORIENTE
 NACIONALES CABLE
 CABLEVISION
 OMNIVISION MULTICANAL
 PARABÓLICA
 INTERNACIONALES:
 AMÉRICA LATINA
 COLOMBIA
 ECUADOR
 PERU
 BOLIVIA
 ARGENTINA
 CHILE
 URUGUAY
 PARAGUAY
 MEXICO
 GUATEMALA
 HONDURAS
 EL SALVADOR
 NICARAGUA
 COSTA RICA
 PANAMA
 EL CARIBE
 CUBA
 PUERTO RICO
 REPUBLICA DOMINICANA
 TRINIDAD Y TOBAGO
 JAMAICA
 BARBADOS
 ESTADOS UNIDOS
 TELEVISION DE HABLA
 HISPANA
 ESTACIONES PBS
 CANADÁ
 EUROPA
 TELEVISION ESPAÑOLA
 CANAL J - FRANCIA

**CASO: FICCIONES
 DRAMÁTICAS PARA NIÑOS
 Y JÓVENES ADOLESCENTES**

Australia: En las ficciones se da o puede darse la violencia. Se investiga como tratarla, como trabajarla. Asimismo: La droga. El sexo. El crimen, etc. El drama: La muerte de un ser querido. El dolor... se investiga a fondo sobre los temas y sus consecuencias según la edad del niño televidente. Manejo de la historia. No dejar estas situaciones abiertas para otro

día, -el cierre para los niños pequeños debe estar en el mismo programa-

Cuando en ficción se dan situaciones de corte negativo, cuyo final debe permitir la reflexión del niño televidente, hay un manejo de valores que es muy importante. El desenlace debe ser constructivo y comprensible para el niño. Se aconseja la discusión entre los niños, sus padres y maestros sobre los mensajes de determinados programas.

La televisión sí produce efectos en los televidentes, especialmente si su edad mental es aún muy dúctil y no han desarrollado una mentalidad crítica.

El *aprendizaje por imitación* se da en televisión, se conoce el caso de niños que se han tirado por una ventana en imitación de *Superman*. Por ello, uno de los deberes de la TV pública es la formación de los maestros y los padres, en este sentido, para que ellos formen a los niños.

Los diversos intereses en televisión infantil:

- Intereses y derechos de los propios niños
- Intereses y derechos del canal de televisión que va a transmitir
- Intereses y derechos del productor del programa
- Intereses de la sociedad, expresados en una Ley o Reglamento
- Lobbying
- Asociaciones de televidentes críticos.
- Usuarios
- Receptores acrílicos

CONCLUSIONES

Venezuela tiene recursos humanos deseosos de ingresar en el mercado de una de las más poderosas industrias, la televisión para niños, lo que además es hoy un gran negocio mundial. No podemos seguir dentro de las fronteras asfixiantes en las cuales vivimos. Revistas enteras, como TBI de octubre 1995, dedican un número al análisis del negocio que son los programas infantiles y traen el precio al cual se pagan los programas en diversos países. La TV infantil es una industria importante.

Hay que formar una Unión de

Radiodifusores Latinoamericanos y de los Estados Unidos de habla hispana para el desarrollo de la industria de programas infantiles para los niños iberoamericanos.

Hay que crear una Cámara de Productores Independientes de Programas de Televisión, con una Sección de Productores de Programas Infantiles.

Hay que dictar en Venezuela la Nueva Ley de la Radiodifusión y las Telecomunicaciones.

Hay que Reglamentar casuísticamente la programación infantil para TV. Establecer cuotas y estándares.

Hay que tener programas de televisión nacionales, educativos y de entretenimiento.

Hay que insistir en la opinión pública, sobre la importancia de esta materia.

Los niños de Venezuela esperan que los adultos resolvamos el problema de la TV infantil, y sembramos para el futuro una situación de esperanza.

BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, Jesus María (1995). *Algunas proposiciones para la reorganización del sector público de la televisión*. En «Reflexión sobre el Futuro Audiovisual. Sueño y Realidad. Las Nuevas Tecnologías» Escuela de Cine y Televisión. Caracas, 380 p.

Antequera Parilli, Ricardo (1994). *El Nuevo Régimen del Derecho de Autor en Venezuela*. Autoralex. Caracas, 840 p.

