UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo II
(Estructura y Tecnología de la Información)



UN MODELO MOTIVACIONAL PARA EL USO DE CONCEPTOS LITERARIOS POR LAS AUDIENCIAS INFANTILES

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Avelina Vega Martín – Lunas

Bajo la dirección del doctor

Alfonso Javier Fernández del Moral

Madrid, 1992

ISBN: 978-84-669-1321-8

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID



UN MODELO MOTIVACIONAL PARA EL USO DE CONCEPTOS LITERARIOS POR LAS AUDIENCIAS INFANTILES EN TELEVISION

TESIS

que para obtener el título de

DOCTORA EN PERIODISMO

presenta

AVELINA VEGA MARTIN-LUNAS

dirigida por el profesor

D. ALFONSO JAVIER FERNANDEZ DEL MORAL

SE ADJUNTAN:

1. Fichas en TOMO ANEXO para posteriores investigaciones.
2. VIDEO esquematizado del programa ¡CUENTAMELO TU! con cabecera en infografía animada.
3. DISQUETTE con infografía animada del programa, cabecera y créditos.
4. CASSETTE con música y letra de la sintonía del programa "Canción de Florindo".
5. DIORAMA del plató del programa (realizado a escala).
6. FOTOGRAFIAS EN COLOR de los pasos seguidos para la realización del diorama.
9. FIGURINES ORIGINALES EN COLOR:
   - 9.1. Figurines del ATREZZO de la obra de Teatro.
   - 9.2. Figurines de los TITERES del guiñol.
   - 9.1. Distintos pasos de la mascota FLORINDO:
     - 9.1.1. FLORINDO para ilustraciones del Cuento.
     - 9.1.2. FLORINDO para el disfraz del Teatro.
     - 9.1.3. FLORINDO para infografía animada.

INDICE GENERAL

Dedicatoria		i
Agradecimientos		ii
INTRODUCCION		1
0.1	Tema de investigación.	1
0.2	Objetivos de la investigación.	9
0.3	Hipotesis que define el punto de partida.	11
0.4	Síntesis de la tesis.	13
0.5	Metodología empleada para el análisis de contenido.	18

CAPITULO I

I ESTUDIO GLOBAL DE MEDIO TELEVISION 20

I.1. Introducción. 20

I.2. Ejemplos concretos de espacios televisivos: telenovelas y dibujos animados. 22

I.3. La audiencia. 24

I.3.1. Collet Research. 26

I.3.2. *El nuevo método para* estudiar audiencias. 27

I.3.3. Repercusión de los anuncios en las ventas. 29

I.3.4. La C-Box. 30

I.3.5. Elección de la Muestra. 31

I.3.6. El People-Meter. 32

I.4. La televisión y su impacto. 34

I.4.1. Impacto sociológico de la televisión. 35

I.4.2. Psicología de la comunicación. 37

I.4.3. Etica de la comunicación social. 40

I.4.4. Unidireccionalidad de la televisión. 43

I.5. Nuevas tecnologías. 45

I.5.1. Introducción a las nuevas tecnologías. 45

I.5.2. Telemática y teleinformática. 52

I.5.3. El vídeo. 54

I.5.4. El teletexto. 55

I.5.5. La subtitulación. 56

I.5.6. Discos y memorias. 56

I.5.7. La microelectrónica. 57

I.5.8. La infografía. 63

I.5.9. Televisión de alta definición 67

I.5.10. Comunicación vía satélite 68

I.5.11. El Mercado Unico Europeo en el entorno de las nuevas tecnologías 81

BIBLIOGRAFIA DEL CAPITULO I 83

CAPITULO II

II ESTUDIO GLOBAL DE LA AUDIENCIA INFANTIL COMO GRUPO DE EDAD CON CARACTERISTICAS MUY MARCADAS 87

II.1.	Ambito general.	87
II.2.	Desarrollo y emociones.	88
II.3.	La educación y la familia.	89
II.4.	La educación y la escuela.	90
II.5.	Las edades del niño.	93
II.6.	La conducta.	94
II.7.	La expresividad.	94
II.8.	La vida afectiva.	97
II.9.	El niño: su tiempo libre.	98
	II.9.1. El juego y el niño.	101
	II.9.2. Los videojuegos.	106
II.10.	El niño y la fantasía.	108
II.11.	La literatura en la infancia.	111
II.12.	Emisor-receptor en la literatura infantil.	114
II.13.	Por la lectura a la personalidad.	118

II.14. La escritura. 122

II.15. La poesia infantil. 125

II.16. El teatro infantil. 127

BIBLIOGRAFIA DEL CAPITULO II 129

CAPITULO III

III EXAMEN DE LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS NIÑOS 125

III.1. Introducción. 135

III.2. La programación infantil como fuente de comunicación. 136

III.3. Factores que intervienen en el uso de la televisión. 137

III.4. El lenguaje televisivo y la infancia. 138

III.5. Interés de los niños por la televisión. 141

III.6. La educación y la televisión. 152

III.7. La televisión y la violencia. 157

III.8. La violencia y el niño. 161

III.9. Otro aspecto del problema: televisión baby-sitter. 163

III.10. La publicidad y la programación infantil. 166

III.10.1. La publicidad, manipuladora del niño. 168

III.10.2. El niño motivador o consumidor. 169

III.10.3. Características de los anuncios para los niños. 170

III.10.4. Protección de la infancia. 170

III.10.5. Vulnerabilidad infantil. 173

III.10.6. Mensajes subliminales. 181

III.10.7. ¿Es el Niño un nuevo medio de publicidad? 183

III.10.8. Futuro del niño mass/media. 184

III.11. La imagen televisiva y la lectura. 187

III.12. El derecho del niño a expresarse. 191

III.12.1. Niños desarraigados. 192

III.13. El problema real. 194

BIBLIOGRAFIA CAPITULO III 196

CAPITULO IV

IV. ANALISIS DE CONTENIDO DE LA PROGRAMACION
INFANTIL EN LA TELEVISION ACTUAL 204

IV.1. Programación infantil genérica. 206
IV.1.1. Vivan los Compis (TELE 5). 207
IV.1.2. Desayuna con Alegría (TELE 5). 209
IV.1.3. Super Guay (TELE 5). 211
IV.1.4. La Guardería (ANTENA 3). 213
IV.1.5. La Merienda (ANTENA 3). 215
IV.1.6. A La Babala (CANAL 9). 217
IV.1.7. Estamos de Vacaciones (TVE 1). 220
IV.1.8. Club Disney (TVE 1). 221
IV.1.9. Club Super 3 (TV 3). 223
IV.1.10 Juego de Niños (TVE 2). 225
IV.1.11 L'Albero Azzurro (RAI DUE). 227
IV.1.12 DJ Kat Show (SKY ONE). 229
IV.2. Dibujos Animados. 232
IV.2.1. Tom & Jerry. 233
IV.2.2. Las tortugas Ninja. 237
IV.2.3. Los superhéroes. 241
IV.2.4. La troupe de Cobi. 245
IV.2.5. Batman. 249

IV.2.6. Sharky y Georges. 254

IV.2.7. Babar. 257

IV.2.8. Las bolas del dragón. 260

IV.2.9. Los Biónicos. 264

IV.2.10 Los Cazafantasmas. 268

IV.2.11 Capitán Planeta. 272

IV.2.12 Las ranas callejeras. 276

IV.2.13 Los Dinosaucers. 279

IV.3. Resultado del análisis de los dibujos animados. 282

IV.3.1. Psicólogos y pedagogos. 282

IV.3.2. Personajes (humanos, animales, monstruos, objetos) 283

IV.3.3. Personajes masculinos y femeninos. 283

IV.3.4. Directores de animación. 284

IV.3.5. Directores de música. 285

IV.3.6. Temas 286

IV.3.7. Situación en España 286

CAPITULO V

V ANALISIS CUALITATIVO DEL MENSAJE INFANTIL EN TELEVISION

V.1.	Trabajo de campo. Mesa redonda con el grupo de trabajo del Psiquiátrico de Alcobendas.	288
	V.1.1. Preguntas suscitadas a tenor del análisis de la programación infantil.	289
V.3.	Idem a pedagoga.	316
V.4.	Entrevista personal a especialista en literatura infantil.	318
V.5.	Estudio valorativo de la programación infantil.	326
V.6.	Propuestas de Superioridad	334

BIBLIOGRAFIA V 338

CAPITULO VI

VI MODELO ALTERNATIVO DE PROGRAMACION INFANTIL PARA EL USO DE CONCEPTOS LITERARIOS

VI.1.	Introducción al PROGRAMA ¡CUENTAMELO TU!	341
VI.2.	Expectativas de la programación.	341
VI.3.	Nuevas tecnologías.	344
VI.4.	Interés de la programación.	345
VI.5.	Invitados.	346
VI.6.	Autocar de ¡CUENTAMELO TU!	346
VI.7.	Visita a la ciudad.	347
VI.8.	Grupo patrocinador.	347
VI.9.	Inicio de la programación.	348
VI.10.	Día y hora.	349
VI.11.	Presentación del programa.	349
VI.12.	Estructura general del programa.	350
VI.13.	El plató.	351
VI.14.	Publicidad.	352
VI.15.	Colegio invitado.	352
VI.16.	Presentador.	353
VI.17.	Preguntas.	353
VI.18.	Dibujos.	355

VI.19.	Cambios sugeridos por los niños.	355
VI.20.	El muro.	356
VI.21.	Participación de los niños.	357
VI.22.	Estructura de cada programa	358
VI.23.	Letra y música de la "Canción de Florindo" dedicada a "cuentos y poesía".	359
VI.24.	Presentación de niños invitados.	360
VI.25.	Documentales.	360
VI.26.	Primera parte de "cuentos y poesía": cuentos.	361
VI.27.	Segunda parte de "cuentos y poesía": poesía.	364
VI.28.	Parte dedicada a "guiñol y teatro".	365
VI.29.	Letra y música de la "Canción de Florindo" dedicada a "guiñol y teatro".	366
VI.30.	Primera parte de "guiñol y teatro": guiñol.	367
VI.31.	Segunda parte de "guiñol y teatro": teatro.	369
VI.32.	Mascota "Florindo".	370
VI.33.	El Superprograma.	370
VI.34.	Concurso del Superprograma.	371
VI.35.	Premios del Superprograma.	373
VI.36.	Despedida.	375
VI.37	Finalidad del programa ¡Cuéntamelo tú!	376

CAPITULO VII

VII PREPARACION DEL PROGRAMA ALTERNATIVO ¡CUENTAMELO TU!

VII.1.	Diorama del plató.	378
	VII.1.1. Personajes del diorama.	378
	VII.1.2. Terreno.	379
VII.2.	Pauta de la música del programa: "Canción de Florindo".	382
VII.3.	Adaptación de Florindo a infografía animada.	383
VII.4.	Adaptación de Florindo a disfraz.	384
VII.5.	Cuento de Florindo.	385
VII.6.	Diseño figuras guiñol.	396
VII.7.	Obra de guiñol: "La vida no es verdad ni es mentira".	399
VII.8.	Diseño atrezzo personajes teatro.	416
VII.9.	Obra de teatro: "El encantamiento de los tristes".	423
VII.10.	Puesta en escena del programa: ¡Cuéntamelo tú!	451
	VII.10.1. El cuento.	451
	VII.10.2. Los Poemas	452
	VII.10.3. El guiñol.	453

VII.10.4. El teatro. 454

VII.10.5. Creatividad. 455

VII.10.6. Final de ¡Cuéntamelo Tú! 457

VII.10.7. ¿Cómo mandar los niños sus ideas o creaciones? 457

VII.10.8. El jurado. 459

VII.11. Entrevista-dictamen de especialista en psicología. 460

VII.12. Comentarios de la puesta en escena del programa ¡CUENTAMELO TU! 465

CAPITULO VIII

VIII. CONCLUSIONES DE LA TESIS 471

CAPITULO IX

IX. BIBLIOGRAFIA GENERAL 473

ANEXO TESIS

1. Sistema de captura y selección de datos. 536

2. Serie dibujos animados españolas. 541

3. Serie dibujos animados extranjeras. 542

4. Gráficos de:

Series con personajes (humanos, animales, monstruos, objetos) 546

5. Series con personajes masculinos y femeninos. 547

6. Series de dibujos animados extranjeros o españolas. 548

7. Series o programas con dibujos animados por productoras y canales. 549

8. Series de dibujos animados con psicólogos o pedagogos. 560

9. Programas infantiles con psicólogos o pedagogos. 561

10. Relación de directores de animación. 562

Directores de animación por series y años. 564

11. Relación de directores de música. 576

Directores de música por series y años. 579

12. Relación de directores de efectos especiales. 590

13. Relación de series con personajes humanos. 591

Relación de series con personajes objetos. 595

Relación de series con personajes monstruos. 596

Relación de series con personajes animales. 597

14. Relación de series con personajes masculinos. 600

Relación de series con personajes femeninos. 603

15. Relación de temas. 606

16. Relación de año, serie, productora y nacionalidad. 607

17. Relación programa o serie, productora, canal. 620

18. Extracto Informe de la Comisión de Cultura, Juventud, Educación del Parlamento Europeo sobre la promoción del libro y el desarrollo de la cultura en Europa, 15 abril 1992. 641

19. Las Televisiones Autonómicas. 644

20. Televisión en España. 646

Bibliografía. 647

21. Centros Regionales TVE y Televisiones Autonómicas 648

Bibliografía. 651

22. Documentación de pasos dados para la creación del diorama del plató. 653

23. Distintas posturas de Florindo necesarias para realizar la infografía animada. 659

DEDICATORIA

A mi madre, cuyo ejemplarizante
espíritu subyace en obligado silencio
en todas las líneas de esta Tesis.

AGRADECIMIENTO

La doctoranda desea agradecer al Director de la Tesis, el Profesor Dr. don Javier Fernández del Moral su interés, orientación, guía, confianza y apoyo incondicional.

Del mismo modo quiere expresar su agradecimiento por su ayuda a los Profesores Orive Riva, Concepcion Alonso y Mercedes Gómez del Manzano;

a la Facultad de Ciencias de la Información, al Instituto Universitario de Comunicaciones Avanzadas (IUCCAA);

a Cristóbal Ruíz García, Helga Meyer, Eva Marina, Grupo Odas Bárbaras, Julio Soler, Roxana M. Torrente, Luis Piñuel, Carlos Salcedo, Dolores G. Tejeiro, Soledad Huerta, Esperanza G. Codina, Elena de Arrivas, Mamen G. Doncel y tantos otros con cuyo interés y cariño ha contado en todo momento.

La autora de esta Tesis, como "los superhéroes", sus amigos y compañeros de viaje a través de los confines ilimitados del tiempo y el espacio, espera que el resultado de su aventura pueda servir en mayor o menor medida, pero servir para hacer el bien a la humanidad.

Si esto llegara a cumplirse, todos sus desvelos, preocupaciones, angustias, sinsabores y desesperaciones le habrían merecido la pena.

INTRODUCCION

0.1 TEMA DE INVESTIGACION

El trabajo de investigación presentado responde a la necesidad suscitada por el vacio creado por la crisis actual de la cultura, el arte y la educación.

La filosofía que enmarca este trabajo puede resumirse en breves palabras: BUSQUEDA DEL LENGUAJE PERDIDO para que, a través de él, nuestros niños se encuentren a sí mismos, sepan crear, se enriquezcan. Y con ellos, se enriquezca la sociedad.

La meta es promover el desarrollo de la cultura estética en todas sus vertientes, ayudar a mejorar cualitativamente la enseñanza, proporcionando un medio de apoyo a la escuela, a la familia, a las iniciativas del sector público y privado.

Nuestro estudio responde al decaimiento estético de la sociedad moderna, a la demanda del individuo, a intentar que sepa aprovechar su tiempo libre de forma enriquecedora y consiga dominar el consumo.

Su espíritu innovador intenta integrar el ámbito estético a la acción educativa, para que nuestros niños se sientan capaces de asumir el futuro.

La educación es un proceso cuya eficacia depende de una

planificación de investigadores, pedagogos, psicólogos, sociólogos, medios de comunicación, padres, el sector privado y el sector público.

Tenemos la responsabilidad de proteger a nuestros niños del acoso de tanta tecnología deshumanizada. De ellos depende el futuro. No podemos condenarles a ser meros espectadores de la realidad.

El niño debe ser consciente de que es un individuo capaz de pensar y participar en el desarrollo de nuestra sociedad, ejerciendo su libertad de expresión y su posibilidad de participación en la cultura.

Para ello, hemos de poner a su alcance los medios con los que pueda expresarse libremente, permitirle crear sus propias estructuras expresivas, y potenciar su creatividad para que se desarrolle asimilando el pasado.

La educación estética del niño abarca tres actividades:

1. observación,
2. valoración y
3. auto-expresión de esa valoración mediante la libre creatividad.

La sociedad mundial en la que estamos inmersos ha admitido como miembro más de las familias que la integran a un artilugio al que unos llaman "baby-sitter", otros "caja tonta", otros "droga dura", pero que con un nombre u otro, hemos asentado en el lugar principal de los hogares (algunos

masas (1).

Unos propugnan que no se pongan barreras al uso indiscriminado de ella, llegando a proponer la supresión de restricciones de padres y educadores para que los niños puedan llegar a conocer y "amar" a ese medio liberador, fuente de progreso; mientras que otros, por el contrario, ven en ella un manipulador de conciencias, un impedimento a que los niños realicen otras actividades, se socialicen, jueguen, estudien, sean solidarios, libres y proponen el abandono sistemático de su utilización o al menos el control de su uso por parte de los adultos encargados de su educación.

Las investigaciones de detractores y defensores del medio televisivo dan resultados contradictorios en cuanto a maduración afectiva, imaginativa, intelectual (anticipación o retraso de las etapas prelógicas o lógicas), efectos en el comportamiento, cognitivos, afectivos, éticos, axiológicos (juicios de valor que legitiman o no la violencia, la sumisión al poder), etc.. Está demostrado que no debe generalizarse, pues hay que tener en cuenta muchas variables que rodean la vida y situación de cada individuo-niño.

De ahí que este estudio no esté encaminado a formular principios ni resultados teóricos, sino a proporcionar consideraciones prácticas que puedan ayudar a quienes se preocupan por cómo los medios, y la televisión en particular, influyen en los niños, para que no sólo controlen el tiempo

Trabajo dirigido por el Médico Psiquiatra, Jefe Clínico del Hospital Psiquiátrico y C.S.M. de Alcobendas, doctor Manuel Cumella Soria.

3. Entrevistas con psicólogos, pedagogos, profesores, etc.

La doctoranda se ha propuesto el diseño de un programa ideal, ¡Cuéntamelo tú! que, teniendo en cuenta estudios, investigaciones, análisis de contenido y declaraciones de los personajes anteriormente citados, proporcione a los niños lo que en la actualidad necesitan.

Este programa tenderá a:

1. ayudar al niño a superar las limitaciones que las nuevas tecnologías mal utilizadas le imponen,

2. brindarle alternativas y medios para que estructure debidamente su tiempo de ocio, animándole a leer, a hacer deporte.

3. posibilitarle la comunicación con sus familiares, hermanos, padres, abuelos, haciéndole contestar en voz alta a las preguntas que les haga la mascota "Florindo".

4. fomentar la participación activa de los adultos en el reparto del tiempo libre de sus hijos mediante actividades lúdicas formativas,

5. mejorar la relación niño-abuelo mediante la valoración del abuelo, personaje clave del programa,

6. combatir la desigualdad de acceso a medios para realizar las actividades artísticas de los participantes en el concurso,

7. extender las innovaciones propuestas por España y el ámbito internacional, especialmente por la Comunidad Europea.

El programa ha sido testado en el Colegio de las RR. MM. Irlandesas con la asistencia de todos los niños del colegio (unos mil alumnos) en edades comprendidas entre los 5-6 años hasta los 11.

NOTAS

(1) ECO, Umberto: Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Ed. Lumen. Barcelona, 1968.

(2) HERANS DIAZ, C.: Infancia y sociedad. Cultura. Ministero de Asuntos Sociales, 1991.

0.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

La presente investigación responde a la necesidad de dar soluciones al problema de la lectura infantil no sólo en nuestro país sino en Europa y en el mundo entero. Esta afirmación viene corroborada a nivel internacional por un estudio que en la actualidad está realizando la Asociación Internacional para el Estudio del Rendimiento Académico (AIEA), y cuyos datos todavía no han salido a la luz.

El estudio lleva el nombre de Investigación Internacional sobre Lectura (Reading Literacy Study).

En esta investigación participan países de los cinco continentes: Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Holanda, Noruega, Portugal, Eslovenia, España, Suecia y Suiza, del continente europeo; Canadá (British Columbia), Estados Unidos y Venezuela, del continente americano; Filipinas, Tailandia, Hong-Kong y Singapur, del continente asiático; Nigeria, Trinidad y Tobago, Botswana y Zimbawe, del continente africano; y Nueva Zelanda, de Oceanía.

A esta preocupación mundial se une la presente tesis "Un modelo motivacional para el uso de conceptos literarios por las audiencias infantiles", en la búsqueda de soluciones al empobrecimiento de la cultura estética de la educación

infantil.

El objetivo de esta investigación es fomentar el desarrollo de la lectura, proporcionando con ello un apoyo a la enseñanza a nivel nacional, regional, autonómico, institucional, familiar e implicar a todos en la mejora del proceso educativo para que los niños, futuros hombres del mañana, aprendan a crear libremente, a enriquecerse, y al hacerlo, a enriquecer a la sociedad.

Se busca fomentar la educación estética al potenciar la creatividad infantil, teniendo en cuenta la realidad físico-psicológica y socio-cultural de los niños.

0.3 HIPOTESIS QUE DEFINE EL PUNTO DE PARTIDA

El avance tecnológico ha creado un desequilibrio socioespiritual en el niño que le obliga a seguir un modelo impersonal, uniforme y al mismo tiempo, propio de otras culturas.

Es preciso liberarle de estos modelos impuestos desde fuera, permitiéndole observar la realidad que le circunda para, luego, animarle a expresarla libremente y hacerla suya.

El niño no es un espectador de la sociedad. Es un individuo que debe participar en el desarrollo de la misma. Pero para esto, necesita conocer la realidad en la que vive, el ayer, el ahora para a través de ese conocimiento del pasado y del presente, integrarse en la sociedad, participar en el desarrollo de la cultura y, mediante el ejercicio de su derecho a la libertad de expresión, poder afrontar el futuro. Para que crezca es preciso que asimile el pasado. Por eso se incide en la figura del abuelo, personaje nuclear en la estructura del programa ¡Cuéntamelo tú!, propuesta alternativa al modelo de programación infantil para audiencias pasivas. El abuelo representa el ayer del niño, el lugar anímico en el que puede encontrar sus raíces.

La educación no implica sólamente el conocimiento de la tecnología, de la ciencia. Es imprescindible que los niños

sepan aprovechar bien su tiempo libre para enriquecerse ellos mismos y a la sociedad.

Por lo tanto, partimos de la siguiente hipótesis:

Sólo con el fomento de la imaginación y de la fantasía que proporciona la lectura a edades tempranas, se conseguirá la necesaria e imperiosa réplica a la avalancha de agresividad, violencia y deshumanización que sufren los niños finiseculares en la etapa más influenciable y desprotegida de su educación y desarrollo. Sólo a través de una razonada y lúdica propuesta cultural desde la lectura en televisión se conseguirá la meta de enseñar entreteniendo y entretener enseñando a los hombres de paz del mañana.

0.4 SINTESIS DE LA TESIS

Es de todos aceptado que habría que transformar la televisión en un medio con el que se pudiera conversar y, a través del cual, fuera posible la verdadera comunicación interactiva. Esto podría conseguirse:

1. Incrementando la participación social mediante la producción de programas que ayuden a pensar, a expresarse, a utilizar la información para luego adaptarla a los conocimientos adquiridos.