Capriles, María Cristina; Alejandro, García; Thaelman Urgelles y Oswaldo Larcs. (Octubre 1977) *Programa Infantil Recreativo-Educativo para Televisión*. En: *Órbita, Temas de la Comunicación Social*. N° 21. P. 93 -128.

Escuela de cine y televisión (1995). *Reflexión sobre el Futuro Audiovisual. Las Nuevas Tecnologías*. II Simposio Internacional - Escuela de Cine y Televisión, Caracas, 380 p.

Guerere, Abdel. "La industria de la telenovela en Venezuela". En: *Perfiles de la Industria Venezolana, en Venezuela: El Reto de la Competitividad*. Caracas, 1993. (Datos bibliográficos están por ser revisados).

Mayobre, José Antonio (1992). *La labor de Sísifo. Los intentos de reformar la televisión en Venezuela*. Monte Avila Editores Latinoamericana. Caracas.

Ministerio de Comunicaciones (1995). *Ley de Televisión*. República de Colombia. Enero.

Palmer, Edwar L. (1993). *Toward a Literate World. Television in Literacy Education*.



Lessons from the Arab Region. Westview Press Inc. Colorado, 170 p.

Pasquali, Antonio (1991). *El Orden Reina. Escritos sobre comunicaciones.* Monte Avila Editores Latinoamericana. Caracas, 334 p.

Piaget, Jean; W.J.M. Mackenzie; Paul F. Lazarsfeld y otros (1973). *Tendencias de la investigación en ciencias sociales.* Alianza/Unesco. Alianza Editorial, Madrid, 639 p.

Prost, Georges (1995). De *L'Institut de Financement du Cinéma et des Industries Culturelles à Euro Média Garantie.* En Les Cahiers de L'Audiovisuel. No. 4 Junio, pp.7-11.

Reglamento de Radiocomunicaciones (1993). *Nuevo Reglamento.* Gaceta Oficial N° 3.336 del 1 de febrero de 1984 y Gaceta Oficial N° 4530 del 21 de enero, de Editorial Almorca, C. A. Caracas, 108 páginas y 34 páginas.

Rowland Jr., Williard D. "Parrainage à l'américain: des roses et des épines". Diffusion UER, Genève, hiver 1993-4. En la revista *Dossiers de Audiovisuel: Le Parrainage: une mise en garde américaine.* INA. No. 60. Marzo, abril 1995, pp. 39 - 41.

Souchon, Michel (1995). "L'Avenir de la Television Publique". En *Reflexión sobre el Futuro Audiovisual. Sueño y Realidad. Las Nuevas Tecnologías.* Escuela de Cine y Televisión. Caracas, 380 p.

_____ (1995). "Rapport à Hervés Bourges, président de France Télévision. sur les missions de la télévision publique et l'exécution du Plan stratégique". France Télévision, Paris, 1993. En la revista *Dossiers de l'Audiovisuel. Genèse et actualité du Service Public* INA. N°. 60. Marzo, abril. Pág. 19 -21. Recomendando la lectura de esta revista y de la siguiente, N°. 61, meses mayo-junio 1995, dedicada ésta a la obra audiovisual por encargo.

CATÁLOGOS

ANNUAL REPORT 1993-1994. AUSTRALIAN CHILDREN'S TELEVISION FOUNDATION, incorporating ATF Productions Limited. 76 p. 1994

AUSTRALIAN CHILDREN'S TELEVISION FOUNDATION. *Program Catalogue.* Folleto de 24 páginas con la totalidad de los programas de la Fundación. Australia. 1995.

AUSTRALIAN CHILDREN'S TELEVISION FOUNDATION and Australian Broadcasting Corporation. *FAMILY ALBUM. A Study Guide.* Series de Televisión -preparadas para servir a las Escuelas, las maestras y los niños y toda la familia. Australia. 78 páginas.

CPB. Corporation for Public Broadcasting. *Annual Report 1993. Ideas: Pointed Views.* Washington, 1994.

MIANARE 93. Mimelia Castillo. -Con-

cepto, Diseño y Coordinación General-Proyectos venezolanos Areas: TV. Cine. Literatura. Música, Radio. Prensa. Multimedia y Misceláneos. Caracas, 1993. mimeografiado. 76 pág.

OVER-VIEW'95. *Productions for children and young people.* International Centre of Films for Children and young people. CIFEI. Montréal, 1995. 300 p. aprox. Este catálogo contiene un listado de producciones en cine y televisión para niños y jóvenes y un directorio de compañías productoras de programas infantiles, de todo el mundo.