2. Estudiando programas que no conduzcan al conformismo, ni a la agresividad, a la violencia, al despotismo, ni perjudiquen al desarrollo emocional del niño, llevándolo al aislamiento. Y que, por el contrario, contribuyan a acrecentar el rendimiento escolar, la creatividad, la libertad, el respeto, la integración, la tolerancia, la dignidad.

Los niños son individuos inteligentes que están desarrollándose psicológica y socialmente.

Si la función principal de la televisión es el entretenimiento, habría que aprovechar el interés de los niños por la "caja tonta" y sus horas de "entrega" a la misma, para llevarles a un mundo regido por la actividad y la reflexión y que les estimule a la lectura.

Los programas deben ser diseñados teniendo en cuenta la edad física y mental del público al que están dirigidos, buscando el desarrollo y enriquecimiento de la imaginación, el sentido crítico, la sensibilidad.

Determinados programas que se han dado en nuestro país, como Barrio Sésamo o la Cometa Blanca buscaron no sólo el entretenimiento, sino la educación infantil. Maestros, pedagogos, psicólogos, sociólogos, etc., intervinieron en su adaptación al público al que fueron destinados: a la audiencia infantil.

Este trabajo de investigación y la propuesta de programación infantil alternativa que nace a tal efecto, cuentan con una orientación clara: por y para los niños. Sin embargo no hay voluntad de hacer la competencia a la escuela desde los medios audiovisuales, sino la muy distinta intención de colaborar en el éxito de su empresa. La escuela debe participar enseñando a los niños el funcionamiento y la estructura de los medios de comunicación (en especial de la televisión), para que los niños no sean dominados por ellos, sino que aprendan a utilizarlos. Y a la inversa: a tales edades el apoyo audiovisual de la televisión se debe necesariamente -como servicio público que es- a la formación integral de su audiencia infantil.

Una enseñanza humana no puede basarse sólo en la técnica, aislándose de las humanidades. Debe facilitar a la parte de

la sociedad a la que se dirige la adquisición de hábitos intelectuales, conocimientos científicos, técnicos, humanísticos, históricos, estéticos.

El hombre de hoy y el del futuro si no lo evitamos, tiende a valorar los hechos, lo inmediato; a ser consumista; ansia el poder; apela a los derechos para que los demás reconozcan sus obligaciones; reclama la libertad, pero la confunde con el libre albedrío; ejerce la autoridad, olvidándose de la responsabilidad; espera ser valorado por los otros, pero no por sus cualidades humanas, sino por sus bienes. Y todo esto le hace sentirse inseguro y, por ello, se refugia en el ocio, el entretenimiento, la despreocupación. Pero esa huída le aisla y poco a poco le va destruyendo.

Para evitar que ésto les ocurra a los niños, es preciso ayudarles a desarrollar su capacidad de aprendizaje y la de manifestarse creativamente a través del arte, la literatura, etc.

Es labor del adulto impulsar la capacidad de imaginación estética del niño para que pueda llegar con la imaginación a aquello que los sentidos no le permiten ver, percibir lo *inexpresable y sobre todo expresar sus sentimientos.*

En definitiva, para establecer de forma indubitable la viabilidad de nuestra propuesta alternativa a la programación infantil -programa ¡Cuéntamelo tú!-, se han desarrollado los siguientes trabajos:

1. Estudio global del medio TV.
2. Estudio global de la audiencia infantil en tanto que grupo de edad con características muy marcadas.
3. Examen pormenorizado de la influencia de la televisión en los niños.
4. Análisis de contenido de la programación infantil actual tanto nacional como extranjera.
   4.1. Programación genérica.
   4.1. Dibujos animados.
5. Estudio valorativo de dicha programación.
6. Trabajo de Campo: Mesa redonda con el Grupo de Trabajo del Psiquiátrico Alcobendas.
7. Entrevistas personales con especialistas en la infancia (psicologos, pedagogos, puericultores, médicos de salud).
8. Estudio de bibliografía al respecto (ver bibliografía).
9. Estudio de tesis anteriores (ver bibliografía).
10. Estudio de trabajos monográficos de distintas organizaciones a nivel mundial (ver bibliografía).
11. Estudios de investigaciones realizadas en distintos paises (ver bibliografía).
12. Elaboración de la propuesta de programación infantil alternativa.
    12.1. Estructuración del programa ¡Cuéntamelo tú!

12.2. Redacción de cuento, poemas, obra de teatro, guiñol y textos de continuidad.

12.3. Diorama.

12.4. Diseño de la mascota.

12.5. Animación de la mascota.

12.5. Diseño figurines para teatro.

12.6. Elaboración del atrezzo teatral.

12.7. Elaboración de los títeres.

12.8. Puesta en escena.

12.9. Maqueta del programa en vídeo (ver material adjunto).

12.10. Cabecera del programa en infografía.

13. Dictamen de especialistas.

14. Conclusiones.

0.5 METODOLOGIA EMPLEADA PARA EL ANALISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido ha tenido como objetivo estudiar los programas de televisión infantil para ver en cuántos de ellos se animaba al niño a la lectura, a la expresión oral, escrita, creativa, en general y cuántos eran de entretenimiento o simplemente de dibujos animados.

Al mismo tiempo se han investigado otros problemas sociales que, si bien no pueden exponerse en esta tesis, están ahí, y han quedado reflejados en las fichas adjuntas del anexo, para más adelante hacerlas frente con otras miras.

Ha habido que cerrar el estudio por un punto vital que no implicara divagaciones, todas ellas interesantes, pero interminables.

Ha servido para obtener una visión de conjunto y para establecer posibles tendencias, que se podrán demostrar más adelante mediante una metodología más específica.

En un acercamiento al tema en tres fases: exposición del problema, estudio del mismo, presentación de posibles soluciones a nivel teórico, se ha llevado a cabo una aportación que se ha podido testar a nivel práctico mediante trabajos de grupo con especialistas en la infancia, entrevistas personales, y puesta en escena del programa ¡Cuéntamelo tú! en el Colegio de las RRMM Irlandesas situado

en el Soto de la Moraleja en Madrid, ante la presencia de profesores, tutores, directora, psicólogos y, cómo no, con la asistencia de más de mil niños, a los cuales agradecemos desde aquí su clamorosa aceptación y acogida, testimonio humanísimo de la buena orientación de nuestra propuesta: permítasenos considerarles los únicos expertos fiables.

En suma, la aportación ha consistido en la creación de un modelo de programa ideal en el que se incluyen todas y cada una de las soluciones que se ofrecen a las hipótesis bajo las cuales el trabajo de investigación ha comenzado.

El interés que este tema ha suscitado y sigue suscitando, ha conducido al doctorando a sumergirse durante muchos años de su vida en las profundas aguas que conformaban la situación que precedía a su investigación, contando para que esto fuera posible, durante los últimos dos años, con una Beca de Investigación de la Universidad Complutense de Madrid.

I. ESTUDIO GLOBAL DEL MEDIO TV.

I.1. INTRODUCCION.

La televisión no es para todos lo mismo. Para unos es un ladrón de tiempo libre, servicio de propaganda, reproductora de ideologías, para otros, baby-sitter, quitapesares, compañera de soledad, creadora de fantasía, todas estas funciones y muchas más ejerce la televisión en adultos y niños.

Pero la televisión, como la radio y la prensa, no se limita a enviar mensajes que son recibidas por pasivos seres humanos, como muchos investigadores aseguran. Los receptores participan o al menos deberían participar en los efectos de los medios sobre ellos.

La televisión nos permite ver lo que ocurre en la distancia, acercando a nuestros hogares imágenes de lo desconocido, que irrumpen en la monotonía de nuestras vidas, trayendo a nuestros ambientes enrarecidos aires más frescos, aparentemente verdaderas. Aunque las más de las veces sólo nos ofrece lo que los dirigentes creen que nos conviene ver.

Porque en la televisión con su alta y costosa tecnología

confluyen todo tipo de intereses.

El televidente o radioyente, niño o adulto, recibe el mensaje en un orden y a una velocidad determinados, sin que se tenga en cuenta la capacidad de comprensión del receptor. En algunos casos y para captar su atención se comienza por el punto álgido, se desarrolla y se vuelve al principio para terminar. Así la información no se da de forma piramidal, sino circular. No existe la posibilidad de una segunda "lectura", si exceptuamos la grabación por vídeo.

Por el contrario, el lector busca el lugar y el momento idóneo para su lectura. Puede volver atrás, leer y releer hasta que ha comprendido bien el mensaje.

El poder de la televisión es incalculable. Un estudio realizado en 1984 por la Roper Organization afirma que el 64 por ciento del público encuestado se informaba por la televisión, el 40 por ciento por la prensa y muchos menos por la radio o las revistas.

La televisión juega un papel importante en dar significado ideológico a determinados eventos.

Los programas para la audiencia infantil, nuestro asunto de estudio, son presentados de diferentes modos, todos ellos fruto de análisis y estudios profundos. Nada se hace porque sí, todo se hace pensando en el receptor, la audiencia.

La mayoría de las historias que se presentan tratan de luchas, choques de vehículos, rápida sucesión de imágenes,

luchas, opresiones, discriminaciones, o crisis familiares.

I.2. EJEMPLOS CONCRETOS DE ESPACIOS TELEVISIVOS: TELENOVELAS Y DIBUJOS ANIMADOS.

En sus principios las telenovelas estaban dedicadas a las amas de casa entre los 18 y los 50 años. Pero el éxito ha sido tal que, sumando éste a las facilidades que brinda el vídeo de poder grabar los episodios para ser vistos posteriormente, la dependencia se ha extendido a toda la familia.

Hay muchas razones para verlos. La persona fría es capaz de expresar sus emociones; el tímido aprende a realizar sus deseos, el torpe busca en ellos aprendizaje. En cualquier caso, como los episodios se cierran en los momentos de más tensión, con interrogantes acerca del siguiente capítulo, el que lleva una vida monótona y aburrida escapa de la rutina.

Puede suceder de todo, como en la vida. El que más y el que menos se identifican con el éxito o fracaso, felicidad o sufrimiento de los protagonistas.

Implícita o explícitamente nos imponen cómo vestirnos, cómo actuar ante determinados problemas de la vida, cómo

salvar un matrimonio que se hunde, de qué forma poder disfrutar de un romance, o ayudar a nuestros hijos cuando se les presentan circunstancias difíciles.

Llega un momento en que no sólo se ven las telenovelas, se vive con ellas, se sufre con las peleas y disfruta con las aventuras amorosas: la intriga ajena se hace propia. Se busca en ellas, en suma, lo que a cada uno le falta en la vida real.

Y esto les ocurre también a los niños con los dibujos animados. El niño débil se identifica con el héroe, ama a la bella heroína, disfruta del éxito tras las peleas, deja de pensar en las dificultades por las que atraviesa su familia, y sobre todo, encuentra en ellos un medio de socialización, porque, al día siguiente a la emisión podrá hablar con sus amigos de lo ocurrido en el último episodio. Y si éste lo dan a horas en que los compañeros de clase están acostados, mejor que mejor, pues todos le preguntarán y él podrá ser envidiado por la libertad que tiene en su casa, por ser tratado como un hombre. Por una vez podrá ser el protagonista.

Por el contrario si no ve lo que los otros ven, su juicio no se tendrá en cuenta al hablar con los compañeros de clase, de grupo, del dibujo de moda, de la última hazaña del superhéroe. Y así, este niño "no informado" será, si no rechazado, sí, al menos, ignorado.

I.3. LA AUDIENCIA

El punto más problemático de lo relacionado con el mundo de la televisión lo ocupa "la audiencia", la masa receptora a la que se dirige el mensaje a través de los medios de comunicación social. O como dice Maltese (1976):

> "Un organismo capaz, en condiciones apropiadas, de seleccionar entre aquellos estímulos físicos interpretables como "señales", atribuyéndolos a un emisor, sea éste fortuito o intencional, y, utilizándolos comos signos." (1)

Para Orive (1978) es:

> "El universo de personas en actitud expectante o de mera exposición a la acción ocasional o sistemática de la comunicación colectiva, integrado por campos concretos de individuos que dentro de las coordenadas espacio-temporales se entremezclan en función a la afinidad, identificación u oposición a determinado instrumento o conjunto de instrumentos de comunicación colectiva por razones personales o sociales, pero

de forma unas veces fija y otras variable, según las coyunturas atravesadas por las organizaciones del sistema de comunicación" (2).

En íntima relación con la audiencia y el índice de audiencia encontramos la calidad de los programas. Y esto no debería ser así, al menos en lo referente a la televisión pública. (3)

Según un estudio de Ipsos Media, coordinado por el Centro de Investigación y Compra de Medios (CICM), la mayoría de los españoles, como de los europeos (siete de cada diez de los encuestados), considera la televisión el medio de comunicación más influyente, y teniendo en cuenta los canales, TVE-1 es considerada por el 61 % de los encuestados como el principal medio de influencia. (4)

La empresa Media Planning (5) ha realizado un estudio de 1991, apoyándose en datos de ECOTEL que demuestra que -exceptuando el País Vasco-, en invierno y otoño la televisión es el primer instrumento de ocio para los españoles, llegando la cifra de audiencia mensual media a 5'6 millones de individuos mayores de 10 años/día (6). (El máximo de 6'3 se alcanzó en diciembre y febrero, pero esta última cifra tuvo relación con la Guerra del Golfo). (7).

I.3.1. COLLET RESEARCH

El estudio Collet (8) estuvo basado en 400 horas de material de vídeo instalado en determinados hogares, previamente seleccionados. Se recopilaron las respuestas de unas cien familias y el material contenía 1960 anuncios y unos tres mil casos en los que había alguien presente durante la emisión.

El estudio Collet adoptó una aproximación realista. En lugar de pedir la opinión de los encuestados, como se venía haciendo hasta ese momento, se centró en las actitudes y reacciones espontáneas de los televidentes. En lugar de tomar notas o estudiar a la gente en condificaciones artificiales, grabó lo que la gente hace cuando ve la televisión en la intimidad y el confort de sus casas.

Esta fue la primera vez que se han utilizado cámaras de video para estudiar las respuestas que se dan a los anuncios en las casas y también la primera vez que se ha ido más allá de contabilizar personas.

Hasta que se realizó el estudio Collet, las estadísticas se obtenian preguntando a la gente, grabando en laboratorios los momentos en que se veían los anuncios y entrando en los hogares para tomar nota de lo que las familias hacían durante la emisión de los mismos.

encuestas para saber cuántos televidentes permanecen expuestos a los anuncios determinados días en determinadas circunstancias. Pero este estudio incluye una nueva dimensión de compra de tiempo. Además de mostrar con cuánta frecuencia la gente evita los anuncios cambiando el canal, apagando el aparato de televisión o marchándose de la habitación, muestra cuánta atención pone la gente a los anuncios y cómo la atención varía según determinados factores: día laborable, tipo de descanso, duranción del anuncio, posición del mismo y características demográficas de la audiencia.

La información acerca de cuánto tiempo el televidente está expuesto a los anuncios es esencial para realizar la compra de tiempo. Pero la utilidad de ésta es dudosa hasta tanto no se sepa si la gente que está sentada ante la pantalla de televisión está realmente viendo los anuncios.

I.3.2. EL NUEVO METODO PARA ESTUDIAR AUDIENCIAS

Este estudio de 100 folios y 40 diagramas brinda las siguientes ventajas: una nueva técnica para evaluar los anuncios basada en su coste relativo y la cantidad de atención que atraen, recomendaciones según los hallazgos

relacionadas con las ventajas de situar los anuncios en el descanso del intermedio o en el del final, advertencia acerca de la duración de los anuncios, días de la semana y horas del día y cómo llegar mejor al hombre, la mujer o los niños.

El estudio responde a preguntas nunca antes realizadas, ni contestadas. Va más allá del simple cálculo de posibles televidentes, llegando a precisar la atención prestada a los anuncios.

> "Concentrándose en las actitudes y opiniones de los televidentes y en sus comportamientos bajo condiciones artificiales, las otras investigaciones sobre anuncios de televisión no ven lo que ocurre en las casas durante los descansos de los anuncios."

Trata de las respuestas reales a los anuncios más que de la opinión de la gente o sus reacciones bajo circunstancias artificiales, como puede ser la de situar a la gente en laboratorios.

> "El estudio Collet demuestra que si la estrategia de compra de tiempo se basa en otras teorías se pierde mucho dinero al hacer lo que no debe hacerse, y promete aumentar la efectividad de las estrategias de compra."

Demuestra cómo se pueden instalar camaras dentro de los aparatos de televisión y cómo puede utilizarse el material obtenido para responder importantes temas acerca de la televisión.

> "Los movimientos de la gente dentro y fuera de la sala de la televisón durante el descanso, la cantidad de atención prestada a la pantalla y sus comentarios espontáneos acerca de los anuncios."

I.3.3. REPERCUSION DE LOS ANUNCIOS EN LAS VENTAS

La cantidad de dinero que se gasta en anuncios de televisión es increíble. No se sabe cómo funcionan los anuncios. Sabemos cómo los anuncios afectan las ventas, pero no sabemos quién está expuesto a qué anuncios, cuánto dura la exposición, cómo se responde a los anuncios y la influencia de esta respuesta en los hábitos de compra.

> "Nuestro conocimiento de anuncios de televisión es como esos modelos de cajas negras de los behaviouristas. Describe qué ponemos en el sistema y

qué obtenemos de él. Pero lo que
ocurre entre medias no lo sabemos,
debido a que utilizamos medios
inapropiados de investigación,
cuestionarios, discusiones de grupo
y simulaciones. Las prueba en laboratorios
no nos ayudan a descubrir cómo se
comportan durante los anuncios cuando
están en casa, si la permanece encendida,
si suena el teléfono, si el niño llora,
si el perro está enfermo y vomita."

En eso se basa el estudio para introducirse en las casas, grabar y analizar los movimientos.

I.3.4 LA C-BOX

Con ayuda del Independent Broadcasting Authority, construyeron la C-Box (una caja que contiene una cámara de televisión domestica. Cuando se enciende la televisión comienza a actuar grabando el área que está situada frente a la pantalla con el número del canal, la fecha, la hora del día y lo da la televisión en ese momento.También se graba el

sonido de la habitación.

La caja se instaló en veinte casas de Oxford y durante la semana que estuvo en cada casa diariamente la revisaba un técnico que cambiaba el video cassette.

I.3.5. ELECCION DE LA MUESTRA

Las casas fueron seleccionadas según clase social, debían tener dos adultos y al menos dos niños. Se recopilaron unas 350 horas de grabación.

> "Muestra cómo está organizada la vida de familia alrededor de la televisón y cómo la gente ve los programas. Da una visión de lo que ocurre en casas durante los descansos de los anuncios y las respuestas a los mismos."

La gente es capaz de comentar sus hábitos de ver televisión pero la cantidad de atención que ponen puede ser diferente del número de horas que parmanecen delante.

> "La disparidad entre lo dicho y la realidad grabada cambia totalmente. Si queremos saber cuánta televisión ve la gente, mejor no preguntarles."

I.3.6. EL PEOPLE-METER

En muchos países europeos el método diario se ha remplazado por el people-meter. Se pide a la gente que registren sus movimientos dentro y fuera de la habitación dando a un botón. Pero no se sabe si la medida del tiempo que pasan en la habitación tiene validez, ni la relación entre presencia y atención.

> "Se sabe si están en la habitación,
> qué canal conectan, pero no se sabe
> si están durmiendo, leyendo o haciendo
> el amor."

Los anuncios se interrumpen encendiendo y apagando el aparato, para salir de la habitación, y si se quedan pueden no estar mirando a la pantalla, buscan, en suma, sus comportamientos espontáneos durante los descanso: si se apagó el televisor durante el anuncio, si se cambió de canal, el número de gente presente, sexo, edad, si salieron o se quedaron, el tiempo que pasaron en la habitación, el tiempo que miraron cada anuncio, qué otras actividades realizaron, sus comentarios, etc.

Se pueden detectar diferentes actitudes: cambio de canal, moverse físicamente, actitud receptiva, ignorando lo que ocurre en la pantalla, dormidos, abandono de la habitación o

desconectar el aparato.

Con este estudio se ha confirmado la falta de relación entre presencia y atención a la programación.

I.4. LA TELEVISION Y SU IMPACTO

La televisión es el medio de comunicación de mayor efecto psicológico -que irá en aumento constante- y que más rápidamente se ha extendido.

En EEUU el 96% de los hogares tiene uno o varios aparatos de televisión.

Los niños pequeños emplean unas 3.000 horas en ver programas de televisión antes de asistir al primer año de educación básica (9).

A los 4 años los niños ven un promedio de 2,5 a 4 horas diarias de televisión. El número de horas disminuye en la adolescencia y aumenta de nuevo en la edad adulta (10).

No están totalmente de acuerdo en este punto Stein y Friedich, quienes en su obra "Television content and young children's behaviour" dicen que el número total declina en este periodo, pero aumenta la preferencia de los varones por programas violentos. Si el nivel socioeconómico es más bajo, ven más programas violentos que los que pertenecen a niveles más bajos (11).

Los padres ponen pocas restricciones a los hijos en edad preescolar en la selección de sus programas. Este control en la mayor de los casos casi inexistente, se va perdiendo en el periodo escolar y casi no existe en la adolescencia.

I.4.1. IMPACTO SOCIOLOGICO DE LA TELEVISION

La televisión por su poder educativo se ha transformado en el tercer agente socializador del niño, papel que desde hacía 10.000 años ejercían los padres y los maestros, cara a cara o por interacciones directas con otras personas, hasta hace unos 300 años en que la escuela asumió ese papel.

Con la revolución industrial el hombre empieza a preocuparse por las condiciones culturales en las que se forman los miembros de su sociedad y hacen que sus hijos imiten sus costumbres, haciendo de ellas verdaderos modelos familiares.

Entre la dos Guerras mundiales, se impuso la imitación de conductas, que eran transmitidas por las familias, instituciones religiosas y asociaciones a las siguientes generaciones que también debían transmitirlas a sus descendientes.

Hoy los medios de comunicación de masas imponen un nuevo método de aprendizaje hábilmente diseñado con el que moldean conductas, personalidades, conciencias, sin tener en cuenta las diferencias individuales de cada niño.

No puede ignorarse lo que comúnmente se llama aprendizaje observacional. Se sabe que el niño es capaz de imitar patrones de conducta, que ha aprendido y almacenado, aunque no lleva a la práctica hasta que se le presentan determinadas circunstancias.

Los héroes que presenta la televisión a los niños como personajes a imitar ridiculizan a veces valores que parecían ser inalterables, indiscutibles, abusan de los débiles, humillándoles, exaltando la fuerza, la prepotencia.

Esto unido a la disminución de la influencia de los padres, familias y maestros en el proceso de socialización del niño papel que ha sido reemplazado por el grupo de iguales y la televisión hace que los niños no sepan a qué atenerse en cuanto a su comportamiento social (12).

I.4.2. PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

El término comunicación señala un campo semántico de muchas significaciones.

El universo es un proceso de comunicacioness en el que está en interacción todo aquello que lo forma y los cambios y las innovaciones que sufre con el paso de los años.

> "El universo es un proceso de
> comunicación, innovación y cambio:
> un proceso evolutivo" (13).

Ha habido un cambio evolutivo cosmológico, biológico y cultural. Y como resultado, la información de la que dispone el hombre gracias al lenguaje, la escritura, la cultura, la enseñanza, la cultura, las nuevas tecnologías han puesto a su alcance se ha desarrollado, y ha hecho que sea casi ilimitada la capacidad de comunicación humana.

Al hombre no le basta con ejecutar el acto comunicativo, trata de intervenir en él para garantizar la transmisión correcta de la comunicación.

El objeto de la psicología es la conducta. Y la conducta comunicativa es la respuesta a una estimulación. Cada hombre responde a una determinada situación que él percibe y tal y como la percibe. Dependiendo de la información objetiva que le llega, de cómo la capta, la elabora y procesa la información que le llega, según su predisposición, sus proyectos, pretensiones, prevenciones, propósitos,

previsiones, prejuicios, cosas previas, connotaciones afectivas y valorativas, que le hacen captar y procesar la información de una determinada manera; tendrá una actitud, que condicionará junto con la información que le llega el que perciba la situación de una u otra manera. Añadirá una serie de connotaciones afectivas y valorativas.

Respondemos según percibimos y percibimos según nuestras actitudes. Y así la organización objetiva se articula en forma de situación para uno.

Y una vez que percibimos, actuamos. La respuesta depende de otras cosas: de lo que el recptor puede hacer, de sus capacidades, de sus dotes, de sus experiencias y aprendizajes previos, de sus intereses, de sus motivacioens, todo ello condicionado por las actitudes.

Para entender la conducta es preciso examinar las actitudes.

El hombre tiene dos actitudes básicas: de apertura (dispuesto a enfrentarse con las situaciones) y de clausura (no dispuesto a enfrentarse). Estas actitudes se fundan en la experiencia, que hace que vaya creando sentimientos, afectos, etc.

Los sentimientos básicos pueden ser respecto a sí mismo: eupatía y cacopatía; con respecto a los demás: simpatía (el mundo que le rodea es positivo) o dispatía (el mundo que le rodea es negativo); o de sí mismo ante los otros: de autonomía (responsable) o heteronomía (dominado y dependiente de los demás; con relación a las situaciones: de anástasis

(ilusionado, con ganas de luchar) o catástasis (desilusionado sin fuerzas para seguir luchando).

Si uno cree que vale y los demás también, se dan actitudes abiertas. El sujeto se enfrenta con la situación y percibe las dificultades, si las hay, como problemas e intenta resolverlas, poniendo en funcionamiento sus dotes y se va autoconociendo a través de la acción, se descubre y ofrece a los otros, abriendo posibilidades de intercomunicación.

Pero existen como hemos dicho actitudes cerradas. Las dificultades no son problemas que hay que solucionar, sino amenazas de las que hay que defenderse. El sujeto bloquea sus capacidades y funciones, altera el aprendizaje, se enmascara con caretas, pone barreras, hasta llegar a desconocerse a sí mismo y ocultarse a los demás, dificultando o impidiendo el proceso de intercomunicación.

Debemos tratar de acrecentar las actitudes abiertas, porque la intercomunicación se basa en que cada uno confíe en sí mismo y en los otros.

En la comunicación humana el emisor concibe un mensaje, lo codifica mediante un código, lo transmite por un medio y lo envía al receptor, que lo percibe según sus actitudes, lo decodifica según sus códigos, y lo comprende bien o mal.

Cuando existe la posibilidad de un proceso de intercomunicación, de feed-back, se puede corregir las equivocaciones hasta que el contenido y la significación coincidan con lo recibido y la comunicación sea eficaz.

Pero no es fácil. El medio utilizado puede ofrecer grandes dificultades a la comunicación: el ruido puede perturbar el mensaje, llegando a impedir su recepción tal y como espera el emisor. Sin embargo, también deben tenerse en cuenta otros factores no menos importantes.

I.4.3. ETICA DE LA COMUNICACION SOCIAL

El valor moral de la comunicación depende de su contenido, del motivo que la determina, del modo de expresión que utiliza, de las circunstancias y de los receptores.

El hombre es esencialmente social. Tiende a relacionarse con los demás buscando su perfeccionamiento y el bien de todos a través de la verdad y de la comunicación interpersonal, ejerciendo de forma directa su derecho a realizarse como ser humano sociable por medio del diálogo persona a persona y utilizando los instrumentos que mediatizan dicha relación.

Para que haya verdadera comunicación (una comunicación sin libertad no es comunicación) la interacción debe hacerse en condiciones de libertad entre los interlocutores. El artículo 20 de la Constitución protege la libertad de expresión.

El precio de la tecnología para crear, ordenar y difundir la información hace que las fuentes de información se encuentren concentradas en manos de pocos.

> "Más de tres cuartas partes de la población mundial ni informa, ni se informa, sino que es informada desde el exterior, incluso de sus propios asuntos, por otros" (14).

La imagen técnica reproduce las cosas y no la imagen mental que provocan en el observador. Hace pensar al receptor que lo que ve es una reproducción de lo real, cuando no es más que una interpretación.

Las imágenes encierran una energía comunicativa que no siempre corresponde a la realidad.

Los medios de comunicación masifican a los receptores, les despersonalizan, les proponen conductas determinadas y les incapacitan para la crítica. Hay quienes no están conformes con esta aseveración.

El receptor debe estar capacitado para reducir lo masivo a lo personal, para interpretar y valorar las comunicaciones sociales, pero no todos lo están.

La comunicación de masas es unidireccional. El "feed-back" se utiliza para conocer los gustos del público y darles lo que quieren, y para detectar la eficacia de las comunicaciones.

El usuario que ejerce el derecho de réplica, ya no es un simple receptor de la información que le ofrece el que tiene el poder de los medios, el que los controla.

Al receptor como al comunicador debe conocer los medios para que éstos se conviertan en vías de comunicación y diálogo. Tiene que impedir la masificación (mediante la propia formación y la crítica).

> "Ejercer el derecho a participar en la comunicación (rompiendo la unidireccionalidad habitual de los medios)" (15)

I.4.4. UNIDIRECCIONALIDAD DE LA TELEVISION

La televisión actúa en un sentido. Su función es transmitir informaciones o ideas desde un grupo pequeño de individuos hacia la gran masa.

No existe en la televisión una sección abierta para que el público exprese sus ideas o sus quejas.

En Noruega se creó un prograga llamado "Banco de ideas" basado en las sugerencias del público televidente. La gran masa logró su participación. Y consiguieron no someterse al gobierno de una élite que no se preocupaba por sus intereses.

Porque los que toman decisiones que nos afectan a todos no son sólo los que están a cargo de los gobiernos, controlados por la democracia, sino los grandes consorcios, industrias privadas, porque sus decisiones no son democráticas.

La televisión puede incrementar la participación social. haciendo que la comunidad participe directamente en la producción de programas, y con ello en los asuntos públicos para ir transformando al telespectador en actor.

Puede ser un instrumento con el que podríamos aprender a conversar y a comunicarnos entre nosotros. Podría ser un verdadero medio de comunicación de masas.

La televisión presenta imagenes visuales en acción junto a mensajes auditivos. Tiende a dar menos importancia a las razones que a los eventos, dándose una concentración en la

acción más que en el pensamiento.

A mayor educación del televidente, más medios de comunicación utiliza para incrementar su información y adaptarla a su conocimiento previo. Respecto a la edad del telespectador: a mayor edad, el impacto es menor.

La gente que tiene el televisor encendido en forma permanente, tiende a poner menos atención en los programas que los que encienden el receptor para ver un programa determinado y luego lo apagan. (16)

La revolución de las comunicaciones que comenzó con la radio y alcanzó su máxima expresión con la televisión ha llegado a producir un exceso de información.

La sobrecarga de imágenes produce un adormecimiento de la conciencia. que hace que el receptor no pueda procesar más informacion y tienda a marginarse pasivamente, sin comprometerse (17). La televisión nos enseña el mundo sin motivarnos para que lo comprendamos y cambiemos.

Los medios de comunicación deberían enseñar y ayudar a que los distintos sectores de la sociedad se comunicaran y comprendieran, sirviendo de vehículo de participación.

Los medios deberían intentar democratizarse, permitiendo que los miembros integrantes de la sociedad se pudieran comunicar entre sí y con sus gobernantes, proporcionando acceso a los telespectadores de modo qu elos medios llegaran a convertirse en vías de doble tránsito.

Es pues evidente que la televisión es capaz de influir en el comportamiento humano, especialmente en el infantil, tanto en sentido positivo como negativo, influyendo en la salud mental y cultural de la población.

Por eso, tanto padres de familia como educadores, psicólogos, sociólogos están preocupados por la cantidad de tiempo que los niños y los jóvenes dedican a ver televisión, ya no un medio de comunicación de masas sino la más retorcida metáfora de pesebre ante el que la juventud pierde el empuje, energía, entusiasmo y curiosidad inherentes al lugar que deberían ocupar en sociedad. Su silencio frente a la pantalla es la definitiva claudicación de los valores que ya se había encargado de sabotear la misma sociedad de consumo.

I.5. NUEVAS TECNOLOGIAS

I.5.1. INTRODUCCION A LAS NUEVAS TECNOLOGIAS

El mundo actual se encuentra dentro de un proceso de cambio al que el hombre difícilmente puede adaptarse.

Implícita en la condición humana está la necesidad de

comunicarse. En un principio la comunicación se hacía por medio del lenguaje o utilizando señales u objetos cuyo significado habían acordado previamente.

Con la escritura sólo el que podía leer y escribir tenía acceso al saber. Y eran muy pocos los elegidos.

A fines del siglo XVIII, con la Revolución Industrial, el hombre dio con nuevas fuentes de energía y dejó el campo para irse a la ciudad. Y nació la prensa. La información puede ser leída.

El telégrafo y el teléfono permitieron la transmisión instantánea de mensajes a distancia enviando señales electromagnéticas a través de canales especiales. Las telecomunicaciones hicieron posible la comunicación a distancia e inmediata persona a persona, rompiendo las barreras del espacio y el tiempo.

Aparece el primer medio de comunicación de masas: la radio. Un mismo mensaje puede ser recibido por muchos receptores.

La primera emisora europea fue la BBC de Londres y la segunda, Radio París. En 1904 se llevaron a cabo en España los primeros ensayos de Radiotelegrafía. El servicio radiotelegráfico se implantó mediante la Ley del 16 de octubre de 1907 como monopolio adscrito al Ministerio de Comunicaciones. Aunque ya comenzaron a funcionar distintas estaciones como las de Chamartín y Barcelona, la inauguración

de la Radiodifusión en España tuvo lugar en 1920 en la Exposición Universal de Valencia.

Y un nuevo medio, éste de comunicación social, ve la luz: la televisión hertziana, que utiliza señal analógica, como el teléfono y se extiende de forma muy rápida.

Todos se sienten atraídos por ella, adultos, niños, pobres, ricos, sin que importen las diferencias culturales, económicas, sociales, pues para acceder a sus imágenes y sonidos, sólo hay que comprar el aparato de televisión y enchufarlo.

En pocos años la comunicación ha pasado de personal a individualizada.

El hombre, sin salir de su casa se encuentra en el centro del universo.

Pero nuevos cambios tecnológicos esperan al hombre. Una vez creado el chip nace la informática. Y los ordenadores, el arma más poderosa del siglo XX nos invade. La información es tratada, transformada por los ordenadores, que en un principio (años cincuenta) eran muy grandes, caros, delicados y de difícil manejo, por lo que se precisaban expertos para manejarlos. Pero en diez años, con la microelectrónica, todo se hace más fácil.

En 1977 con el microordenador personal la informática entra en las casas. Cualquiera puede utilizarlo.

Pero ya no basta con eso, se busca una inteligencia

artificial, casi humana. Y es el comienzo de las nuevas tecnologías: digitilización, láser, fibras ópticas, que aumentan la cantidad y la velocidad de información transmisible por unidad de tiempo y mejoran la calidad de la señal recibida.

Los satélites de televisión directa abren las fronteras a las televisiones vecinas.

La televisión por cable anuncia el nacimiento de otras fuentes de emisión.

Unas tecnologías llevan a otras o se fusionan entre sí. Las telecomunicaciones, los ordenadores, su fusión, la fusión posterior con los medios audiovisuales, y surge la mediática.

La electrónica digitalizó mensajes icónicos y sonoros. SE descompone la señal analógica vídeo o audio se descompone en códigos numéricos en ordenadores y se convierte en imagen y sonido, cuando se recibe la señal electromagnética.

De la unión telecomunicación e informática surgió la telemática: un sistema de almacenar, recuperar y transmitir información, que brinda posibilidades diferentes a las de las cada una de ellas.

En los 60 los ordenadores se conectaron entre sí y dieron paso a la teleinformática: bases de datos y redes de ordenadores interconectadas, cuya información puede ser obtenida en breves minutos.

Y así nos encontramos en la aldea global de Mc Luhan, ante

una planetarización de la cultura, ante el paso de la era de la información a la era de las comunicaciones, prometedora a corto plazo de cambios insospechados.

La densidad de almacenamiento de los procedimientos ópticos, 10.000 bits por milímetro cuadrado, es treinta veces mayor a la de los soportes magnéticos. Pueden almacenar cualquier tipo de información, textos, audio, vídeo, archivos. La lectura se efectúa a través de láser y no se desgasta el soporte con lo que la perdurabilidad es mucho mayor (puede durar más de cien años y el disco matriz 10.000).

El sistema de memorias OD-ROM surgió al final de los 60. Aunque con diferente sistema de almacenamiento, las actuales memorias ópticas siguen empleando su tecnología.

En 1978 se comercializó el LaserVisión como soporte de vídeo y de audio que, por sus características (perdurabilidad, acceso y pausa perfecta) resulta ideal para video interactivo).

El Compact Disc Digital Audio, que registra el sonido en forma binaria, permite eliminar distorsiones y ruidos después de la grabación. Dio origen al CD-ROM (COMPACAT DISC READ ONLY MEMORY) con las ventajas de videodisco y compact, pero que funciona como memoria auxiliar de ordenador, como disco magnético, flexible o duro y tiene más capacidad que los otros con mayor nivel de corrección de errores. Al

incorporarse gráficos y sonidos se obtiene el CD-ROM Multimedia que permite la edición de bancos de imágenes digitalizadas asociadas a datos binarios (texto, sonido, programas de búsqueda).

El CD-ROM Extended Architecture (CD-ROMXA) incorpora gráficos y sonido simultáneo definidos para el formato CD-I (Compact Disc Interactive) y es compatible con MS-DOS y CD-RTOS

El LV-ROM (LaserVisión-ROM), una mezcla sonido e imagen de de LaserVisión y datos digitales del CD-ROM, por lo que se pueden insertar informaciones en la imagen.

El CD-V (COMPACT DISC VIDEO) es analógico y digital. La información ser recibe por un láser lector (ICD-V, Interactive Compact Disc Video) en la pantalla de televisión, y el audio a través de un equipo de música. No es interactivo.

El CD-I (COMPACT DISC INTERACTIVE) presentado en 1990, es un Compact Disc es lo mejor en cuanto a almacenamiento y recuperación interactiva de toda clase de información digital (texto, programas, datos, gráficos, video) en un solo disco; un multimedia compatible con cualquier sistema CD-I de cualquier rincón del mundo.

El CD-I puede visualizar imágenes de calidad fotográfica, y gráficos de alta calidad, normales de ordenador o de animación. Permite lograr animaciones en tiempo real del tipo

de los dibujos animados (reduciendo a un cuarenta por ciento la superficie de pantalla en la que se representa), o volcar tres imágenes de calidad y resolución televisivas normales cada dos segundos, escuchando un texto en AM.

El CD-IV (Compact Disc Interactive Vídeo) se obtiene mezclando la información digital del CD-I con el video analógico del Laservisión o del CD-V.

Nos encontramos sumidos en un mundo en el que todo es posible, sobreimpresión, cortinas fundidas entre imágenes, ventanas, scroll, tratamiento independiente de una parte de la pantalla, animación por cambio de colores, sustitución de color de fondo por imágenes de video externo, mosaicos, imágenes en planos distintos, interactividad.

El CD-I permite conectar con los televisores domésticos para que los usuarios puedan codificar ellos mismos la información.

El DVI (DIGITAL VIDEO INTERACTIVE), la competencia del CD-I, digitaliza una imagen NTSC y la almacena mediante chips especiales. Con él se consigue por primera vez animación digital en tiempo real

I.5.2. TELEMATICA Y TELEINFORMATICA

De la convergencia de ordenadores y telecomunicación nace un nuevo medio, la telemática, que, siendo diferente de las dos tecnologías anteriores, da lugar a otros sistemas de almacenar, recuperar y transmitir información, sirviéndose de enlaces telefónicos, de televisión, de ordenadores.

En los años 60 los ordenadores se conectan entre sí y empiezan a usarse en tiempo compartido: surge la teleinformática y al poco, las bases de redes de ordenadores interconectados.

Algunas organizaciones permiten que sus bases de datos sean utilizadas por el público y por otras organizaciones privadas o públicas. Las empresas y servicios estatales de telecomunicación crean redes públicas especiales y nacen los sistemas de información en línea.

El sistema es interactivo, instanténeo e individualizado.

Y la telemática integra le televisión y el teléfono y presenta el videotex: un sistema de información en línea en el que el terminal es el receptor de televisión y el enlace, el teléfono, que utiliza lenguajes y equipos sencillos, de bajo coste, transmite imágenes estáticas, y es un medio multifuncional de tráfico bidireccional al que se accede, como se ha dicho, mediante el televisor y el teléfono

con lo que la información y los servicios telemáticos están al alcance de todos. El videotex proporciona todo tipo de información, (diccionarios, enciclopedias, bibliografía, estadísticas, noticias, juegos, viajes, actos sociales, educación, cocina, y todo ello actualizado); comunicación (envío de mensajes a usuarios), transacciones (reservas en espectáculos, líneas aéreas, ferrocarriles, restaurantes, etc.), telemando y telecontrol (de calefacción o aire acondicionado, alarma, etc.), programa de ordenador para juegos, cálculos, etc. y publicidad y promoción de servicios y de productos.

Al tratarse de un monopolio hay que asegurar la libre circulación de información para que todos los ciudadanos tengan acceso a ella y que las diferentes empresas o instituciones puedan ofrecer sus informaciones a través de él.

Los proveedores de información son empresas que venden información y servicios y, también, agencias u organismos públicos y estatales que dan informaciones gratuitamente.
El usuario paga sólo la información.

I.5.3 EL VIDEO

Llegado el vídeo el hombre no sólo difunde, sino que almacena la voz y la imagen. El vídeo aporta nuevas posibilidades al registro audiovisual. Es un sistema de almacenaje, recuperación y difusión de imagen y sonido.

El vídeo no sólo permite grabar directamente las emisiones normales de televisión sino las que se realizan a través de satélite o cable.

Al fundirse con otras tecnologías el vídeo da origen a la videomática: tratamiento y/o registro y/o reproducción sincrónica y de forma electromagnética de imagenes y sonidos en un soporte.

El videodisco puede almacenar y difundir en un mismo soporte información textual, numérica, visual y sonora. Se pueda ver y escuchar en la televisión una grabación, parar, volver atrás, congelar la imagen, pasarla deprisa o despacio, ver una determinada secuencia y escucharla en alta fidelidad en estéreo con imagen y sonido de alta fidelidad.

I.5.4. EL TELETEXTO

El teletexto es un compendio de prensa, radio y televisión a los que incorpora otros elementos. En él se integran la escritura con tipos, tamaños, estilos y formas diferentes de letras y números, gráficos, diagramas, imágenes, colores, y densidad diferentes.

Es una nueva fuente de información que lleva a cambios sustanciales en todos los profesionales de la información: diseñadores gráficos, redactores, grafistas electrónicos, lingüistas, etc.

Es un servicio para todos que ofrece información especializada, que se ofrece actualizada al minuto.

El objetivo de la investigación que condujo al teletexto fue la búsqueda de un servicio para los sordos, ya que les permite, como a los que hablan otro idioma, comprender lo que dicen en televisión.

I.5.5. LA SUBTITULACION

La subtitulación se ha hecho casi imprescindible en la actualidad y lo será más cada día, ahora que la televisión transfronteriza no es un sueño.

Inmersos en la Europa sin fronteras, con acceso a infinidad de programas en otras lenguas, que la gran mayoría no conoce, se hace necesaria la subtitulación, que contribuirá a que la convivencia lingüística en países o comunidades en las que tienen dos o más idiomas esté basada en el respeto mutuo.

I.5.6. DISCOS Y MEMORIAS

OD-ROM, Laservisión, Compact-Disc de audio, CD-ROM, LV-ROM, Compact-Disc Video, Compact-Disc Interactivo, (preparado para almacenamiento y recuperación interactiva de toda clase de información digital en un solo disco, sea ésta texto, programas, datos, gráficos o vídeo), Digital Video Interactivo (almacena imágenes fijas digitalizadas y logra animación digital en tiempo real con una definición

intermedia entre la televisión normal y la de alta definición), memorias OD-ROM, WORM, las EDRAW, no circulares, cintas ópticas, nos encaminamos hacia un futuro impensable.

I.5.7. LA MICROELECTRONICA

Todos estos avances han sido posibles gracias a la impresionante progresión de los conocimientos en microelectrónica. La televisión supuso un medio y una tecnología distintos a lo existente hasta ese momento. Gracias a la microelectrónica hemos visto las posibilidades de la aplicación de la informática y las telecomunicaciones -tecnologías ya conocidas y utilizadas- capaces de crear un nuevo canal y soporte de información susceptible de incrementar la ya masiva audiencia con la que contaban los tradicionales medios de comunicación de masas. No en vano, la microelectrónica ha facilitado la transmisión digital no sólo de audio sino de textos, datos e imágenes. Junto a las redes telefónicas, aparecen las redes de trasmisión de datos y la técnica de conmutación de paquetes. Crece la velocidad de transmisión, la cantidad de contenidos y la fiabilidad.

El cable de cobre telefónico de tipo coaxial puede

transportar 10.000 conversaciones simultáneas. Pero tiene el inconveniente de que el precio de dicho material está en alza y es un recurso no renovable.

Las vitrofibras ópticas transportan información en fotones luminosos. Se transmite la señal mediante impulsos luminosos, generados por un láser, que pasan por una fibra de vidrio cuyo núcleo es de una milésima de milímetro. No sólo ocupa menos espacio que el de cobre sino que la materia prima del vidrio, el silicio, es muy abundante y barata. El cable óptico puede transportar vídeo, audio, textos y datos simultáneamente.

La transimisión de textos por vía electrónica se efectúa mediante los sistemas de teletexto, videotexto y cabletexto.

Con la escritura y la imprenta el hombre materializó la palabra, almacenó y difundió la información textual y numérica. Pero hasta mucho después no pudo difundir la imagen y el sonido. Lo audiovisual tiene menos de cien años.

Surge un sistema de almacenaje, recuperación y difusión de imagen y sonido: el video, que consiste en el tratamiento y/o registro y/o reproducción sincrónica de imágenes y sonidos en soporte de forma electromagnética.

La televisión por cable, que era la tecnología existente desde hacía más de veinte años se ve potenciada al ofrecer un tráfico de información bidireccional.

El vídeo ha aportado nuevas posibilidades al registro

audiovisual, antes limitado al cine. No sólo permite grabar directamente las emisiones convencionales sino las realizadas por satélite y las de cablevisión.

Al fundirse con otras tecnologías da origen a la videomática.

El videodisco ofrece una nueva dimensión, pues almacena y difunde en un mismo soporte información textual, numérica, visual y sonora. Se puede ver y escuchar en el televisor una película, parar, volver atrás, congelar la imagen, pasarla rápidamente, ralentizarla, ver la secuencia que se desea. Escuchar en alta fiedelidad en estéreo, con imagen y sonido de alta calidad.

El teléfono y la televisión son canales separados que van en paralelo. La televisión hertziana es audiovisual, pero unidireccional, sin retorno. El teléfono es bidireccional, sólo para audio. Al integrarse, nace el videotexto.

Al llegar la señal al aparato receptor, via antena o via cable, ésta es decodificada y transformada en textos legibles sobre la pantalla. No se transmiten imágenes, sino signos alfanuméricos.

El videotexto es un medio multifuncional que permite obtener información variada, el envío de mensajes a diferentes usuarios; realizar transacciones de todo tipo, publicidad y promoción de productos, telemando y telecontrol.

En casi todos los países, excepto en los Estados Unidos,

la compañía nacional o estatal de teléfonos que brinda las redes de telecomunicación para el sistema público de videotexto.

En los países democráticos existen cantidad de empresas privadas, que venden información y servicios, periódicos, editoriales, agencias de viajes, bancos, agencias u organismos públicos y estatales que facilitan información gratuitamente.