WATCH. The World Alliance of Television for Children. Catálogo de 29 programas ganadores en el Prix Jeunesse. Entre ellos: *You Must Listen to the Kids. Hay que oír a los niños.* RCTV. Caracas.

WORLD SUMMIT ON TELEVISION AND CHILDREN. *Catálogo del evento presenta 194 programas,* (hasta dos por casa productora o autor). Están los más reconocidos programas de niños en el mundo.

HEMEROTECA

Bunco, Alan. "Las Aulas en la TV". *Economía Hoy.* Caracas, 20 de agosto de 1995. Pág. 18. Traducción Servio T. Vilorio tomado de The Christian Science Monitor. Copyright 1995.

Capriles, María Cristina. "VTV Canal 5". *El Nacional.* Caracas, 6 de julio de 1995. Cuerpo A. p. 4.

Le Monde. Radio Television. Semaine du 4 au 10 octobre. 1993. "L'avenir de la télévision publique en Grande-Bretagne. Un entretien avec Bob Phillis, directeur général adjoint de la BBC". «N°. 15142. Francia, dimanche 3-lundi 4, octobre 1993. pp. 16-17.

Obento G. Luis Enrique. "¿Privatización y televisión de servicio público?" *El Universal.* Caracas, 19 de agosto de 1995. Página 2-2.

Pasquali, Antonio. "Desde Colombia. Cosas del Primer Mundo". *Economía Hoy.* Caracas, 2 de julio de 1995, p. 18.

ALGUNOS OTROS DOCUMENTOS DE AUSTRALIA

ABA. *ANNUAL REPORT 92-93.*

ABA. *Children's Television Standards.* Sydney. Junio 1995. Folleto 24 páginas.

ABA UPDATE. *Children's Television.* Newsletter of the Australian Broadcasting Authority. N°. 29. March, 1995. Revista de 36 páginas.

ABA. *Your Say. A review of Audience*

Concerns about Australian Broadcast Media. May, 1995.

ABC. *Code of Practice.* April, 1995. (Televisora del Sector Público)

AUSTRALIAN BROADCASTING TRIBUNAL. *Kidz TV. An Inquiry into Children's and Preschool Children's Television Standards.* Sydney, 1991. 2 vol. 560 p.

Broadcasting in Australia. Sydney, 1992. 200 p. 4

FACTS. *Federation of Australian Commercial Television Stations. Commercial Television Industry. Code of Practice.* August, 1993. (Televisoras Privadas).

SBS. *Codes of Practice. Programming Policies.* August, 1994. (Televisora del Sector Público).

DOCUMENTOS ESPECIALES DE VENEZUELA

CATI. Cámara Venezolana de Televisores Independientes. *Código de Ética.* Enero, 1995.

COMISION PERMANENTE DE MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL DE LA CAMARA DE DIPUTADOS. *Ante-Proyecto de Ley del Sistema de Radio y Televisión de Servicio Público.* 2da. Borrador. Caracas, marzo, 1995.

COMITE POR UNA RADIOTELEVISION DE SERVICIO PUBLICO. RTSP.

Nueva Alerta a la Ciudadanía. «El Universal». Página 1-14. Caracas, 11 de julio de 1995.

COMITE POR UNA RADIOTELEVISION DE SERVICIO PUBLICO. RTSP. *Proyecto de Ley Orgánica de la Radio-televisión.* Caracas, 1995.

SIN AUTOR: *Código de Ética de la Televisión Venezolana.* (Documento tipeado). Caracas, 24-8-64.

LIBRERÍAS DE VIDEO

The Prix Jeunesse Video Library, contiene décadas de la evolución de la televisión infantil y juvenil. Videocassettes VHS PAL.

The Australian Children's Television Foundation, contiene una librería de programas de Televisión, a la cual sumó los que le fueron llevados por los participantes al World Summit on Television and Children. Videocassettes VHS PAL.

*María Cristina Capriles es educadora. Escritora, directora y productora de cine y TV. Dirige la Escuela de Cine y Televisión. Su artículo es un resumen de la participación de la autora en el evento internacional "Cumbre mundial sobre la televisión y los niños" realizado en Australia del 12 al 18 de marzo de 1996.