El videotexto presenta determinados problemas y ventajas. Las principales ventajas son la capacidad de almacenaje de contenidos, la facilidad de puesta al día de los mismos, la rapidez de respuesta a la demanda de información y la comodidad de acceso. Entre los problemas está el costo del equipo, del servicio y de los adaptadores que es muy alto. Es el usuario quien paga el servicio que precisa.

El sistema del teletexto agrega la palabra escrita al mundo de la comunicación televisiva. Es un procedimiento telemático de difusión unidireccional (como la señal hertziana de televisión) de información alfanumérica y gráfica, que utiliza como canal de transmisión todas o una parte de las líneas no utilizadas del intervalo vertical de la señal de televisión.

Como terminal se utiliza un receptor de televisión equipado con un decodificador y una unidad de control, que es un instrumento modificado del mando a distancia.

El objetivo de esta investigación tecnológica fue buscar un servicio social para los discapacitados de sordera parcial o total (En Finlandia la seguridad social financia los descodificadores), pues les ofrece del mismo modo que a la población cuya lengua materna sea extranjera al país, una posibilidad de comprensión que no garantizaba ni la radio ni la televisión.

La subtitulación resulta muy útil en países donde conviven dos o más idiomas o en Comunidades con idioma propio ayudando a una mejor convivencia lingüística, cultural y social.

El teletexto recoge aportaciones de medios anteriores a él como la prensa, la radio y la televisión combinados de manera diferente e incorpora elementos nuevos.

Con el teletexto se requiere una nueva semiótica que comporta elementos comunes con los lenguajes de escritura y grafismo y con los visuales. Es un lenguaje de representación electrónica visual. La semiótica del teletexto requiere la integración y conjugación de la escritura tipográfica y topográfica, gráficos, diagramas, imágenes, números, colores, tamaños de letras y números, formas y estilos de letras, visualidad, comprensibilidad, densidad.

Se necesita un nuevo profesional que domine el idioma o idiomas con los que vaya a trabajar que sea capaz de ajustar su expresión a los condicionantes, dar un tratamiento visualmente atractivo, estético e informativo a los cuadros.

El informador debe realizar la función de redactor y la de diagramador mediante estudios, prácticas y reciclaje para que vayan perfeccionándose hasta llegar a ser informador de teletextos.

El teletexto comparte aspectos con la televisión y con la radio, pero no es ni una ni otra. Trabaja con escritura, un sistema semiótico diferente a las imágens y sonidos que utiliza la televisión y, aunque es radiodifundido, emplea la semiótica visual en vez de la acústica.

Ha supuesto no la muerte de los medios anteriores, sino, como dice Cebrián:

> "un desafío a la imaginación y a la creatividad de nuevas relaciones entre los medios y sus usuarios" (18).

Es una nueva fuente de información especializada, complementaria a la que brindan otros medios, que va a obligar a éstos a cambios sustanciales. Se tendrán que formar equipos interdisciplinares de diseñadores gráficos, grafistas electrónicos, psicólogos de la percepción, redactores, lingüistas, semiólogos que con los equipos técnicos y tras estudiar los resultados obtenidos de las investigaciones creen un libro de estilo de teletexto para que las próximas generaciones puedan defenderse y servirse del teletexto.

A diferencia del videotexto que nace como un medio para la población informada, el teletexto supone la democratización

de la transmisión de información mediante textos electrónicos.

El teletexto es un servicio general, porque está dirigido a todos los receptores de televisión y una información especializada, como la información económica, que llega al usuario con suma rapidez, convenientemente estructurada y actualizada.

I.5.8. LA INFOGRAFIA

El actual sistema de comunicaciones tiene una característica principal: la tendencia al perfeccionamiento y a la modificación. Esa tendencia al cambio afecta a toda la sociedad. Los cambios tecnológicos que se llevaron a cabo tras la II Guerra Mundial, alcanzaron gran magnitud y condujeron a una nueva fase de desarrollo social, que se conoce con el nombre de sociedad de la información. Con una capacidad para modificar el tiempo y el espacio, y los modos de percibir y representar la realidad y con unos medios de comunicación determinados.

"... la sociedad de la información,

y a la que se atribuyen ciertos rasgos,

como el de su tendencia hacia una paulatina desmasificación -e, incluso, hacia la individualización y la atomización social-, que coexiste, de forma paralela y aparentemente contradictoria, con la tendencia masificadora propia del desarrollo último de la sociedad industrial" (19).

Esta nueva sociedad sufre constantes cambios paralelos de orden sociocultural y tecnológico que traen consigo un hombre nuevo.

Una de las manifestaciones más características es la infografía, el resultado de la aplicación de nuevas tecnologías a medios de comunicación audiovisual, la más destacada de las innovaciones sociales que trae consigo el actual proceso de cambios, en la que convergen el ordenador y los instrumentos de comunicación audiovisual.

"Una de las creaciones icónicas representativas de la actividad que, en pleno renacimiento electrónico, ese hombre nuevo despliega en la videosfera y, también, una de las peculiares producciones visuales de la sociedad de la información" (20).

La televisión, sirviéndose de imágenes audiovisuales, se transforma así en el eje de la vida social en la que

confluyen diversas tecnologías al servicio de la comunicación que posiblitan el aumento de la cantidad de informaciones, mejora su calidad y amplía su radio de acción comunicativa.

La base técnológica de la infografía actúa como el trabajo que realizan el ojo humano y el cerebro al formar la imagen visual, utilizando diferentes lenguajes (auditivo, escrito, visual), que generan un nuevo lenguaje.

> "Capta un estímulo visual -luminoso-
> mediante un receptor direccional y
> empleando un transductor -la retina-,
> que traduce los cambios provocados
> por el estímulo en señales electroquímicas,
> de las que se sirve el cerebro" (21).

El ordenador cumple la función de aquellos procesos del cerebro que se producen en el nivel lógico de la conciencia, guardando relación con la memoria.

La aplicación del ordenador a la comunicación audiovisual comenzó mediante la fijación visual de un instante, la fotografía, y pasó a la imagen en movimiento, memorizando imágenes estáticas y presentándolas en sucesión rápida o de otras formas.

Debido a la infografía está naciendo una nueva narrativa.

Las aplicaciones de la infografía son interminables: militares (simulación de movimiento de vehículos), científicas, médicas, cinematográficas (colorear películas en

blanco y negro, creación de imágenes inexistentes, fantásticas), empresariales, educativas, lúdicas, televisivas (creación de imágenes irreales), publicitarias, deportivas, etc.

Las imágenes se analizan y almacenan en el ordenador utilizando un código binario para combinar posteriormente los datos mediante una fórmula matemática que luego irradia las imágenes mediante pantalla electrónica.

La infografía media entre el mundo que nos rodea y la percepción humana. Se basa en abstracciones, utilizando elementos técnicos para superar la realidad, mediante un lenguaje específico que el receptor deberá hacer suyo.

Estas nuevas imágenes no son las mismas que vemos con nuestros sentidos.

> "Presentan -en nuestro aquí y en nuestro ahora- productos visuales, con fundamento verdadero o imaginario, que se encuentran más allá de lo que pueden percibir los canales biológicos de que el hombre dispone para sondear y conocer aquello que le rodea; inciden, pues, en la creación de un nuevo entorno simbólico, que completa el que nuestra cultura nos facilita- pero también impone" (22).

I.5.9 TELEVISION DE ALTA DEFINICION

Fue en los años ciencuenta cuando le televisión se impuso a nivel mundial y pasó a ser el medio de comunicación y entretenimiento más influyente en los cambios sociales, en la cultura y en las costumbres.

Empezó la transmisión por satélite con los sistemas NTSC, PAL y SECAM y se propuso para Europa el sistema MAC para la difusión directa por satélite.

A principios de los 70, se proyecta en Japón un sistema de televisión de alta definición (HDTV), con la que se mejora la calidad de imagen y sonido. La pantalla de 4/3 pasa a 16/9 y se duplica el número de líneas de imagen de 625 a 1.250 para que ésta sea más clara y estable. Hay ocho canales de sonido, que permiten sonido de alta fidelidad y emisiones en varios idiomas.

En 1986, Japón propone la HDTV de 1125 líneas y 60 Hz para la difusión del sistema MUSE.

En Europa se crea el proyecto Eureka EU 95 para la definición de HD-MAC, compatible con el sistema MAC, pero esto presenta nuevos problemas al tiempo, aunque brinda nuevos servicios y aplicaciones en educación, comercio, industria.

La HDTV ofrece una imagen de 16/9, líneas de imagen de 1125 o 1250, un ángulo de visión de 30 grados (ahora son 10),

una reproducción de color mejor que la del cine, sonido estereofónico con calidad de Compact Disc y canales de audio en diferentes lenguas.

Pueden utilizarse sistemas de banda ancha como la fibra óptica, los satélites de comunicación y los enlaces radioeléctricos transportables.

Dada la perfección de sonido, imagen y anchura de la misma, se tiene la impresión de estar dentro de la pantalla. Por eso se dice que la televisión de alta definición se siente la telepresencia.

En Europa se crean organizaciones para apoyar la TVAD. En ellas participan industrias de todo tipo, electrónicas, de satélites, de cables, organizaciones de la administración y organismos gubernamentales. Y así nace el programa Eureka 95 en el que se encuentran más de 60 participantes para tratar de aceptar la norma europea de difusión HD-MAC.

I.5.10 COMUNICACION VIA SATELITE

El primer contacto por radar con la luna se realizó en 1946, utilizándose más adelante como estación de comunicaciones.

Después del proyecto Eclo, primera comunicación entre dos puntos de la Tierra a través de un satélite pasivo (E-I) en el que se reflejaban señales de radio, también por los Estados Unidos se lanzó 1960 el Courier, primer satélite activo. El repetidor recibía las señales de la Tierra, las traducía a las frecuencias requeridas, las amplificaba y retransmitía la señal a la Tierra con mayor potencia.

Y dos años más tarde, en 1962, se lanzó el primer satélite de señales de televisión, el "Telstar I"; en 1963, el "Syncom II, primer relé de comunicaciones desde una órbita geoestacionaria y en 1964, el "Oscar I", primer satélite dedicado a la radio.

Los satélites de radiodifusión directa (DBS) son la segunda generación de satélites de comunicaciones para la recepción directa por medio de pequeñas antenas. La versión civil de DBS tiene gran potencia de transmisión para alcanzar unidades pequeñas y móviles, y en su aplicación de satélites de radio, se pueden recibir sus señales directamente por medio de antenas individuales.

Primero se pasó de los satélites pasivos a los activos y luego de las estructuras espaciales de media a las de alta potencia.

Este medio permite comunicarse en cualquier momento y desde cualquier punto del planeta sin que las fronteras o la distancia puedan impedirlo.

Los satélites son una tentación para las naciones con amplio poder económico por tratarse de un sistema de comunicaciones centralizado.

a) Diferentes tipos de satélites:

En un primer momento los satélites de telecomunicación se pensaron para establecer y potenciar las comunicaciones internacionales, aunque también se utilicen para las nacionales.

Según su uso los satélites se dividen en: Satélites de Observación (se utilizan en Meteorología y Teleobservación para la recogida de datos, procesado y transmisión de los mismos a la Tierra) y Satélites de Comunicación (para transmisión, distribución y diseminación de información desde un punto a otro de la Tierra. Según las órbitas se dividen en: Satélites de órbita geoestacionaria (según Clark, se puede cubrir la Tierra con tres satélites equidistantes entre sí, situados sobre el Ecuador a unos 36.000 kms. de altura y dando una vuelta alrededor de la Tierra cada 24 horas) y satélites de órbita elíptica (se mantienen en órbita elíptica a intervalos regulares y todos al tiempo. Cuando están más cerca de la Tierra van a mayor velocidad que cuando están alejados. Se utilzan en países que no pueden cubrir su territorio con satélites de órbita geoestacionaria).

b) Europa y las comunicaciones por satélite:

En los últimos años las comunicaciones vía satélite han tenido un gran desarrollo para los servicios del Mercado Unico Europeo. Pero por la compartimentación del mercado interior comunitario y a las reglamentaciones nacionales restrictivas de los países comunitarios para implantar redes de terminales de satélites de alcance europeo la Comunidad no puede emplear con completo rendimiento las comunicaciones por satélite.

Se han puesto en funcionamiento nuevos sistemas de satélite para ampliar y diversificar el segmento espacial europeo.

Ante esta realidad muchos Estados miembros han liberalizado su sector de comunicaciones por satélite y han permitido a sus operadores realizar servicios de satélite transfronterizos en otros Estados miembros.

c) Reglamentación y Organizaciones de satélites:

La regulación de las comunicaciones por satélite y la coordinación de sus frecuencias sobrepasan los sistemas legislativos y administrativos nacionales.

El Reglamento de Radiocomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones define las distintas

categorías de los servicios civiles en:

-Servicios Fijos por Satélite (FSS),

-Servicios de Radiodifusión por Satélite (BSS),

-Servicios Móviles por Satélite (MSS) y

-Servicios de Radiodeterminación por Satélite (RDSS).

Con el tiempo, los dos primeros y los dos últimos se han ido confundiendo.

EUTELSAT (Organización Europea de Telecomunicaciones por Satélite).

EUTELSAT es una organización intergubernamental con miembros procedentes de países europeos, pertenecientes a la Conferencia Europea de Administraciones de Correos y Telecomunicaciones (CEPT), que explota satélites de telecomunicación para telefonía, datos y vídeo en la banda de frecuencias del FSS, que se utiliza para distribución de televisión.

Si una organización que no sea la Unidad Europea de Radiodifusión (UER), quiere un servicio de satélites que utilice el segmento espacial de EUTELSAT tiene que comprarlo.

El Convenio del EUTELSAT y el del INTELSAT (Organización Internacional de Comunicaciones por Satélite), tratan de la coordinación técnica y el perjuicio económico para los sistemas de satélite que prestan servicios en Europa.

Europa tuvo su primer satélite operativo en 1983 (el ECS-1, conocido por EUTELSAT I-F1). Europa tenía unos 24 canales operativos de DBS en los Servicios de Radiodifusión por Satélite (BSS) y unos 380 en el Servicio Fijo por Satélite (FSS). Ya existía el INTELSAT y se habían realizado tres sistemas experimentales de satélite en Europa.

Los primeros satélites de explotación europeos se destinaban para telefonía punto a punto y distribución de señales de televisión por Europa.

INTELSAT (Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite)

En 1964 se estableció el INTELSAT que proporciona servicios internacionales de telefonía, datos y vídeo punto a punto y de televisión en la banda de frecuencias del Servicio Fijo por Satélite (FSS).

Está regido por el Acuerdo INTELSAT (Convenio Intergubernamental de 1973), complementado por el Acuerdo de Explotación firmado por las entidades de telecomunicaciones de los países miembros designadas por los gobiernos nacionales. Todos los Estados miembros de la Comunidad Europea son miembros del INTELSAT.

El Acuerdo INTELSAT obliga a los Gobiernos firmantes a:

. no establecer otros sistemas internacinales de

satélites sin previa coordinación técnica con el sistema INTELSAT para que no haya interferencias y

. a demostrar que los sistemas y servicios independientes del INTELSAT no le causan perjuicios económicos, para evitar la competencia de otros sistemas.

INMARSAT (Organización Internacional de Telecomunicaciones Marítimas por Satélite)

INMARSAT se estableció en 1979 mediante un Convenio intergubernamental. Se encargan de la explotación las entidades de telecomunicaciones de los Estados los miembros, a excepción de Irlanda y Luxemburgo.

Ha habido varias modificaciones para la explotación de servicios móviles terrestres, marítimos y aeronáuticos, utilizando la banda de frecuencia de los Servicios Móviles por Satélite (MSS).

INMARSAT utiliza satélites MARECS, desarrollados por la Agencia Espacial Europea (ESA) en cooperación con la industria europea.

d) Futuro de los satélites:

Como en todas las nuevas tecnologías se descubren más aplicaciones por los cables de fibra óptica trasatlánticos y

se amplía y diversifica el segmento espacial.

Los satélites MAC y HDMAC ofrecen sistemas unidireccional punto a multipunto y bidireccional interactivo, y de recogida de información por satélite (SNG).

En los ochenta se desarrollaron los satélites europeos operativos EUTELSAT-1, serie TLECOM-1 y DFS-Kopernikus para la interconexión telefónica y la video-distribución. Luego se pusieron en funcionamiento los DBS,1 TV-SAT/TDF y los de la serie EUTELSAT-II y TELECOM-II.

En el futuro los satélites servirán de complemento a los sistemas de comunicación de Europa.

Con la mejora de frecuencias, y el aumento del ancho de banda disponible se ha multiplicado la vida útil de los satélites. Al aumentarse la potencia y la calidad de las antenas de los satélites, disminuye el tamaño de las estaciones terrenas. También han crecido las redes de satélites por la interconexión directa y los enlaces intersatélite (ISL). Se han incrementado los ángulos de elevación de las estaciones terrestres para lograr una mejor cobertura y utilizar satélites fuera de las posiciones geoestacionarias en órbitas próximas a la tierra para mejorar la comunicación directa interespacial en sistemas de satélites o en órbitas elípticas.

También han mejorado las antenas y los receptores de las estaciones terrenas. Y se ha pasado de una o dos estaciones

por país con acceso a los satélites de INTELSAT, y luego de INMARSAT y EUTELSAT con antenas de 30 metros de diámetro a otras que pueden instalarse en los hogares de los usuarios.

Esto ha dado lugar a redes basadas en VSAT (terminales de abertura muy pequeña o microterminales) para redes privadas de satélite punto a multipunto, en las que eel equipo terminal y los enlaces de transmisión son sólo para un usuario. Las SMS/IBS son compartidos.

Hoy se reciben señales de televisión de satélites de distribución de mediana potencia como ASTRA y EUTELSAT con unidades domésticas.

Se espera que aumente el número de usuarios de redes de cables terrenales que prestan servicios digitales punto a punto por su bajo coste.

La reforma de la reglamentación de la comunidad debe ir dirigida a satisfacer a los ciudadanos y proporcionar apoyo a la política comunitaria europea, implantando procedimientos justos, transparentes y no discriminatorios.

e) Sistema de comunicaciones: HISPASAT.

En la madrugada del viernes 11 de septiembre de 1992, un cohete lanzador Ariane cologó en órbita el primer satélite español de telecomunicaciones, Hispasat I-A

"que permite a España incorporarse
al reducido grupo de países europeos
-Reino Unido, Alemania, Francia e
Italia- que dispone de satélites
nacionales" (23).

En junio de 1989 se constituyó la empresa HISPASAT S.A. dedicada a la explotación de los sistemas de comunicaciones encomendados por el gobierno.

La explotación del primer satélite de HISPASAT-1 (un sistema de comunicaciones por satélite compuesto por dos satélites en órbita, otro en reserva en tierra y un centro de control), está prevista para enero de 1993 y la del segundo, para seis meses más tarde.

Disponiendo de un sistema propio España puede evitar situaciones no deseables en los transpondedores de televisión y decidir sobre una mejor cobertura del territorio español.

El Hispasat I-A proporcionará más capacidad para soportar el transporte de imágenes de televisión, radio y señales; canales de difusión directa por satélite según la planificación de la Conferencia Mundial de la Orbita; dar soporte a comuniaciones especiales para defensa; canales para redes especiales de datos, enlaces de banda ancha, alternativa para cables submarinos, telefonía, aplicaciones punto punto; ser soporte para programas de televisión para la comunidad de habla hispana.

> "Será el primer satélite europeo que difunda programas de televisión en una gran parte del continente americano" (24).

Dijo el Ministro de Obras Públicas y Transportes, José Borrell en la video-conferencia mantenida entre el Centro Espacial de Kouru y el Centro de Prensa de la Exposición Universal de Sevilla:

> "el satélite "Hispasat" proporcionará independencia a España, una mayor capacidad para organizar nuestras telecomunicaciones y permite que nuestras industrias e ingenieros adquieran una tecnología punta que sólo tienen muy pocos países en el mundo" (25).

El HISPASAT-1 es un sistema multimisión con capacidad para:

- Radiodifusión Directa de televisión con cinco canales. Su cobertura abarca a Alemania, Portugal, Francia, Suiza, parte de Italia, Reino Unido, Marruecos, Mauritania, Argelia, y otros países. Se espera poder recibir los cinco canales de Televisión de Difusión Directa y los que se difundan a través de transpondedores de Servicio Fijo: Para ello los

usuarios deberán tener sistemas de recepción de tipo individual o colectivo TURO.

- Servicio Fijo con dieciséis transpondedores. Con la misma que la de Radiodifusión Directa de Televisión.
- Televisión América con dos canales, dos enlaces de subida desde América, utilizando los transpondedores del Servicio Fijo. La zona de cobertura del bajada cubre casi todo el continente americano.
- Gubernamental, cuyo principal usuario será el Ministerio de Defensa.

Serán usuarios de Hispasat-1 el Ministerio de Defensa, Telefónica de España (TESA), Retevisión y la Secretaría General de Comunicaciones.

Los comentarios no se han hecho esperar:

> "'Hispasat' podría no ser tanto un instrumento de emancipación y libertad como una nueva posibilidad de dominación y servidumbre"... una estrafalaria tentativa de regular la televisión por satélite mediante un verdadero golpe de mano parlamentario, consistente en la apresurada y subrepticia introducción de una enmienda a la Ley Orgánica de Telecomunicaciones" (26).

F) SILEX, programa de comunicaciones por láser:

Tras dos fases de estudio en Canarias, en junio de 1989 y en diciembre de 1990 para analizar las distorsiones que produce la atmósfera o dicho de otra forma el efecto de la turbulencia del aire en el haz del láser, en el 92 se realizan los primeros ensayos en órbita.

En el programa Experimento de Conexión Intersatélites por Láser Semiconductores, cada satélite está compuesto por un emisor láser, un equipo de modulación de señales ópticas y un telescopio.

Cuando no hay turbulencias del aire se envía un haz finísimo de láser que será como una fibra óptica tensa entre los aparatos espaciales, por la que se puede enviar información con gran precisión y velocidad.

Este problema no afecta a las comunicaciones ópticas entre satélites porque no hay atmósfera entre ellos, pero si afecta cuando se comunican con una estación terrena.

El satélite emisor dispara un láser hacia el otro situado a miles de kilómetros que detecta el haz con su telescopio. Una vez tendido el enlace, los moduladores y demoduladores de las señales reciben o envían por él los datos digitalizados.

El satélite puede comunicar con otro satélite tanto en la misma órbita, como en órbita baja-geoestacionaria; o

directamente con tierra.

Los satélites situados en órbita baja comunican directamente con las estaciones terrenas. Sólo envían los datos a la base terrestre de seguimiento cuando pasan por encima de ella.

Los situados en órbita geoestacionaria, a treinta y seis mil kilómetros sobre el Ecuador, constantemente están orientados a la estación y sirven de enlace para la transmisión indirecta desde los aparatos situados más abajo.

A largo plazo, un satélite en órbita baja se comunicará con otro en órbita geoestacionaria desde el que se transmitirá la información a la base terrestre.

I.5.11. EL MERCADO UNICO EUROPEO EN EL ENTORNO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS.

A raiz de la creación del Mercado Unico Europeo han surgido las necesidades propias de una audiencia multinacional: programas audiovisuales, mercado publicitario, libros, revistas, es decir, el desarrollo de una nueva perspectiva desde la que comprender la evolución de los medios de comunicación, fusiones, colaboraciones, estudios de

mercados más amplios, diversificación de ofertas, etc., todo ello teniendo en cuenta las diferencias legislativas existentes según los países. Evidentemente esto ha llevado al establecimiento de una política de protección audiovisual para poder afrontar compentencias, que no por ser foráneas dejan de gozar de las mismas posibilidades de acceso a las diferentes audiencias nacionales.

La pluri-televisión promueve otras áreas distantes del emplazamiento geográfico del emisor, suscitando alcances transfronterizas, dado que desde un país cualquiera pueden sintonizarse los canales de cualquier otro país con los medios adecuados, fomentando el estudio de otras lenguas y culturas. A este respecto, ante las perspectivas que brindó la televisión vía satélite en su momento, la Comisión Europea pidió a los Estados miembros de la Comunidad que adoptasen las normas de la familia de los paquetes MAC: normas que al ser compatibles entre sí han conducido a una mejor reproducción de imágenes y sonido, la utilización simultánea de un canal de imagen con varios canales de sonido, la difusión de programas de televisión en varios idiomas y la evolución hacia la televisión de Alta Definición.

BIBLIOGRAFIA I

(1) MALTESE, C.: Semiología del mensaje objegual. Comunicacion. Serie B. n. 22. Madrid, 1976, pág. 46.

(2) ORIVE DE LA RIVA, P.: Estructura de la Información, Comunicación y Sociedad Democrática. Ed. Pirámide S.A., Madrid, 1978.

(3) METIS Grupo: Encuesta de equipamiento, prácticas y consumos culturales de los españoles para el Ministerio de Cultura, enero de 1991.

(4) IPSOS MEDIA: Estudio coordinado por el CICM

(5) MEDIA PLANNING-ECOTEL: Estudio sobre la estacionalidad de la audiencia de televisión en 1991

(6) DIARIO 16: Los españoles, más adictos a la televisión en invierno. 4 mayo

1992

(7) OFF THE RECORD S.A.: Sondeo de opinión de julio de 1991

(8) COLLET RESEARCH: Twenty questions about tv ads. Collet Research. Independendent Media Consultants. Oxford Enterprise Centre.

(9) COELHO, V.G.: La televisión como profesor. India. Nueva Delhi, 1978.

(10) GREENBORG, S. y REEVES,B.: Los niños y la percepción de la realidad de la televisión. International Communication Association. Nueva Orleans, 1974.

(11) STEIN A.H. y FRIEDICK L.K.: Television content and young children's behaviour. US Printing Office. Washington, 1976.

(12) BRONFRENBRENNER, V.: Two worlds of childhood. Russel

Sage Foundation. Nueva York, 1982.

(13) YELA GRANIZO, Mariano: Psicología de la comunicación. La comunicación: problema social. Ed. Achna.

(14) URBEZ, L.: Para una ética de la comunicación social. Coloquios de El Escorial. Pág. 143. Ed. Achna, 1980.

(15) URBEZ, L.: Op. Cit. Pág. 149.

(16) MANDER, J.: Four arguments for the elimination of television. Norrow Quill Paperpacs. Nueva York, 1978.

(17) MANDER, J.: Op. Cit.

(18) CEBRIAN, M.: El teletexto en el ecosistema comunicativo español. Telos. Enero, 1985.

(19) AGUILERA M. de y

VIVAR, H.: La infografía. Infografía, comunicación humana y evolución social. Ed. Fundesco. Madrid, 1990. Pág. 1981.

(20) AGUILERA: Op. Cit. Pág. 82.

(21) DENKEN, Joseph: Imágenes de ordenador (la informática gráfica en la ciencia y el arte. Fundación BCD. Ed. Icaria. Barcelona, 86.

(22) DENKEN, Joseph: Op. Cit. Pág. 90.

(23) ABC: Hispasat para todos. ABC, 11-9-92. Madrid.

CAPITULO II

II. ESTUDIO GLOBAL DE LA AUDIENCIA INFANTIL EN TANTO QUE GRUPO DE EDAD CON CARACTERISTICAS MUY MARCADAS.

II.1. AMBITO GENERAL

A mediados del siglo XX, acabada la segunda guerra mundial se aprobó la Carta de las Naciones Unidas que proclama que los pueblos de las Naciones Unidas están decididos a restablecer la fe en los derechos fundamentales del hombre, la dignidad y el valor del ser humano.

En dicienbre de 1948, la Asamblea General de la ONU proclamó la Declaración universal de los derechos humanos, donde se desarrollan aquellas cláusulas de la Carta que defienden los principales derechos y libertades humanos.

Así la Declaración Internacional sobre la educación de la juventud afirma que el principal objetivo de la educación del ser humano es desarrollar sus dotes, inculcarle altas cualidades morales, fidelidad a los ideales de paz, libertad, dignidad e igualdad universal, respeto y amor a la humanidad y al trabajo creador. Por otro lado, la Convención de los Derechos del Niño fue aprobada por la ONU en 1989.

En este contexto, se debe educar en el hombre el sentido

del orgullo y la dignidad en paz, justicia, libertad y respeto para que ellos contribuyan a que todos los seres humanos y pueblos disfruten los mismos derechos y luchen por el mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales.

Los niños y jóvenes tienen que ser sensibles a la injusticia, no ser indiferentes hacia el pisoteo de la dignidad y los destinos humanos, identificándose con los demás, sintiendo lo que hacen a otros como si se lo hicieran a sí mismos.

II.2. DESARROLLO Y EMOCIONES

En el momento del nacimiento, el bebé tiene completamente formada su musculatura facial. A las dos semanas los bebés son capaces de imitar determinados gestos como abrir la boca,aunque no se sabe con certeza cuáles son los mecanismos que intervienenen este proceso. Al poco tiempo pueden apreciarse expresiones faciales semejantes a las adultas, como muecas de "disgusto" ante sabores que le desagradan. A los 2 ó 3 meses se aprecia gestos de sonrisa y sobre los 4 meses, gestos de risa y risa en sí.

A los seis meses parece distinguir los estímuloss

visuales. <no se sabe con exactitud la edad enq ue los bebés pueden experimentar emociones. Unos investigadores creen que el niño ya tiene emociones al nacer, y otros, que les faltan los prerrequisitos cognitivos necesarios para la emoción, que no aprecen hasta la consciencia (3 meses) o la autoconsciencia (18 meses).

Tampoco se sabe en qué perçíodo concreto aparecen expresiones diferenciadas de emociones.Sorpresa,tristeza, miedo, cólera, ni cuándo ni cómo el niño es capaz de controlar sus expresiones faciales.

A la edad preescolar conocen perfectamente la significación de las expresiones más comunes y las situaciones que las provocan.

II.3. LA EDUCACION Y LA FAMILIA

La familia es el primer y principal medio de formación de sentimientos, vivencias y conceptos morales, es quien le transmite la concepción de la sociedad, del mundo, la moral, los gustos estéticos, el carácter, y la conducta, le transmite convicciones intervendrán en el proceso de formación de la personalidad y en la valoración del mundo que

le rodea, agradecimiento por la atención, formación del carácter, respeto a los mayores, a la mujer a los menores, a los ancianos.

Desde la más temprana infancia hay que inculcar al niño cualidades morales como la bondad, la reponsabilidad, la conciencia, la pureza de intenciones, la comprensión, el respeto a los demás, a rechazar la maldad. De este modo estará preparado para valorar la belleza.

Los niños de tres meses gozan de una percepción muy grande.

La educación debe orientarse a que el niño desarrolle al máximo sus cualidades y capacidades psíquicas. Primero las formas inmediatas, sensoriales, del conocimiento: sensación, percepción, represenatación, imaginación, fantasía, base sobre la que se desarrollará el pensamiento para que más adelante lo haga la actividad mental creadora. Así el desarrollo emocional de los primeros años de la vida, será su preparación para formas más altas de actividad espiritual.

II.4. LA EDUCACION Y LA ESCUELA

El periodo escolar es decisivo para la formación del

caracter.

Unos sectores del cerebro maduran hacia los cuatro años y otros hacia los dieciocho.

En la adolescencia no se han terminado de desarrollar los hábitos de la conducta social. El adolescente es muy sugestionable, no ha tenido la suficiente experiencia de vida, tiene tendencia a generalizar, a imitar, quiere parecer adulto, ser independiente.

Educar implica que el arte y la creación influyan en la personalidad del niño, ayudándole a percibir el mundo que le rodea y reaccionar emocionalmente ante cuanto sucede en su mundo.

El juego tiene también importancia tanto estética como moral, al formar y educar las cualidades morales, físicas e intelectuales, la autoconciencia y aumentar la capacidad de percepción.

Desde muy pequeño hay que enseñar al niño ejemplos de conducta humana, que despierten en él deseos de imitarlos y tenerlos como modelo.

La educación estética consiste en formar el mundo interno, despertando emocionalmente su actividad creadora, orientada al servicio de la humanidad.

Al acercar los niños a las letras se busca que la literatura influya sobre el niño, sobre las bases morales de su personalidad, su educación, su conciencia y su psicología

en formación.

Sujomlinski (1971) nos habla del efecto moral que aportaron los estudios de arte y literatura en los primeros grados de la escuela de Pavlish (Ucrania) de la que fue director más de 20 años.

> "Se instaló en la escuela una habitación de cuentos, donde los mayores con los pequeños fabricaban personajes de los cuentos. Luego, en esa misma habitacion los niños escuchaban la lectura expresiva de sus maestros, grabando en su memoria las imágenes de los protagonistas de los cuentos y las lecciones morales." (1)

Con todo ello es imprescindible el estudio psicológico y evolutivo de los intereses y de la capacidad del niño para que pueda enriquecerse con los mensajes que se le ofrecen.

Los medios de comunicación deben tener en cuenta a quién dirigen sus mensajes. Ya que el niño está en plena formación, no es éticamente aceptable que los mass media orienten sus mensajes hacia el consumismo, sino que deberían educar sus preferencias con un criterio pedagógico libre de manipulaciones ni incitaciones más o menos manifiestas.

II.5. LAS EDADES DEL NIÑO.

Hasta los diez años se van estabilizando sus percepciones y habilidades.

Hasta los 2 años el niño imita.

De 3 a 6, se da un cambio.

De 6 a 10, se da en el niño un periodo de latencia, lo que Erikson califica de ensanchamiento del campo de interés y conocimientos, influencia escolar, curiosidad ambiental, y desplazamiento hacia horizontes más socializados.

A los 10 es más hombre: equilibrio biológico.

De 10 a 12: preadolescente.

A los 11 comienza la adolescencia y tiene en cuenta el yo.

A los 12: tiene en cuenta el yo de los otros.

Los niños viven en una comunidad en la que se valora la aceptación de los demás por eso es feliz si los que le rodean tienen buena opinión de él y sufre y se aísla cuando le rechazan.

II.6. LA CONDUCTA.

El problema del comportamiento, de la participación social del niño en la vida social está incluído en las ciencias de la conducta. El análisis de comportamiento del niño debe hacerse en relación a la familia, casa, grupo de pares, colegio, juegos, etc. Un YO sobrecargado en la infancia hace que el adolescente se oculte en el silencio. Y es la palabra es el signo por excelencia, el símbolo en la medida en que nos servimos de ella.

II.7. LA EXPRESIVIDAD.

En los medios de comunicación colectiva directa o indirecta los gestos son signos en el momento en que se interpretan.

Marañón concibe la expresividad como toda expresión de ls pasiones y sentimientos con la cara, la mano, el cuerpo, o la traducción material de un estado de ánimo por los medios habituales de la expresión emotiva y no sólo por la cara.

Birdwhistell habla de la cinésica, nueva ciencia cuyo

objeto es el estudio del gesto y de la mímica cuando a la expresividad del rostro añadimos la de los músculos y el cuerpo.

La expresión es el proceso que pone de relieve, de forma simbólica, el modo de sentir. Es uno de los cauces para el conocimiento de la personalidad.

El profesional debe tener en cuenta las palabras, gestos y obras, y el conjunto de los medios y técnicas de expresión para llevar a cabo la comunicación colectiva y los medios de comunicación deberían ser instrumentos que apoyaran la formación del público, teniendo en cuenta sus intereses, capacidad de asimilación y comprensión del niño, su desarrollo físico y psíquico y el ambiente en el que se mueve.

Caarle Nordenstbeng y Tapio Varis afirman (según tesis doctoral de Margarita Antón) que:

> "la comunicación de masas puede llegar a ser un instrumento de libertad y de mejora de las condiciones de vida, a a pesar de que en la actual situación de relaciones de poder mundial los medios cumplen generalmente la función inversa" (2).

Vigotski (Investigaciones Psicológicas escogidas, 1960) (3), afirma que en la primera infancia se abre la vía principal del desarrollo, la percepción, mientras que en la

edad preescolar, esa función central dominante es la memoria. En la edad escolar la atención y la memoria se convierten en conscientes y arbitrarias. Lo insconsciente significa no un grado de conciencia, sino otra dirección de la actividad de la conciencia.

Ushinski escribió a cerca de la correlación entre los objetivos formal y real de la instrucción: El objetivo formal consiste en el desarrollo de las cualidades intelectuales: la capacidad de observación, la memoria, la imaginación, la fantasía, la juicio. Para logra el objetivo real es precisa una selección de las materias que van a despertar las cualidades intelectuales del niño. Para él la enseñanza primaria debe servir al desarrollo intelectual y moral de los niños, para que ésto se consiguiera él daba mucha importancia a la lengua materna. Proponía la enseñanza de la lengua teniendo en cuenta el desarrollo del pensamiento, que había que despertar con objetos y situaciones del mundo circundante. Hay un segundo nivel de desarrollo que aparece cuando el niño se enfrenta a problemas que no puede realizar solo y cuenta con la ayuda del adulto, mediante la imitación. Lo que le niño hace con ayuda podrá hacerlo un dia solo, porque la enseñanza ayuda al desarrollo y debe orientarse hacia el mañana.

En las actividades prácticas el niño manifiesta su destreza sensorial, los conceptos espaciales y la actividad

mental. Se da en ellas una relación entre pensamiento y acción.

II.8. LA VIDA AFECTIVA.

Los estados afectivos, sentimientos y emociones influyen la personalidad.

Los sentimientos son estados afectivos producidos por sensaciones, ideas o reflexiones, aunque también influyen los instintos en nuestra forma síquica.

La personalidad y la conducta frente a determinadas experiencias crean sentimientos de aprobación o desaprobación, de alegría o tristeza.

El propio cuerpo, los instintos y el contacto vital con personas y cosas provocan estados distintos de ánimo que condicionan nuestro comportamiento.

El control de la vida afectiva es esencial para el desarrollo normal de nuestra personalidad y adquiere especial relieve en el trato social

II.9. EL NIÑO: SU TIEMPO LIBRE

Se considera tiempo libre infantil aquel en el que el niño dedica a actividades diferentes de las que se llevan a cabo en la escuela, tanto si se realizan en solitario como colectivamente (practicar deportes, jugar con compañeros o solos, tocar algún instrumento musical, escuchar música, ver la televisión, leer, dibujar, etc.), organizadas o informales, y que no necesitan de la presencia de los padres ni de los maestros.

Según una encuesta realizada en octubre de 1991 por el Centro de Investigaciones Sociológicas (Actitudes y Opiniones de los españoles ante la infancia), uno de cada cuatro de los españoles (26 por ciento de las personas que respondieron a la encuesta) cree que el tiempo libre que disfrutan los niños y niñas entre los 5 y los 12 años no es suficiente.

Por el contrario, más de la mitad (62 por ciento lo considera suficiente.

Los que opinan que no tienen suficiente tiempo libre, culpan de ello al exceso de deberes (61 por ciento) o a las actividades extraescolares (33 por ciento).

> "De la mayoría de las personas que consideran suficiente el tiempo de ocio de los niños (N= 1.531), el

70 % cree que éste lo emplean en ver la TV. Algo más de la mitad (56 %) piensa que los niños españoles emplean su tiempo en jugar, y un poco menos de la cuarta parte (23 %) considera que estar con los amigos es su principal ocupación en los ratos libres.

El 10 % se inclina a pensar que hacer deporte es la actividad fundamental del ocio de los niños. Y tan sólo creen que los niños españoles dedican su tiempo libre a escuchar música un 3 % y a leer un 2 %". (4)

"El porcentaje de la población infantil lectora de libros entre niños varones de 6 a 13 años es del 41 %, a preciándose un ligero incremento entre las niñas de ese mismo grupo de edad, un 42 %. La diferencia entre la lectura de libros entre niños y niñas de 6 a 13 años con respecto a la lectura de tebeos es abrumadora: en el conjunto nacional (España) un 72 % prefiere los tebeos al libro. Por comunidades autónomas

> Madrid y Cantabria son las zonas más lectoras, quedando para Galicia, Andalucía y Extremadura las manchas negras de los porcentajes ínfimos (5).

Pero los niños excluyen de la lista todo lo que no hacen voluntariamente, lo que hacen por obligación no por placer.

> "Para los niños es algo más simple: es todo lo que no tiene que ver con el colegio" (6).

El tiempo que dedican a la lectura es menor que el de ver la televisión. En Francia, una gran mayoría de jóvenes lee por lo menos un libro al mes.

> "Sólo un 8 % dice haber leído por lo menos 6 libros y de ellos, el 22 % entre 2 y 5" (7).

Pero muchos leen sólo por obligación, lo que les mandan en el colegio, siguiendo las directrices de los planes de estudio.

> "Un 20 % de niños de C.S.P. económicamente débiles, declaran leer por obligación" (8).

Los maestros pueden influir de forma sensible en los hábitos de lectura de los niños, aconsejándoles libros adecuados a cada edad y circunstancia.

Muchas son las razones por las que los niños, aunque se hayan aficionado a leer, pueden perder el interés por la lectura. Una fácilmente comprensible y evitable es que los

libros que se les ofrecen no están adaptados a su edad por su vocabulario o por el tema elegido, que los hacen incomprensibles y exigen de ellos un esfuerzo que les cansa pronto.

> "Si el tema del libro no les interesa, el 72 % de los jóvenes dejan de leer" (9).

II.9.I. EL JUEGO Y EL NIÑO

Desde su más tierna infancia el niño juega sin que nadie le enseñe cómo hacerlo, sólo o con gente, con o sin juguetes, pero juega, y ya nunca dejará de jugar.

Antes de vocalizar el niño se expresa con un lenguaje no verbal, mediante miradas, gestos, mímica, suspiros, risa o llanto. De este modo se relaciona con sus padres o con quienes se ocupan de él y establece una relación interactiva, que si se lleva dentro de un ambiente de afecto y comprensión contribuirá positivamente a su desarrollo.

El aprendizaje de la palabra comienza desde el momento del en que el niño nace. Y son sus padres los que deben ayudarlo a expresarse. Si un niño no habla, puede deberse a alguna

deficiencia física como la sordera, pero también puede ser debido a que los padres no le hablan o no le contestan a sus porqués.

De los 2 a los 6 años el niño juega para establecer un diálogo con todo lo que le rodea. Es el momento de la narración oral. El niño necesita que le enseñen a expresarse. Y aprende las palabras cuando le hablan, dialogan con él, contestan a sus preguntas o le cuentan cuentos.

Todos los cuentos le gustan y los personifica gracias al lenguaje, reforzado por onomatopeyas, palabras mágicas, música, ruidos, voces, etc., que el niño escucha y vive a un tiempo en dos mundos que no se interfieren, el de la realidad y el de la fantasía.

El mundo del niño de esta edad es distinto del nuestro. No distingue la diferencia entre fantasía y realidad. Para él todo es realidad.

En la etapa imaginativa, de los 6 a los 8 años, libera sus miedos, sus complejos, potenciando su yo en cuentos que emplean un lenguaje literario sugerente, claro, sencillo, musical, sensorial, afectivo, poético, desbordante de color y de luz, en los que los protagonistas son transportados durante el sueño a lugares fantásticos.

El niño de 9 años busca en el juego respuestas de afirmación o de rechazo para confirmar su personalidad. Desplaza el yo hacia cosas y personas, y llega a mentir en su

esfuerzo por conseguir la aprobación, por defender sus convicciones propias o por imitar los comportamientos de los personajes de los cuentos dándose en él al mismo tiempo interrelaciones de individualidad y socialización. Este proceso de imitación desarrolla en el niño la autodeterminación, la coherencia, la voluntariedad y la estabilidad.

En la etapa fantástico-realista, les gustan los cuentos de acción en los que se alternan el lenguaje literario y el coloquial, con descripciones de personajes que facilitan su percepción sensorial y la identificación.

El juego, ligado a conportamientos de curiosidad y de exploración, constituye el principal motor de aprendizaje y *de descubrimiento en el hombre. El hombre, demasiado* pragmático y serio, debería proponerse retornar a una vida más auténtica, más libre.

> "No es la seriedad sino el juego, la curiosidad y la exploración -factores de creación e invención- lo que sustentan los mitos, los ritos de la vida en sociedad y la ciencia misma" (14).

El juego es el principio de todo descubrimiento y de toda creación. Cuanto más auténtico es el juego más liberado se siente el jugador, que podrá creer, aprender y descubrir el mundo que le rodea si juega en libertad. Mediante el juego se

aprende a disfrutar de la belleza.

> "El hombre sólo es verdaderamente hombre cuando juega." (Friederich von Schiller).

Todos los juegos forman al niño, incluso los que parecen más violentos. Son simples modelos de convivencia social.

> "Desde que el mundo es mundo los niños de todas las culturas han imaginado que eran samurais, indios o soldados, enarbolando palos que remedaban lanzas o fusiles. Estos juegos en los que se descarga la agresividad no generan místicos de la violencia ni estimulan instintos criminales" (15).

El niño que juega siente un deseo de libertad, se entrega de modo que se olvida de cumplir con sus obligaciones.

> "Todo juego es primeramente y ante todo una acción libre. El juego mandado no es juego" (16).

Pero el niño tiene sus razones para jugar. Se siente libre en el juego, incluso cuando se somete a las reglas aceptadas voluntariamente desde los 4 o 5 años de edad. Cuando se cansa del esfuerzo realizado al superar las dificultades que el juego le ha impuesto, lo abandona también con libertad.

> "Para el niño el juego es el trabajo, el bien, el deber, el ideal de la vida" (17).

El juego es algo necesario para el pleno desarrollo del niño. Prohibírselo es atentar contra él. A través del juego se estimulan la invención personal, las iniciativas, se desarrollan personalidades creativas, independientes, libres que podrán afrontar mejor sus condiciones de vida futuras.

> "La actividad lúdica, por la interacción que supone entre comunicación y expresión creativa, libertad y autodisciplina, es de un valor inestimable para el desarrollo infantil y la futura integración sociocultural" (18).

El juego permite al niño expresar sus sentimientos, emociones, sueños y fantasías; desenterrar sus miedos, angustias, inseguridades.

La personalidad empieza a desarrollarse a partir del nacimiento y el juego tiene una importancia considerable en este proceso. No se debe impedir al niño la oportunidad de encontrar y conocer a otros niños. El niño que no juega se priva de relacionarse con los otros niños, se sentirá marginado en la escuela por no estar preparado para relacionarse con los demás.

El niño que juega, pinta, lee, ve la televisión, escucha música a su antojo, es un ser completo desde el punto de vista físico, moral y social.

Es tan malo no hacer caso a los niños, no darles afecto,

como estar pendiente de él como si fuera un dios, frenando sus iniciativas por miedo a que le ocurra algo malo. Esto no es más que una forma de expresión de una neurosis paterna, que no le permite ver que sufrir incomodidades es bueno para un desarrollo armónico. Perder es bueno si le brinda la oportunidad de afrontarlo. El niño debe afrontar las situaciones no eludirlas. Es bueno encontrar resistencias. Esta experiencia más adelante proporciona referencias. Al llegar la adolescencia el niño buscará comprensión, comunicación, pero no protección. La protección asfixiante no prepara para afrontar la realidad y conduce a la desesperación.

II.9.Z. LOS VIDEOJUEGOS

El niño dedica muchas horas de su tiempo libre a jugar en solitario. No puede pasarse por alto el problema que están presentando los videojuegos, a los que los jóvenes dedican al menos tanto tiempo como a la música.

Padres, sociólogos, pedagogos, psiquiatras, advierten de los efectos psicológicos que esta invasión social está produciendo en la juventud y está extendiendo por toda la

sociedad, incluyendo la infancia.

La interactividad de los videojuegos los hace tremendamente atrayentes. El jugador se adentra en una falsa realidad creada por otros (Sobrino, M.A., 1992), y se transforma en protagonista de la aventura. La partida jugada depende de su destreza, de su interacción con la máquina.

> "La característica diferenciadora con respecto a otros productos comunicativos es que su consumo *implica además una relación de* interactividad tecnológica con la máquina. En cierto modo podríamos empezar considerándolo, en general, como una forma de relato interactivo" (19).

El desarrollo de los videojuegos ha hecho que haya aumentado el número de ordenadores familiares.

> "2,2 millones de hogares estaban equipados en 1988. Se le están ofreciendo al niño una gama de juegos cada vez más amplia y ésta puede llegar a ser mucho mayor. Podemos predecir para los años próximos un desarrollo notable en la oferta de videojuegos dirigidos al niño, cuya edad de comenzar la utilización tiende

a bajar (hoy está entre 8 y 10 años).
No obstante el limitado éxito de juegos interactivos para el que se había previsto un desarrollo fulgurante aconseja cierta prudencia: el niño no tiene todavía un poder autónomo de compra suficiente para liberarse de las reticencias culturales de los adultos" (20).

Los concursos de televisión realizan juegos para adultos, pero son muchos los niños que los ven.

II.10. EL NIÑO Y LA FANTASIA.

El niño busca en la fantasía, además de entretenimiento, experiencias distintas de las que le ofrece la vida real. En ellas se deja llevar sin limitaciones, sin miedo al fracaso, ni al castigo. La fantasía le permite dar rienda suelta a sus impulsos, especialmente a aquellos que no pueden desplegarse fácilmente en la vida real: la violencia, el odio, el amor, sus ilusiones más profundas, sus fobias más subterráneas. En la fantasía encuentra la fuente de satisfacción adecuada a todos sus deseos.

En un primer momento el niño confunde la realidad con la fantasía. Actualmente la función socializadora que antes cumplían en exclusiva la literatura escrita y leída ha sido sustituída por la inmediatez que ofrece la televisión: el niño no necesita más cultura que la de su dedo índice para pulsar el interruptor y acceder a mundos y ámbitos que por su naturaleza y complejidad no deberían presentársele todavía en ese estado inmaduro de su desarrollo. Lo que antes era aplazado hasta la lección siguiente, es ofrecido espúreamente a consecuencia de ofertas de programación de dudoso criterio formativo. La televisión arroja indiscriminadamente mensajes visuales y auditivos a un público infantil cuya recepción de los mismos dista mucho de ser la óptima, todo lo más una recepción parcial y a menudo tóxica. Los efectos globales de esta oferta indiscriminada: mezcla de contenidos adecuados-inadecuados, mezcla de propuestas indistintas, intersecciones solapadas entre los planos real y fantástico, no se pueden predecir todavía.

> "Existen ya testimonios impresionantes
> del encabalgamiento de los dos campos
> incluso entre los telespectadores
> adultos" (21).

Antes de los 8 o 9 años el niño no está capacitado para ordenar e interpretar imágenes y antes de los 10 u 11 no puede describir coherentemente una película que ha visto.

Esto cuesta creerlo dado que puede saberse de memoria los anuncios publicitarios, pero expresa cosas que no comprende, que no sopesa con su experiencia para juzgarlas.

El niño siente curiosidad por todo aquello que desconoce e intenta darlo una explicación. La curiosidad es algo que debe fomentarse como fuente de conocimiento continuado.

Existen muchas maneras de fomentar la curiosidad. La más sencilla es, al margen de las preguntas que se hace a sí mismo el niño, hacerle otras bien elaboradas para que piense, observe y se comunique libremente, dando su contestación sin miedo a equivocarse o a hacer el ridículo. De este modo se estimula su participación, su imaginación, su fantasía y su expresividad.

La observación meticulosa le hará comprender la realidad extrínseca e intrínseca de lo que en ese momento le preocupa.

El proponerle que busque alternativas a situaciones o características de los personajes le sensibiliza, le vuelve reflexivo, le estimula a buscar causas y soluciones que serán aplicables a situaciones por las que haya pasado o pueda pasar él, a la vez que puede proponerle como oferta meramente lúdica la vía de escape de la fantasía.

II.1ƒ LA LITERATURA EN LA INFANCIA.

En la literatura infantil, la calidad artística es especialmente importante dada su función pedagógica y su papel motor en la fantasía a esa corta edad.

> "La literatura infantil debe satisfacer la fantasía del niño; crearle un mundo rico en posibilidades creativas y gratificantes" (24).

Tiene que darse una interdisciplinariedad, una armonía entre la estética y la pedagogía.

> "Sólo desde la interdisciplinariedad se puede llegar a una estética científica de la literatura infantil" (25).

En ella tienen cabida la antropología, la ecología, la sociología, la filosofía, la historia, la biología, todas las ciencias humanas. El niño debería encontar en los cuentos fantasía, realismo, ciencia ficción, fábulas, vida cotidiana: todo lo relacionado con su mundo, tanto mental como físicamente, según su edad y para acceder a su entorno, cambios sociales, escala de valores y, en definitiva, encontrar en dichas manifestaciones literarias las preguntas y las respuestas que necesita para realizarse como persona.

A través de la lectura el niño va descubriendo y

asimilando el mundo real y el irreal, dándose cuenta de dónde está la frontera entre ambos. Pero para que esto ocurra, es preciso que se le den cuentos adecuados a su comprension y a su modo de expresarse.

En 1979, Año Internacional del Niño, el IBBY especifica qué características deben tener los libros infantiles y juveniles.

Respecto a los escritores e ilustradores dice que deben pertenecer a su propia cultura para dar a sus obras un sentido de identidad personal y de grupo.

Hablan de la fantasía como de algo impensable par el buen desarrollo de la imaginación.

La literatura infantil debe promover la amistad, la paz, el entendimiento; mostrar los pueblos con sus diversos modos de vida, su herencia étnica, su historia, mitos, leyendas, folklore; preparar a los niños para vivir en armonía en un mundo independiente; hablar de las necesidades básicas y de los derechos humanos; promover la preocupación por la tierra que todos compartimos; dar a conocer las distintas clases de oficios y profesiones.

Los libros deben estimular la lectura y despertar el espíritu de investigación, asombrar al niño, hacerle reir y emocionarse.

Los personajes deben conducirle a que conozca la realidad, el misterio, la sorpresa, la guerra, la emigración, la

pobreza, la marginación, ya que esas situaciones desarrollan en los niños una relación vital con el adulto.

El niño permanece expectante ante las situaciones que viven los personajes, surgen los porqués espaciales, temporales, lingüísticos, culturales, de búsqueda del sentido de la vida, planteamientos sociales, familiares, experienciales, procesos interiores, lucha del bien y el mal, que coinciden con sus intereses, deseos, necesidades.

El niño, para recrear la obra e incorporarla a su mundo, encuentra menos dificultad cuando el protagonista es un niño como él, aunque la acción tenga lugar en otro espacio, en otro tiempo. En los protagonistas de los cuentos el niño busca modelos de identificación expresando su asombro, emoción, llanto, risa, desprecio, incomprensión, rechazo, y trata de reconstruir el cuento situando la acción del relato en un lugar de su vida, de su experiencia.

Y como la fantasía no tiene límites, los protagonistas no humanos se humanizan en el modo de vestir, de jugar, de trabajar, de comunicarse, etc.

II.12. EMISOR-RECEPTOR EN LA LITERATURA INFANTIL

El autor de literatura infantil, a quien Gorki llama artista, debe conocer las características del lenguaje infantil.

> "Mensajes que se leerán con códigos, en su mayor parte, desconocidos por sus autores, que no estaban al tanto de la realiad psicológica y cultural de sus receptores actuales" (26).

De este modo, el niño se irá interesando cada vez más en la lectura e irá desarrollando su capacidad de elección, de crítica.

La comunicación entre el texto y el lector va a estar relacionada con la función recreativa. Lo enigmático tiene que estar presente dentro de una sencillez simbólica. Y esta sencillez irá conduciendo al niño a un enriquecimiento lingüístico, estructural, temático.

Las características principales que debe tener la literatura infantil entusiasmo, cratividad, sencillez, verdad, transparencia, belleza, búsqueda del misterio, bondad, ternura, linealidad, brevedad, claridad expresiva, etc.,

> "que despierten y ayuden a su imaginación,

> que les pongan delante, de alguna forma la belleza del mundo, la bondad, la ternura" (27).

Mercedes Gómez del Manzano resume tales características en tres:

> "Intento aunar, desde la experiencia vivida con los niños, todo este conjunto de notas en tres claves que me parecen definitivas y en cierta manera las encierran: sencillez creadora, audacia poética y comunicación adecuada" (28).

La sencillez debe estar presente en toda la obra, en la estructura, la trama, el lenguaje. Pero sencillez no quiere decir simplicidad, pobreza, o estar llena de tópicos.

Los autores suelen ofrecer modelos estereotipados por no conocer la psicología del niño, sin contradicciones, problemas, un mundo no real con apariencia de real en donde no es posible el contraste ni la crítica. Esto produce en el niño una cierta insensibilidad que le impide la afectividad, la voluntad y la puesta en marcha de la inteligencia.

Pero al niño no se le puede obligar a leer de golpe. Es preciso que comience por libros en los que la imagen predomine (pre-escolar) para pasar a historietas gráficas, en las que el código y género expresivos no son asimilables, y a cuentos en los que se conjuguen texto e imagen, libros

fantásticos (ciclo inicial), literatura real (ciclo medio), aventuras en ambientes cotidianos o mundos utópicos (entre la infancia y la adolescencia).

El autor debe tener presente que el proceso comunicativo viene marcado por la relación estímulo-reacción.

En un primer momento el niño se mueve afectivamente ante el estímulo hasta que llega a la respuesta en la que se conjugan inteligencia y sensibilidad.

Lo primero que hay que hacer es brindar al niño la posibilidad de encontrarse con la lectura para que luego, mediante un proceso de profundización progresivo, pueda aficionarse. Pero esta afición difícilmente puede conseguirse sólamente en el colegio. Pues el niño tiende a rechazar como diversión aquello que le aconsejan en la escuela. El mejor ejemplo suele venir de su propia familia. Pero tampoco ella por sí sola puede estar segura de haber triunfado.

Debe llevarse a cabo una acción conjunta entre padres, educadores, encargados de bibliotecas infantiles y personalidades responsables para acercar al niño a la obra literaria, para lo que se dará al niño textos adecuados, se tendrá en cuenta el autor, el tema tratado, y la edad, nivel cultural y social, los intereses del lector, de modo que éste perciba el mensaje con claridad, para sentir placer.

El niño se enfrenta con la realidad que le brindan la

imagen y el texto íntimamente relacionados y despierta su interés. Difícilmente dejará un cuento a la mitad.

Los responsables de la educación del niño deben conocer el texto perfectamente, o las ilustraciones si no van acompañadas por texto para insistir en los campos semánticos, los colores, etc.); así como deberán poner en práctica los métodos aconsejados por investigadores para conseguir la comprensión lectora que llevará a la madurez lectora.

Una vez percibido el mensaje, el niño tomará conciencia de lo que ha leído y profundizará en la realidad mediante el lenguaje literario que le permitirá decodificar lo real, intuir y captar la verdad que hay en el texto para recapitular y enriquecerse y poder expresar la síntesis que ha realizado y verbalizarla (29).

Comprendida la realidad, relacionando y asociando ésta con la ficción, puede afirmarse que comienza la lectura comprensiva, proyectiva y crítica.

El buen libro, adecuado según la edad, suscita en el lector interrogantes tras los que buscar la verdad, le lleva al encuentro con la amistad y consigo mismo hasta que aparece la conciencia del yo. Y esto lo hace el autor mediante el juego, la comparación, la abstracción.

II.13. POR LA LECTURA A LA PERSONALIDAD.

Segun sea la evolución psicológica del niño, su desarrollo intelectual, afectivo y su capacidad de asimilación irá en aumento y su personalidad se irá difiniendo.

El autor, utilizando simbología y un lenguaje apropiado, puede tocar todos los temas, contando con la imaginación del niño. No puede olvidarse de la dimensión poética (con su papel de interiorización, que le permitirá una actitud crítica, de la que en los primeros niveles de lectura carece el niño), la evocación, que va llevar al niño a un mundo nuevo que le va a atrapar hasta que comprenda el mensaje, y le hará sentir la transferencia de su yo íntimo y social en los modelos que le ofrece el protagonista.

Poco a poco el niño va acercándose a la literatura, aunque esta aproximación sea afectiva y movida por la curiosidad.

Ante el proceso de comprensión lectora el niño verifica la realidad y ésto le produce curiosidad que le lleva a un proceso de comunicación por el que disfruta del juego imaginativo.

En el momento de leer la función poética actúa de la misma forma que el juego.

> "Desenvolvimiento de una energía que
> no puede ser usada en la realidad;
> ocasión de vivir situaciones en las

> que no hay prohibiciones o en las que los papeles están distribuídos de manera distinta" (30).

Al niño sale de la rutina y se encuentra percibiendo su identidad, reconociéndose. Y comienza el proceso de identificación. El protagonista le lleva a encontrar soluciones para sus problemas, le conducen a la fábula, a desarrollar su creatividad y a formar su personalidad.

El nivel de lectura completa se alcanza en la pre-adolescencia. Sigue dándose la transferencia del yo, pero con nuevas formas de pensar, de aprehender la realidad, gracias a la literatura infantil.

La relación entre el texto y el lector se establece desde el protagonista.

> "Y muy especialmente si el protagonista es un niño que explicita estados de ánimo, se somete a las leyes del crecimiento de la personalidad y está inmerso en un proceso de descubrimiento de la realidad o de la psiquis" (31).

Y todo esto le ayuda a desarrollar su creatividad. En la literatura infantil la comunicación se realiza a través de dos tipos de lenguaje, el conceptual y el icónico, entre los que se da una relación de mutua dependencia.

El niño capta la imagen sensorialmente, sin esfuerzo personal. Se ha debilitado su capacidad de interiorización, de respuesta al medio, y por lo tanto, puede ser manipulado.

La ilustración de los cuentos debe ofrecer diferentes tipos de connotaciones, de referencias, de valoraciones, para que el niño puede interpretarla, adentrarse en el texto y en lo que ha intuído, y poder así estructurar su pensamiento para recrear lo leído, volver a crearlo, recrearse y recrear su espíritu (32).

Sin embargo, la segunda mitad del siglo XX está caracterizada por un creciente consumo de imágenes, de historietas gráficas, de revistas infantiles, de literatura dirigida a los niños, literatura infantil. Se da un fuerte empuje a nivel internacional en la creación literaria infantil, en la producción de novelas y cuentos infantiles, fruto de la toma de conciencia de la importancia del papel del niño en la sociedad.

No debemos olvidar que ya en sus primeros años el niño accede a la lectura de la imagen y, a través de ella, llegará a la del texto literario y habrá pasado de la lectura-entretenimiento a, una vez que sea capaz de entender la obra en toda su complejidad, a la lectura que le proporcione goce interior.

Pero el niño sufre un proceso de audiovisualización consciente y otro inconsciente. El primero se desarrolla en

los momentos de formación, en la niñez y la preadolescencia. El segundo se produce simplemente porque el mundo que le rodea está audiovisaulizado (televisión, radio, cine, discos, cintas, comics, cuentos, etc,). Y esto implica que existe un cambio en el raciocinio y en la captación a través de los sentidos.

El consumo constante de imágenes visuales y auditivas dificulta la capacidad de reflexión y de raciocinio en los niños. Los niños tienen más capacidad para la aprehensión sensorial y experimental que para la intelectual y abstracta. La síntesis de las informaciones que reciben se realiza por intuiciones.

Por otro lado la audiovisualización promueva la creatividad, la capacidad evocadora, las relaciones interpersonales. Es una ayuda muy importante para la lucha contra el analfabetismo, para la promoción del juego, la música, el arte, en suma, la cultura, la educación.

Conviene vigilar el uso indiscriminado de la televisión, la supersaturación televisiva, para que el niño no se vuelva pasivo, evasivo, emotivo en exceso, irresponsable, despersonalizado, inactivo, sin voluntad.

II.14. LA ESCRITURA

El hombre es un ser "loquens", que puede comunicarse con otros seres por medio del habla, que tiene capacidad de hablar, Y es ésto lo que le distingue principalmente de los otros seres vivos.

Pero también es un ser "scribens", que puede expresar por escrito su pensamiento, comunicarse con otros hombres por medio de la escritura.

Leer no quiere decir sólamente descifrar las relaciones fonema-grafema y asociarlas, llega a más allá, a centrar la atención para reconocer el significado del texto, interpretarlo y valorarlo, utilizando el aspecto perceptual, el sintáctico y el semántico.

La escritura es el medio de comunicación más profundo, pues nos permite llegar primero a lo más íntimo de nuestro ser y luego del de los demás.

Para escribir es preciso realizar un largo proceso mental que incluye diversas situaciones: la de análisis de vivencias, la de recreación, conceptualización y volver a vivirlas, pero con cierta distancia para poder objetivarlas objetivarlas de modo que las visualicemos en en imágenes gráficas.

Para poder realizar esto es imprescindible tener una buena organización mental. Si no, no podremos transformar las experiencias y reelaborarlas.

> "Existen dos tipos de información acumulada en nuestro cerebro: la que consiste simplemente en la huella global de un acontecimiento sin más, y la secuencial, que implica la reelaboración interna de esa huella, ordenándola en función de parámetros espacio-temporales: es el lenguaje en cualquiera de sus manifestaciones" (33).

El niño capta estímulos a través de sus sentidos para conocer, aislar y memorizar de forma que luego pueda establecer relaciones entre lo captado y sus vivencias.

Hasta los 11 años el niño va generando nuevas necesidades de conocimiento. Cada campo conocido lo añade a los anteriores y los hace interdependientes, tratando de buscar sentido a su diferenciación.

El niño es un sujeto receptivo y activo, puesto que puede transformar y crear. Cuando hace un garabato disfruta por la identificación de sus deseos. Pero todavía no comunica con los otros, no puede reconocerse a través de la valoración de los otros.

Los dos primeros años el niño los ocupa en adaptarse al medio. Luego, durante varios años va desarrollando los diferentes lenguajes, asimilando el mundo y su relación con él.

A los dos años el niño representa objetos haciendo trazos con el lápiz, Y esas manifestaciones le producen placer con

una carga afectiva importante en cuanto a su relación con el adulto.

A los 3 y 4 años comienza el periodo de maduración que le lleva a la utilizar el grafismo como medio de simbolización.

A los 5 ó 6 años se produce el proceso de lecto-escritura.

De ahí que la enseñanza de ambas disciplinas deba ser simultánea.

Dice la Recomendación Internacional núm. 28:

> "...No se podrá separar la enseñanza de la lectura de la enseñanza de la lengua materna y los medios de expresión de ésta ni del aprendizaje de la escritura" (34).

No es sólo la escuela la que debe ocuparse del niño. Todos los sectores de la sociedad deberían estar implicados en dicha tarea, tomando conciencia de la importancia que tiene la etapa preescolar en su desarrollo.

No deberían olvidar la importancia que tiene el estimular el desarrollo de la educación sensorial, el tacto, el gusto, el oído, el olfato, y dando prioridad a la vista, de los hijos mediante el juego participativo, porque este aprendizaje potenciará su curiosidad e interés por el lenguaje, la lectura y la escritura.

II.15. LA POESIA INFANTIL.

El mundo poético entretiene al niño que, atraído por la sonoridad de las palabras, ve cómo se despierta su interés lector.

En un texto poético la semántica predomina sobre la pragmática y la sintaxis.

La metáfora ocupa un lugar preponderante en toda la literatura infantil, ampliamente utilizada por los autores.

Es el modo más elemental del lenguaje poético, pero el que más ayuda al niño a connaturalizarse con el lenguaje y a enriquecerse. En ella están unidos el lenguaje literario y el lenguaje fantástico.

> "La metáfora comienza a irradiar
> belleza donde su porción verdadera
> concluye" (35).

El niño se siente interesado por el sentido de la palabra, lo que le oculta el signo. Capta más fácilmente la parte psíquica, estados de ánimo, sentimientos, sensaciones, que el concepto puro que en la metáfora conduce a la evasión y al distanciamiento del mundo real.

A los 10 años el niño selecciona. A los 11 formula juicios críticos en cuanto a los símbolos y al contenido, a lo oculto de la realidad que hace que llegue a su

reconocimiento. Hace un esfuerzo por pensar para tratar de descubrir el significado de los símbolos. Cuando haya comprendido el texto podrá explicarlo a partir de signos o palabras.

El niño lector se deja llevar por las sugerencias que la poesía pone a su alcance, trata de saber la significación y connotación de las palabras para llegar al símbolo, a lo que hay más allá de la realidad, al misterio que se esconde trás las cosas sencillas.

Conviene preguntarse por la connotación, la resonancia que las palabras tienen en el niño para valorarlas.

Hay pocos poetas que dediquen obras a los niños. Pero en cambio hay muchos juegos, rimas infantiles, cancioncillas, adivinanzas, romances, romancillos que sirven para iniciarlos en el mundo de la poesía. La mayor parte de ellos están escritos con claridad, sencillez, alegraía, características de la literatura infantil. Las fábulas también son muy útiles en el proceso de desarrollo del niño. Los protagonistas son animales humanizados que se acercan al niño para brindarle enseñanzas morales. El niño conecta con ellos a través del contenido, del argumento y de la cadencia del verso.

II.16. EL TEATRO INFANTIL.

Es un teatro específicamente dirigido a las primeras edades, un teatro que trasmite en su forma y en su contenido una estética adecuada, pedagógica y lúdicamente, a la mentalidad infantil. Una propuesta cultural que tiene en cuenta los niveles madurativos de cada edad, para ajustar convenientemente tales contenidos a las diversas capacidades perceptivas y emocionales y que debe, en la medida de lo posible, dejar al margen toda posible manipulación en función de intereses de mercado, ventas, publicidad, etc, y, *en definitiva, cualquier intervención extracultural*, extrapedagógica, con fines manipulativos y de captación de intereses extraños al puro ludismo educacional de la audiencia infantil. Ya desde la escuela, la presencia de la actividad teatral en los programas de formación busca:

- El desarrollo armónico de la persona
- El enriquecimiento de su capacidad expresiva y comunicativa.
- La integración de conocimientos y la selección de materiales y recursos para la elaboración de proyectos definidos.
- La estimulación de la capacidad creativa buscando diversas soluciones a problemas técnicos y, lo que es

más importante, a los conflictos derivados del trabajo grupal.

- El desarrollo de la capacidad crítica y analítica, para establecer y conocer los códigos comunicativos, explícitos e implícitos, en cualquier forma de comunicación humana.
- La asunción por parte de niños y niñas de su protagonismo en el proceso educativo. (36).

La incidencia de la expresión teatral en la infancia moviliza las más profundas emociones y fantasías del ser humano a esa corta edad.La proyección de la personalidad en el personaje desata la capacidad de vivir, aunque sea vicariamente, y de anticipar situaciones por vivir, fomentando su desarrollo emocional y su integración anímica en un mundo de ficción, cuya irrealidad se le aparece como un variopinto y entretenido ventanal desde el que objetiva sus conflictos más íntimos y ve facilitadas todas sus proyecciones de futuro, o lo que es lo mismo, sus necesidades de realización personal.

Analizando el teatro infantil español, autores de la talla de Benavente, los hermanos Quintero, Alejandro Casona, Jimena Menéndez Pidal, Gloria Fuertes, Carmen Conde, etc. han dedicado abundantes y elocuentes páginas a cultivar un género que no por estar dedicado a los "menores" puede, sin caer en el tópico, ser calificado de género menor. (37).

BIBLIOGRAFIA II

(1) SUJOLINSKI: Nacimiento del ciudadano. Moscu, 1971.

(2) ANTON, M.: Tesis doctoral Universidad Complutense. Madrid.

(3) VIGOTSKI: Investigaciones sociológicas escogidas. 1960.

(4) CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS): Actitudes y opiniones de los españoles ante la infancia. Octubre, 1961.

(5) CENDAN PAZOS, F.: Medio siglo de libros infantiles y juveniles. España 1935-85. Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

(6) CENTRE D'ESTUDES ET DE COMMUNICATION: L'enfant-la télévision-les dessins animés. Les loisirs-enfants en 1989. Ministère de la Jeunesse et des Sports. Ministère de la Culture.

INSEE. UNAT. VVF. CENAM. Association Française du Livre. CNDP. INA. FEC. Fédération Sportives. 1989.

(7) CEC: Op. Cit. Pág. 1.

(8) CEC: Op. Cit. Pág. 6.

(9) CEC: Op. Cit. Pág. 6.

(10) CEC: Op. Cit. Pág. 12.

(11) CEC: Op. Cit. Pág. 24.

(12) CEC: Op. Cit. Pág. 24.

(13) CEC: Op. Cit. Pág. 24.

(14) MAURIRAS-BOUSQUET: Un oasis de dicha. El juego. En: El Correo de la UNESCO. Mayo 1991.

(15) SCHEINES, G.: Las reglas del juego. El juego. En: El Correo de la UNESCO. Mayo 1991.

(16) HUZINGA, J.: Homo Ludens. Essai sur la fonction sociale ju jeu. Gallimard. París,

1951.

(17) CLAPAREDE, E.: Psychologie de l'enfant et pédagogie expérimentale, Delachaux et Niestlé. Neuchatel, 1951.

(18) DINELLO, R.: Las ludotecas en América Latina. El juego. En: El Correo de la UNESCO. Mayo 1991.

(19) SOBRINO, M.A.: Problemas teóricos y metodológicos que se plantean en la investigación de algunos de los nuevos productos informacionales de uso comunicativo. III Simposio de la AICE. La investigación en la Comunicación. Madrid, abril 1992.

(20) CEC: Op. Cit. Pág. 11.

(21) VAZQUEZ FREIRE, M.: Televisión, niños y escuela. Cuadernos de Pedagogía. N. 61. Pág. 8 Enero 1980.

(22) GOMEZ DEL MANZANO, M.: El protagonista niño en la literatura infantil del siglo XX.

Incidencias en la personalidad del niño lector. Narcea. Madrid, 1987. Pág. 185.

(23) MARTIN SERRANO, M.: La participación de los medios audiovisuales en la construcción de la visión del mundo de los niños. Medios de comunicación audiovisual. Infancia y Sociedad. N. 3. Madrid, 1990.

(24) DECLARACION DEL IBBY: En el Año Internacional del Niño. 1979.

(25) HELD, J.: Los niños y la literatura fantástica. Función y poder de lo imaginario. Paidós. Buenos Aires, 1981.

(26) AMO, M. del: Rastro de Dios. Ed. S.M. Colección El Barco de Vapor Azul. Madrid, 1982. Pág. 6.

(27) GOMEZ DEL MANZANO: Entrevista personal realizada en 1992.

(28) GOMEZ DEL MANZANO: Op. Cit. 1992.

(29) CARRETER, Lázaro: En: Vida Escolar. N. 26 marzo 1981.

(30) MERLO, J.C.: La literatura infantil y su problemática. Ateneo. Buenos Aires, 1976. Pág. 38.

(31) DUBROVKI, S.: Pourquoi la nouvelle critique? En: Mercurie de France. París, 1967. Pág. 123.

(32) LAIN ENTRALGO, P.: La aventura de leer. Espasa Calpe. Madrid, 1964. Pág. 9.

(33) TERRADELLAS, R.: La enseñanza de la escritura. Enciclopedia de Educación preescolar. Diagonal/Santillana. Madrid, 1986.

(34) GONZALEZ PORTAL, N.D.: Dificultades en el aprendizaje de la lectura. SP del MEC. Madrid, 1985.

(35) BARRIENTOS, C.: Descubrimiento de la poesía en el aula.

(36) HERANS DIAZ, C.: Juegos/vida. Teatro/niños y niñas. En: Infancia y Sociedad. N. 7. Ministerio de Asuntos Sociales. 1991.

(37) CERVERA, J.: Historia crítica del teatro infantil español. Editora Nacional. Madrid, 1984.

CAPITULO III

III EXAMEN DE LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS NIÑOS

III.1. INTRODUCCION.

El mundo contemporáneo se encuentra inmerso en un proceso de cambio contínuo, debido a la irrupción y al creciente desarrollo de las nuevas tecnologías. A finales de los 80, los avances tecnológicos inundaron nuestros hogares y nuestras vidas.

El poder de atracción de los medios de comunicación es enorme y más aún cuando el colectivo al que se dirigen los mensajes es el de los niños.

De ahí que no haya cesado, es más que haya aumentado la preocupación de instituciones, investigadores, etc., por los efectos de los medios en los niños.

No vamos a detenernos en este estucdio en los efectos de la televisión en el mundo infantil, de qué forma o en qué medida afecta la televisión su comportamiento, creencias y valores, tan sólo comentaremos lo que opinan de ello algunos estudiosos de la materia.

Pero si nos detendremos en el uso que hace el niño de la televisión, el tiempo que dedica a verla y que, por tanto, no dedica a otras cosas que serían buenas para él, como la lectura; y, sobre todo, qué piden los niños a la televisión, dado que el niño no es un sujeto pasivo que recibe todo lo que le dan, puesto que nunca perderá su derecho a cambiar de canal.

III.2. LA PROGRAMACION INFANTIL COMO FUENTE DE COMUNICACION

La televisión cobra una dimensión cultural al permitir a los niños comentar unos con otros lo que han visto en los distintos programas, esto es, al ayudarles a comunicarse.

Tiene también una dimensión afectiva, a ser la acompañante del niño durante muchas horas en las que sustituye a los padres y hace de "baby sitter".

La dimensión informativa la cumple al tenerles al tanto de lo que ocurre en el mundo.

Y por último, tiene una dimensión de entretenimiento.

> "La televisión es una fuente múltiple:
> fuente de distracción (función recreativa),
> fuente de información (función educativa),
> fuente de relación (función afectiva),
> fuente de comunicación (función cultural) (1)

III.3. FACTORES QUE INTERVIENEN EN EL USO DE LA TELEVISION.

Son muchos los factores que inciden en el uso y aprovechamiento de la televisión por parte del público infantil. Los más importantes son el nivel socioeconómico, el coeficiente intelectual y la edad.

a) El nivel socioeconómico:

Existe una notable diferencia en los hábitos de ver televisión entre niños según la clave social a la que pertenezcan. Los niños pertenecientes a un nivel socioeconómico más bajo ven la televisión más a menudo que los que pertenecen a uno más alto (2).

b) El coeficiente intelectual:

La facilidad para aprender está relacionada con la inteligencia. Los niños que tienen un coeficiente intelectual más alto ven la televisión de forma selectiva, haciendo de ella uno más de los medios en los que buscan información.

c) La edad:

El grado de asimilación de los mensajes televisivos es directamente proporcional a la edad del receptor, en función de la capacidad congnitiva que proporciona la madurez. En la primera etapa de escolaridad, por ejemplo, los niños suelen ver la TV de 15 a 25 horas semanales, descendiendo sensiblemente durante los adolescencia.

III.4. EL LENGUAJE TELEVISIVO Y LA INFANCIA.

El lenguaje o sistema de símbolos que utiliza la televisión es diferente del que se emplea en los libros y el lenguaje hablado.

> "Ese lenguaje se dirige a los niveles más concretos de las estructuras cognitivas del individuo y, quizá requiere que éste tenga unas aptitudes mentales diferentes de las que suscitan los sistemas de símbolos de otros medios educativos. (3)

Debe tenerse en cuenta el ambiente social que influye sobre el significado, los efectos del mensaje y los mensajes de retroinformación.

En el citado estudio que realizó Salomon en 1977 en Israel, descubrió que los niños de clase popular de 5 años que veían con sus madres Sesame Street aprendían más que los que lo veían solos, casi tanto como los de clase media.

> "Pueden señalarse tres componentes principales en el proceso de comunicación o educación: el insumo, el producto y el proceso o actividad de mediación que relaciona los otros dos." (4)

Sociólogos, especialistas en el comportamiento, psicólogos, padres y maestros han tratado de evaluar mediante métodos empíricos los programas de televisión dedicados a los niños. Y dado que los niños dedican una cantidad de tiempo cotidiano de considerables proporciones a ver la televisión, el temor más generalizado en todos los países y que está llevando a serias investigaciones para tratar de evitarlo, es que ese consumo en actitud pasiva ante los medios pueda traer consecuencias negativas a la infancia:

> "una supuesta pasividad cognoscitiva o mental. Se teme que la imagen o el flujo de imágenes tengan una influencia sobre la imaginación del niño, de forma que la capacidad de crear imágenes de sí mismos se está atrofiando. Otros creen que los contactos del niño con el lenguaje y su capacidad de expresarse de una forma lingüísticamente adecuada está disminuyendo. Hay otros que están convencidos de que el hecho de que los niños vean más televisión hace que éstos lean con menos frecuencia. También hay una preocupación sobre el posible efecto de la televisión,

> inhibiendo la capacidad del niño para el pensamiento abstracto, debido a un puro deterioro fisiológico de las funciones del cerebro... Algunos piensan que la actividad física y el movimiento están generalmente disminuyendo debido a que el uso de los medios significa estar sentado sin moverse. Otros mantienen que los jóvenes no duermen bastante... Otro temor es que el trato social está reduciéndose: los medios nos aíslan más y más. (5)

Según un estudio de Gahlin realizado en 1983, por término medio, en Suecia, los adolescentes han pasado a lo largo de su vida unas 8.000 horas ante el televisor frente a unas 10.000 en el aula. Los niños de nueve a catorce años utilizan los medios un poco menos de cuatro horas al día.

El 80 % de los niños de 9 a 14 años ven una media al día de programas para adultos.

Los niños entre 3 y 8 años ven programas de niños mayores porque ha disminuído la producción para ellos.

En Suecia no se permite la publicidad en los dos canales de la televisión nacional.

En Francia sólo un 2,17 % de los niños de 4-12 años no ve la televisión (según encuesta del Centre d'Etudes et de

Communication, 1989). Para el 97.83 % restante de los encuestados la televisión es su forma de pasar el tiempo libre. (6).

En España, según el primer estudio realizado en 1979 acerca de hábitos de lectura que daba cifras referidas a la población comprendida entre los 5 y los 13 años, el 34 % de los niños de 6 años y el 20 % de los de 13 años no tenía un solo libro. (7).

III.5. INTERES DE LOS NIÑOS POR LA TELEVISION

Sería conveniente que padres y maestros aprovecháramos el interés de los niños por la pantalla de la televisión.

> "Los medios de comunicación infantiles y juveniles han de ser educativos, ya que van dirigidos a un público que se encuentra en una importante fase de formación; por eso es el mejor momento de encauzarles hacia lo noble, para enseñarles normas de vida, para educarles su sensibilidad e inculcarles el respeto hacia todo cuanto en la vida debe

> respetarse. Además, los medios han de ser recreativos. No se debe de dudar que lo educativo y recreativo han de servirse el uno al otro, pero nunca cambiando el orden expuesto". (8)

Antes de los cuatro años el niño reconoce imágenes de cuentos y dibujos animados. Aprende a repetir sonidos y movimientos. Por eso los programas dedicados a niños de esta edad deberían brindarles imágenes sensoriales, con animales, niños, etc. Los cuentos, titeres, poemas, no deberían faltar.

Poco a poco empieza a hacer suyos valores culturales que serán su marco de referencia.

Durante los dos años siguientes el niño desarrolla la creatividad y entra en contacto con los objetos y las personas que le rodean. Da vida a los objetos inanimados. Le gustan las mascotas que le hablan, que le dan consejos. Durante un tiempo confunde la realidad con la fantasía.
Les gustan los dibujos animados de animales, muñecos o niños en lo que la acción se limita a golpes, porrazos, etc. que les empujan a la risa.

Ya empiezan a mostrar interés en dibujos de aventuras, documentales sobre animales, naturaleza, peliculas infantiles en que los personajes no tienen complicaciones, donde lo principal es la emoción. El protagonista es un héroe bueno,

fuerte, que actúa según normas morales y realiza acciones difíciles, con peligro, o viajes espaciales hacia mundos diferentes o tiempos diferentes.

Es a partir de los nueve años cuando llega la etapa de socialización en la que el niño se interesa por el mundo exterior. Se identifica con los protagonistas de historias y experimenta sus vivencias. El niño se interesa por programas policíacos, por comedias.

A partir de los doce años el niño empieza a sentir amor por la naturaleza, la música, el arte. Es el momento de fomentar sus actividades creativas. Y esto deberían tenerlo en cuenta los productores de programas infantiles.

> "La mayoría de los productores se sienten completamente indiferentes ante los efectos de sus programas sobre el público, considerando que este aspecto es responsabilidad de los padres o de la cadena". (9)

La mayor parte de la programación que ven los niños no está destinada a ellos sino a adultos.

> "Los niños... son mirones de escenas pensadas para otros ojos, son orejas que escuchan palabras destinadas a otros oídos". (10)

Y los niños todavía no saben distinguir entre lo que es

puramente fantasía o realidad, no pueden relacionarlo con su experiencia, con lo que han aprendido durante su vida.

La televisión influye en el comportamiento infantil tanto en sentido positivo como negativo, en su salud mental, en su cultura. Debemos luchar para que los individuos no permanezcan pasivos delante de la pantalla.

> "Para aprovechar la televisión es preciso conocerla y criticarla. Así romperemos con el aburrimiento y la justificación". (11)

El espectador debe ser crítico, participar en el proceso de comunicación.

> "La actitud crítica del estudiante, como talante irrenunciable, se traducirá en la superación de la tendencia a la mera receptividad pasiva, en la actitud siempre inquisitiva y, provisionalemente al menos, insatisfecha". (12)

La televisión debe formar parte de las enseñanzas de la escuela. No sólo los alumnos, también los padres y profesores deben conocer la televisión. No pueden vivir ajenos al poder de las nuevas tecnologías. Del mismo modo que los productores deben tener conciencia que se enfrentan a un público preparado que les va a pedir cuentas de la información que

les proporciona.

Es preciso estudiar los medios para descubrir sus efectos positivos y negativos, enjuiciar situaciones equivocadas y proponer otras alternativas. La Didáctica de la Comunicación

> "constituye un nuevo terreno de investigación, de enseñanza y de aprendizaje en la universidad y en la escuela". (13)

Por un lado el receptor se olvida de los problemas del mundo real, desaparecen sus temores y ansiedades y llega a sentir placer pero, por otro, al presentarle también problemas del mundo real, se siente más consciente de sus temores. Aunque también le ayuda a enfocar mejor sus propios problemas.

En lo que respecta al niño, éste presta más atención a las cosas nuevas relacionadas con sus actividades. El mensaje a ofrecer resulta más sencillo cuando el protagonista es también niño pues se identifica fácilmente con él, llegando a experimentar en su propio ser las aventuras por las que pasa el héroe al que admira y en el que encuentra todo aquello que él no tiene y desea tener. La respuesta a los estímulos variará en mayor o menor medida según la situación social, cultural y familiar del niño. En el caso de los niños inseguros, los que tienen dificultades para hacer amigos, los que de una manera o de otra se sienten rechazados por los

compañeros, son los que más televisión ven. (14)

En el periodo de socialización en que se encuentra el niño, van a hacer que se familiarice con su cultura, con las normas que le van a imponer en su vida de adulto. Y esto le produce miedo. Y él va a buscar en la televisión la satisfacción que no pueden encontrar en otros sitios, la huída del mundo real que le oprime, que le asusta. La televisión se transforma en su amiga, su cómplice, la intrépida que le lleva a disfrutar de aventuras que sus amigos viven y a ellos les están vedados. Se identifican con héroes, se alejan de los problemas que les asfixian y encuentran en ella descanso, olvido de sus limitaciones, suma todos los placeres imaginables.

Además saben que al día siguiente van a poder hablar de lo que han visto y que, quizá otros niños no han podido ver. Se sienten importantes al ser preguntados por los amigos acerca de éste o de aquél programa que a ellos les tienen prohibido.

Encuentran en ella entretenimiento e información. Pero ésta no la buscan, más bien la rechazan si se dan cuenta de que son programas para instruirles.

El niño se encuentra en periodo de socialización. Con la televisión se familiariza con su cultura y con las normas que

le van a imponer en su vida de adulto.

Los medios de comunicación de masas constituyen un instrumento ideológico de poder al servicio de los intereses de la clase dominante. Ellos marcan a los niños patrones de conducta a seguir en un periodo de su formación en el que no tienen capacidad de respuesta ni de crítica a los mensajes recibidos, y les hacen formarse una idea de su mundo contrapuesta, en muchas ocasiones, a la que reciben de los padres y maestros.

> "En la praxis los media conllevan el riesgo de dar las cosas hechas, y de presentarlas -la televisión, en extremo- de forma mágica, de suerte que su penetración queda asegurada casi siempre". (15).

El enfoque tecnológico del progreso humano ha restringido la inventiva y la imaginación libres. Un mensaje domina los medios de comunicación de masas: "consuma". El niño no crea, sólo consume.

> "En opinión de los profesores Himmelweit, Oppenheim y Vince, (según Alonso Erausquin y otros, 1981) (16):

1. El simple hecho de mirar la televisión conlleva una actitud mental pasiva; el niños sentado, estático y con la boca abierta, consume todo lo que aparece y absorbe como una esponja el contenido de la programación.
2. La televisión puede propiciar en el niño una preferencia por la vida fabricada, en detrimento de su propia experiencia. Le basta con apretar un botón para que lleguen hasta él espectáculos, personas y acontecimientos. Esto le habitúa al gusto por aprender de segunda mano las cosas, sin verse obligado a realizar el esfuerzo de ver y actuar por su cuenta.
3. Por consiguiente, la televisión provoca una actitud de espectador pasivo y una pérdida de iniciativa. Si por cualquier razón el niño, ya condicionado, carece de posibilidad

de contemplar la televisión, su elección se dirigia a otras actividades de espectador pasivo: cine, radio, etc., antes de dedicarse a un empleo activo de su tiempo.

4. La televisión incapacita al niño para auténticas emociones; de hecho, está siendo continuamente bombardeado por una gran variedad de estímulos; cualquiera de éstos podrá provocar su interés, pero el niño no traducirá esta llamada en acción ya que será distraído por otro estímulo pasivo".

Pedagogos franceses afirman que los resultados escolares son inversamente proporcionales al número de horas pasadas frente al televisor.

Los niños franceses dedican la mayor parte de su tiempo libre a ver la televisión, cerca de 3 horas diarias.

"... una media de 20 horas por semana, esto es, unas 2 horas 45 minutos por día (inferior al tiempo que dedican los adultos, que es de 3 horas 30 minutos.

"Este horario medio difiere según los meses (la televisión se ve más en invierno que en verano) y según el lugar de residencia (campo o ciudad) (17)

Si al cabo de la semana tienen 45 horas de tiempo libre, la televisión ocupa el 42'5 % del mismo.

"En periodo escolar, un niño de primaria (6 a 11 años) pasa de media:
9 horas 30 minutos en centros educativos,
9 horas 30 minutos durmiendo
1 horas 30 minutos comiendo.
"A las 3 horas 30 minutos de tiempo libre diario, hay que añadirle los miércoles, sábados después de comer y domingos para obtener una media semanal de 45 horas. (18)

Si en el periodo escolar dedican más de las 2/5 partes del tiempo libre a ver la televisión, en vacaciones la media varía, porque nos se van de vacaciones a lugares donde no tienen televisión, otros se pasan el día fuera de casa y otros no se separan de la pantalla.

"El tiempo libre que dedican a ver la televisión el 60 % de ellos disminuye de un 30 a un 10 % de su tiempo libre (excepcionalmente llega a suprimirse)." (19)

Estas estadísticas son incluso más preocupantes en España, donde se calcula que los niños están frente a la pantalla una media de tres horas y treinta y siete minutos al día. Habiendo pasado de 1984 a 1985 la media de tres horas (21 horas semanales a 3 horas y quince minutos. Esto sin tener en cuenta el tiempo que dedican a ver vídeo o a jugar con los video-juegos. (20)

> "Se calcula que un niño nacido hoy, cuando tenga dieciocho años, habrá pasado más tiempo ante el televisor que en cualquier otra actividad, incluso, durmiendo. ¿Cuáles son y cuáles van a ser los efectos de tan continuado contacto?". (21)

A pesar de los continuos estudios de audiencia que se realizan en todo el mundo y, aunque los resultados de las encuestas no sean del todo exactos, podemos afirmar que los niños pasan la tercera parte del tiempo que están despiertos viendo la televisión.

III.6. LA EDUCACION Y LA TELEVISION

Hasta hace pocos años, la educación era ejercida directamente por los padres, los maestros, las instituciones religiosas. Ellos estabam encargados de transmitir e imponer las normas de conducta.

Hoy, la televisión se ha transformado en el tercer agente socializador del niño. Encendida les veinticuatro horas del día, marca las pautas de conducta, forma su conciencia, dándole una determinada visión del mundo, sin tener en cuenta la situación personal del que recibe los mensajes.

Así, hemos pasado de una forma de comunicación personal, individualizada, a otra universal, en la que el receptor, que tiene acceso a todo el universo desde su casa, permanece aislado, atrapado por la televisión.

Este aprendizaje observacional al que se somete al niño, sin control por parte de la mayoría de los padres, lleva a nuestros pequeños a imitar el comportamiento de sus héroes televisivos, o a asimilarlo para, si tiene ocasión, ponerlo en práctica.

En el mundo de los niños, la televisión representa la realidad. Resulta muy difícl para ellos distinguir lo real de lo fantástico. Si están viendo que sus héroes resuelven sus problemas utilizando la violencia, no resulta extraño que ellos respondan con agresividad cuando se les presentan las mismas situaciones, aunque haya teorías que no culpan a la televisión de la agresividad infantil y juvenil.

> "La tesis más tradicional mantenía que la culpa de la violencia que hay hoy en el mundo es consecuencia de la influencia de la televisión, sobre todo sobre la infancia y la juventud. Sin embargo, psicólogos y psiquiatras más progresistas tratan de justificar la aparición en la pequeña pantalla de la violencia como antídoto relajante y parachoques de tanta agresividad reprimida como existe en las personas en la actualidad. Ambas tesis, aunque discordantes, llegan a una misma conclusión: la influencia de la televisión, para bien o para mal, por lo que a la violencia se refiere". (22)

Las actividades culturales y deportivas, los juegos

callejeros, que les permitían el contacto con otros niños, el conocer otros puntos de vista, otros intereses, el intercambio de vivencias, han dado paso a la diversión en soledad, en silencio.

Los medios de comunicación deberían tener en cuenta a a sus audiencias, a quién dirigen sus mensajes. La edad del receptor debería ser tenido como el elemento condicionante del mensaje por excelencia. Pero parece que sólo se piensa en él cuando se hacen estudios de audiencia con el fin de ver si ésta ha aumentado, no si la sociedad, esa parte de la sociedad que nos interesa, está debidamente informada.

> "La existencia de una información en una sociedad puede tener diferentes significados y diferentes finalidades, pero si, en definitiva, no consigue unir a los hombres con una finalidad concreta, común, buscando el ser plenamente hombres, la información deja de ser auténticamente social". (23)

En el 78% de los hogares españoles el televisor está conectado constantemente.

The New York Times publicó el 11 de abril de 1950 un

estudio de la UPA (United Parents Association of New York City) de la ciudad de Nueva York que decía:

> "Los niños de 5 a 6 años dedican, por regla general y término medio, cuatro horas diarias a mirar televisión; a los 7 años, dos horas y media; a los o, tres horas y media; a los 9, dos horas y media a tres horas; y de 10 a 13 años, tres horas". (24)

Posteriores investigaciones han demostrado que esta cifra ha aumentado en lugar de descender.

Según un estudio de la UNESCO de 1965, los niños entre 6 y 16 años dedican a estar sentados frente a la pantalla de 12 a 24 horas semanales.

> "Un niño nacido hoy, cuando tenga 19 años, habrá pasado más tiempo ante el televisor que en cualquier otra actividad, incluso durmiendo". (25)

Las cifras obtenidas en Europa son alarmantes.

En Francia:

> "Los niños franceses comprendidos entre los 8 y 14 años dedicaban 16 horas semanales a ver la televisión. (26)

En la República Federal Alemana:

"Los escolares entre 8 y 13 años ven la televisión una hora y media al día. (27)

En España:

"En 1978 el 88% de la población de 14 años en adelante dedicaba 17 horas semanales a ver la televisión. (28)

Los efectos podrán medirse cuando hayan pasado algunos años, aunque ya conocemos el problema de la teleadicción.

Hay investigadores que dicen que un exceso de televisión puede contribuir a un descenso del rendimiento escolar (29), otros piensan que las principales consecuencias de la teleadicción son la falta de inciativa a la hora de inventar juegos, incapacidad de crítica ante lo que se ve o pereza, que incide tanto en los juegos como en el lenguaje y en el razonamiento sobre el propio entorno. También son a considerar el desinterés y la simplificación de la escala de valores.

"El fenómeno de la teleadicción por el cual los niños pasan más tiempo delante del televisor que en las aulas es de motivación compleja y funcionamiento muy variado" (30).

Así pues, no es un problema de simple tratamiento. Sobre

III.7. LA TELEVISION Y LA VIOLENCIA.

Existen muchas teorías acerca de si la televisión engendra violencia o no.

Pero, en cualquier caso, esta violencia no se encuentra sólo en los programas infantiles. Y el niño la recibe del mismo modo, ya que tiene acceso a la programación de los adultos.

Se ha tratado el tema de los efectos de la televisión en los niños dependiendo de diversos factores, pero conviene distinguir los diversos tipos de violencia: física, psicológica y moral.

A pesar de que la que más abunda es la violencia física, es fácil encontrar muestras de las otras dos en los dibujos infantiles, especialmente de la psicológica.

En los dibujos animados japoneses se aprecian con claridad las tres clases de violencia:

1. La violencia física: el protagonista hace uso de la violencia -golpes, patadas, puñetazos, armas- para combatir el mal, personalizado en su enemigo o adversario. Utiliza los mismo medios que el malo para librarse de él. Se aprecia claramente una lección negativa: El fin justifica los medios. El presentar la violencia como instrumento para conseguir el bien, el éxito, lleva a conductas imitativas. Pero hay algo muy importante para el niño y que siempre está presente en los dibujos animados: el triunfo del bueno. Y se podría

añadir algo más importante, que ocurre en la mayor parte de los dibujos animados, "los superhéroes", hasta en las películas de "Tom y Jerry": para cuidar el medio ambiente, lo destruyen. Sólo que al poco todo vuelve a estar como antes. Pasan breves instantes, y todo lo destruido vuelve a estar como estaba antes de la pelea, guerra atómica, bacteriológica, etc.

2. La violencia psíquica o moral: el protagonista ridiculiza, desprecia, humilla, amenaza, presiona, insulta, se burla del enemigo. Este tipo de vilencia no suele darse en los dibujos americanos.

Los protagonistas de los dibujos animados, tanto buenos como malos son en su mayoría hombres y ésto refuerza la idea del hombre agresivo. De ahí que a los niños les gusten más que a las niñas las películas de violencia, de luchas, de guerras, de muertes, de destrucción.

La Comisión Eisenhower sobre Causas y Prevención de la Violencia estudió este problema. En 1969 se condenaron la aparición de elementos de violencia en programas infantiles. Como consecuencia de ello la violencia disminuyó efectivamente en los programas, pero aumentó en los dibujos animados.

Existen quejas contínuas acerca de si la televisión genera o no genera violencia, pero la violencia existe dondequiera que el niño mire.

Hay estudios que demuestran que la televisión genera violencia, otros que no.

En este estudio se va a partir del número de horas que los pequeños pasan frente al televisor para tratar de aprovecharlas para algo positivo, lejos de debates sobre la subjetividad o la objetividad de las observaciones sociológicas o las monografías psicológicas. Ya está todo debatido y discutido.

Se han sacado ciertas conclusiones después de haber estudiado con detenimiento lo que opinan al respecto especialistas en el tema, respondiendo a nuestras preguntas oralmente o por escrito.

Si la violencia que el niño percibe está relacionada con la acción que ven como simples espectadores, no les implica personalmente. Les permite continuar en una situación imaginaria. Este tipo de violencia es aceptada de diferente manera por los niños y las niñas.

> "Entre 7 y 9 años el porcentaje de niñas que rechazan las peleas tiende a disminuir (7-9 años es la edad de la acción, del movimiento, del juego colectivo, a veces mixto." (31)

Cuando estas peleas son con sangre, casi todos los niños las rechazan. Sólo a algunos les gustan. Pero no es seguro que no lo digan para llamar la atención.

La violencia psicológica se utiliza de forma humillante por determinados personajes. La relación dominante-dominado resultante, enfrenta al niño a relaciones de fuerza que no conoce y cuando la víctima llega a la locura, el niño la

rechaza abiertamente, toma postura hacia lo que está viendo. Este tipo de violencia es más problemática, porque el niño la ve posible, piensa que puede llevarle a experiencias personales. Y esta proyección al mundo real le angustia.

> "Esta violencia traspasa los dibujos animados. El niño ya no es sólo espectador, se le caza y se le lleva a la angustia." (32)

Y esto mismo ocurre cuando se representan escenas de separación, las lágrimas asoman a los ojos infantiles al relacionarse con circunstancias parecidas.

El niño tiene miedo de que a él pueda sucederle lo mismo. Teme la separación de sus padres, la muerte, las preocupaciones, los contactos peligrosos, la destrucción, las enfermedades.

III.8. LA VIOLENCIA Y EL NIÑO.

Médicos, sociólogos y psicólogos califican al niño y al anciano como población de riesgo en cuanto al consumo de imágenes televisivas se refiere.

Nosotros vamos a tratar sólo lo relacionado con la población infantil, tema de nuestra tesis.

Nuestros niños ven unas 16 horas de televisión a la semana, dos horas más que la media de los países integrantes de la CE. Entre los 2 y los 10 años se da un aumento progresivo de tiempo que los niños pasan ante el televisor (25-30 horas semanales). En ese mismo periodo de tiempo el niño está en el colegio unas 900 horas.

Y es a esas edades cuando el niño adquiere modelos de conducta por imitación. Fruto de esto es el empobrecimiento de la comunicación familiar y el aumento de la violencia verbal y física y el aumento y potenciación de pesadillas, pasividad y conducta imitativa. (33).

Los pediatras afirman que todavía se desconocen los efectos a largo plazo. Los efectos inmediatos pueden provocar temores, miedos infundados, transtornos del sueño, alteración de hábitos de alimentación, disminución de actividad corporal.

Ya hemos visto que según sea el grado de formación de los

padres, aumentará o disminuirá el número de horas que los niños dedican a ver la televisón.

Según la Asociación Española de Pediatría, el abuso de televisión en los niños ha traído consigo una nueva patología propia de la infancia. La televisión influye en niños y jóvenes a la hora de resolver sus problemas. Según este estudio realizado por psiquiatras españoles existe una relación positiva entre la violencia en la televisión y la conducta agresiva.

Las cadenas españolas emiten más de 90 escenas violentas cada día y son los dibujos animados y las películas los que contienen más agresividad.

La televisión supone para el niño un bloqueo del movimiento. Ante el televisor el niño permanece sentado con el cuello inmóvil, el campo visual constreñido, recibiendo mensajes audiovisuales que no puede analizar ni comparar coherentemente. (34).

III.9. OTRO ASPECTO DEL PROBLEMA: TELEVISION BABY-SITTER.

¿Cuál es en realidad la relación padres-hijos actualmente? Es preocupante. Debido a las muchas obligaciones del padre, a que la madre trabaja, los adultos responsables de los niños están obligados a faltar del hogar durante muchas horas. Esas horas, los pequeños las pasan sentados ante el televisor, a quien los padres les confían en la seguridad de que no van a hacer otra cosa hasta que vuelvan.

Esto lleva a un sentido de culpabilidad por parte de la sociedad acerca de qué es lo que estamos dando a los niños y de si no convendría que tratáramos de cambiar el plano de entretenimiento que la televisión ofrece por otro educativo, satisfactorio y serio. Una televisión perfecta, que muestre a los niños una sociedad perfecta buscando que de ese modo se refuercen los contactos padres-hijos. Pero esto no hará más que reforzar la desigualdad entre niños.

La televisión educativa dirigida por una mano y un cerebro superior que piensa en el "bien de todos" nos libraría de un papel terriblemente difícil que debería ser ineludible: inculcar los valores y modelos a nuestros hijos.

Pero en lugar de eso, reforzamos el papel que tiene la televisón haciéndola más atractiva a fuerza de dibujos animados cada vez más violentos y ruidosos. Y los niños viven

envueltos en violencia.

Si dejamos esto en manos de la televisión "baby-sitter-, entraña un peligro que debemos tener en cuenta. El niño tiene necesidad de jugar, de reir, de evadirse de problemas. Y encuentra en la televisión todo esto.

Los adultos, que han ofrecido estas satisfacciones a los niños ahora quieren quitársela. Quieren transformar la televisión en una prolongación del colegio. Pero el niño, que puede cambiar canales a su antojo, que está solo ante el televisor, elegirá el canal que le brinde lo que necesita: momentos de ocio, de fantasía.

La función recreativa de la televisión es sin duda positiva. Sólo hay que evitar el exceso de horas.

No se trata de dar a los niños una visión falsa, empalagosa de la vida, sino de intentar mostrarles la realidad que les espera, pero la suya, no la importada de otros países, con otras culturas.

La televisión educativa entraña riesgos por parte de los adultos y desinterés por parte de los niños, que poco a poco se ven más y más abandonados en las tareas educativas en manos de la siempre encendida pantalla de televisión.

Pero los adultos se quejan y piden una televisión menos recreativa y más educativa, quizá para confiarle sus hijos sin tantos remordimientos, y ésto no atrae a los niños. Ellos quieren seguir encontrando en ella el placer, el medio que

les va a permitir comunicarse con sus compañeros en el colegio, ya que con sus padres no pueden hacerlo, pues ellos no entienden de dibujos animados. De aquí la ruptura con el mundo de los padres, el nacimiento de la nueva cultura de los niños.

¿Y quién es el culpable de esto? El niño no. El niño habla de lo que conoce. Y sus padres le han entregado a su "baby-sitter" durante años. Y resulta que su "baby-sitter" le enseña las mismas cosas que a los otros niños, pues es la misma. Y esto les permite comunicarse entre ellos de cosas que sus mayores no comprenden, porque están haciendo otras cosas para ellos más importantes que sentarse con sus hijos a ver los programas infantiles para poder comentarlos después.

El adocenamiento, mansedumbre y la falta de capacidad de respuesta inmediata a estímulos ni domésticos ni prefabricados, son las lógicas consecuencias del "endiosamiento" de la televisión como ama de cría omnipresente, onmisciente y tan paradójicamente sumisa como lo permita el mando a distancia. La sensación de placentero yugo al mezclarse con ese aparente control y dominio sobre el aparato, bloquea hasta tal punto el libre albedrío del niño que éste, lejos de hacer frente a esa confusa relación amo-esclavo, se deja llenar su tiempo y su libertad por contenidos que, de recibir el natural y necesario filtro de su conciencia, jamás habrían podido absorberle de esa forma.

III.10. LA PUBLICIDAD Y LA PROGRAMACION INFANTIL.

La publicidad es una forma de comunicación, que nos recuerda constantemente la existencia de productos a fin de que los consumidores, llegado el momento de decidir la adquisición, recuerde la marca anunciada.

La publicidad infantil es la que está dirigida a niños de cuatro a doce años. Esta publicidad se ofrece principalmente durante la programación infantil, esto es, durante los dibujos animados, teleseries, películas o programas de entretenimiento dirigidos a dicho público en horarios determinados como son: de 8-9 horas, de 13,30-14,30 y de 17-30- 20 horas de lunes a viernes. Estos horarios son más extensos los fines de semana.

La publicidad hace su aparición en la programación infantil para introducir al niño en la sociedad de consumo. Los protagonistas de los programas con los cuales él se identifica, le ofrecen alimentos para hacerle crecer, ser fuerte, como ellos, sin tener en cuenta que sus promesas pueden crear en el niño frustación, resentimiento y deseo de consumo precoz que puede llegar a degenerar en delincuencia.

Según un estudio realizado en 1991 por la Unión de Consumidores de Córdoba,

"el 94 % de la publicidad de juguetes

> que se emitió durante la campaña de Navidad de 1990 puede considerarse engañosa porque silenciaba datos fundamentales del producto e inducía a error a sus destinatarios, los niños... El 98 % de ellos utiliza la publicidad subliminal mediante técnicas de producción de producción de estímulos en los niños de forma inconsciente". (35).

La publicidad infantil es un tema conflictivo para psicólogos, pedagogos y asociaciones de padres; y fabricantes y publicistas. Estos últimos crean ambientes ficticios que suscitan la imaginación y la fascinación del niño para que desee poseer todo aquello que se le anuncia.

Según el mismo estudio citado anteriormente,

> "un 23 % de los anuncios mezclan dibujos animados con personajes reales." (36)

Pero no todos son pesimistas al respecto. Según la revista Advertising Age (1976),

> "El 85 % de los mensajes publicitarios no alcanzan su fin de convencer porque ni son vistos ni escuchados." (37)

Con la Ley de Publicidad esto deberá cambiar, pues los

anunciantes deberán cumplir las normas vigentes.

Los diseñadores de programas deben tener en cuenta los intereses de la audiencia y más aún cuando ésta es infantil, pensando en las repercusiones que van a tener en el niño los mensajes, sobre todo los publicitarios, especialmente en la edad en que se configura su personalidad.

> "La programación infantil se está convirtiendo en un entramado pseudopublicitario que ha encontrado un público adicto de puntual localización". (38).

III.10.1. LA PUBLICIDAD, MANIPULADORA DEL NIÑO

Desaparecidos los antiguos valores religiosos, morales y sociales, la publicidad impone al receptor cuáles deben ser sus deseos, le hace a relativizar las normas sociales. Suscita en él ambiciones ilimitadas, falsas necesidades; manipula sus gustos; le esclaviza; le condiciona; hace que intente evadirse de un presente desprovisto de significado, prometiéndole felicidad inmediata.

> "Cuantas más necesidades se satisfacen,

tantas más necesidades nuevas aparecen". (39)

Aunque estas necesidades nos las imponen no sólo los anuncios, sino también las películas realizadas en otros países, con diferentes culturas y costumbres.

III.10.2. EL NIÑO MOTIVADOR O CONSUMIDOR

El niño es utilizado en los anuncios como elemento motivador o como consumidor final de los productos, esto es, en publicidad con niños (en donde el niño es el protagonista de los anuncios, utilizando sus encantos para que el mensaje sea recogido por los adultos, en cuyo caso el manipulado es el adulto) o en publicidad para niños (ellos son los destinatarios directos de los mensajes, creando en ellos la necesidad, a veces, como en los primeros, apelando a la imitación).

III.10.3 CARACTERISTICAS DE LOS ANUNCIOS PARA LOS NIÑOS.

Los anuncios destinados al público infantil utilizan un lenguaje sencillo, de frases cortas y juegos de palabras o versos fáciles de memorizar con músicas pegadizas y mucho movimiento y colorido, prometen felicidad, fortaleza, crecimiento, utilizan con frecuencia personajes de los dibujos animados para convencer a los futuros compradores de la bondad de sus productos.

Barkus F. Earle (1975) afirma que el 80 % de los anuncios para cereales contaban con algún tipo de animación. (40).

III.10.4. PROTECCION DE LA INFANCIA

Según el Diario Oficial de las Comunidades Europeas en el Artículo 3 de la Ley General de Publicidad, Título II, reza:

> "Es ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere

a la infancia, la juventud y la mujer."

La Directiva del Consejo de las Comunidades Europeas, (3 de octubre de 1989) dice en su Artículo 10 del Capítulo IV referido a Publicidad por Televisión y Patrocinio:

"1. La publicidad televisada deberá ser fácilmente identificable y diferenciarse claramente del resto del programa gracias a medios ópticos y/o acústicos.

2. Los espacios publicitarios aislados constituirán la excepción.

3. La publicidad no deberá utilizar técnicas subliminales.

4. Queda prohibida la publicidad encubierta."

El Artículo 16 dice:

"La publicidad televisada no deberá perjudicar moral o fisicamente a los menores y deberá, por consiguiente, respetar los siguientes criterios para su protección:

a) no deberá incitar directamente a los menores a la compra de un producto o de un servicio, explorando su inexperiencia o su credulidad;

b) no deberá incitar directamente a los menores a persuadir a sus padres o a padres de terceros a que compren los productos o servicios de que se trate;

c) no deberá explotar la especial confianza de los menores en sus padres, profesores u otras personas;

d) no deberá, sin motivo, presentar a menores en situaciones peligrosas." (41)

III.10.5. VULNERABILIDAD INFANTIL.

Queda manifiesto que los programas de la televisión dirigidos a los niños pueden llegar a ser nocivos para ellos. Por su vulnerabilidad, la sociedad tiene la responsabilidad de protegerlos de los peligros y de favorecer su crecimiento y maduración, brindándole programas que les enriquezcan y tengan en cuenta sus necesidades e intereses.

La educación y formación del niño está basada en el aprendizaje. Una cosa es que deban conocer la realidad que les envuelve, que vean el mundo del adulto y sus defectos, y otra que lo acepten como natural.

La sociedad tiene que favorecer su crecimiento y maduración, brindándoles programas que les enriquezcan y tengan en cuenta sus necesidades e intereses.

Los valores han cambiado, así como los métodos educativos y las nuevas tecnologías de televisión, que han crecido y se han transformado en algo muy importante para el marketing.

Es difícil dar una respuesta en lo referente a lo que va a ser la televisión en el futuro y a las consecuencias que tendrá en los niños en lo referente a la publicidad y a las responsabilidades de las compañías de publicidad.

Hay quien sólo ve en los niños posibles compradores y los utilizan como medio para conseguir sus propósitos, pues dada

la maleabilidad del niño, si estimulan su consumo, les

La audiencia no está relacionada con las características que la programación debería tener si fuera responsable de las necesidades y los intereses de los niños. transforman en su fuerza de convicción dentro de los hogares.

Se ha buscado que los programas infantiles tengan en cuenta la edad de la audiencia, y preparan programas buscando el interés de los niños.

La gran mayoría de los investigadores opina que los anuncios también son malos o al menos no son buenos para los pequeños e intentan quitarlos. Pero si lo consiguieran, crearían grandes problemas económicos que quizá conduciría a un empeoramiento en la calidad o incluso a la desparición de la programación infantil.

Lo cierto es que los programas infantiles no deberían ser estudiados o valorados desde el punto de vista económico, sino desde el de bien social.

Existe un conflicto entre el interés comercial y la cantidad, la calidad y el tratamiento que se da a la programación infantil.

Desde de lanzamiento de la televisión, hasta el momento en que existe un marketing especializado en la audiencia infantil las cosas han variado mucho.

La clasificación de infantil como audiencia especializada, teniendo en cuenta los hábitos y la sensibilidad de éste

público, se hizo en un primer momento, para atraer a dicha audiencia, pero más adelante se enfocó a que pudiera venderse a la publicidad.

A esta audiencia se le han aplicado las técnicas de la publicidad persuasiva. La especialidad debería tenerse en cuenta no en cuanto a los beneficios económicos, sino en lo referente al enriquecimiento de los niños.

La creación de programas se dirige a aumentar la audiencia, no a buscar satisfacer las necesidades del receptor.

La televisión infantil se emite no cuando es más conveniente o cuando hay más audiencia sino cuando proporciona más ventajas comerciales sobre otros programas que se dan a la misma hora.

A medida que avanza la tarde después del colegio crece la audiencia.

La programación especializada en niños trata de cultivar el mercado infantil para que sea explotado por la publicidad de productos infantiles, pero apenas si se tiene en cuenta la formación del receptor, la calidad y los efectos de la publicidad en el niño.

La tendencia del mercado especializado en televisión infantil es la de intensificarse y adaptarse a la demanda, de modo que los programas y la publicidad se hacen conociendo la vulnerabilidad del niño, así que los efectos negativos

tienden a aumentar y a hacerse más preocupantes.

La programación infantil representa una pequeña parte de la programación general y las peculiaridades de su producción y distribución son las mismas que las de otras programaciones.

Así el precio del producto dedicado a la audiencia infantil depende como todos del tamaño, demografía, características de la audiencia, día y hora.

Después de la Segunda Guerra Mundial la industria televisiva se desarrolló muy deprisa. Se puso interés en la programación más que para atraer posibles compradores para que los programas consiguieran patrocinadores, y se pasó a una publicidad eficiente.

En los comienzos de la televisión, los programas especializados en niños se cuidaron mucho como forma de que los padres compran televisores.

Los patrocinadores compraban esos programas para utilizarlos como vehículos para llegar a los clientes potenciales. Todavía no se creía que los niños tuvieran influencia en los hábitos de compra, y los anunciantes no programaban para niños. Se creía que el anuncio debía dirigirse a los adultos, porque eran ellos los que compraban.

A mitad de los 50, en USA crece el interés por los programas infantiles. Disney, buscando propaganda para su parque, firmó un contrato para producir una hora semanal de

un programa llamado Disneyland, que en 1954 ganó el Premio Peabody al mejor programa educativo, y en 1955, el Emy a la mejor serie de aventuras.

La programación infantil en USA creció de ventidos horas en 1955 a treinta y siete horas en 1956, y los anunciantes comenzaron a plantearse productos pensando en los niños. Todavía la mayor parte de los programas se pensaba para que el patrocinador vendiera más.

Ya empieza a hablarse de la hora punta y cuesta más anunciarse de 7,30 a 10,30 de la tarde. Los programas eran de acción más que de diálogo, por resultar más fácil y barato traducirlos.

Al final de los 50 se tiende más a programar para la familia que para los niños. Ya se habla de vender audiencia a los anunciantes y a los patrocinadores.

Algunos patrocinadores se dieron cuenta de que poner anuncios locales en programas infantiles era una forma eficiente de anunciarse.

Algunos fabricantes crearon productos específicos para niños por su habilidad para venderlos a nivel local. Se olvidaron del niño y subordinaron sus necesidades al beneficio de los anuncios.

La evolución económica de televisión infantil ha pasado por distintas fases de desarrollo. Primero representó una incentivo para que al comprar las familias televisiones

aumentaran las audiencias potenciales. Cuando entraron en los hogares las televisiones las audiencias eran homogéneas y la programación infantil perdió la identidad especializada. Finalmente los niños volvieron a ser audiencia especializada, pero en esta ocasión como producto beneficioso de venta para anunciantes "especializados" en niños.

Las quejas sobre abusos de la programación infantil y los anuncios son abundantes.

La audiencia infantil se mira como mercado económico especializado.

La especialización en televisión infantil ha sido reconocida como un mercado de altos beneficios.

Los anunciantes de audiencias infantiles son fuertes, guapos, atractivos, y se integran en el programa para el espectador infantil no pierda la atención en el descanso, cuando se dan los anuncios.

La separación entre programas y anuncios tiende a hacerse desaparecer para que el niño, que no tiene el poder discriminatorio perceptivo del adulto, no capte la diferencia entre ambos.

En programas animados se utilizan anuncios animados. El anuncio promete acción y aventura como los dibujos animados y el espectador se siente partícipe de la aventura.

Los anuncios ser repiten constantemente. Esta repetición refleja por parte de los publicistas el conocimiento de la

corta memoria de los niños. Los anuncios complacen las necesidades, ansiedades, asuntos relacionados con el status del niño, explotando la competitividad para estimular los deseos de ser el primero, el mejor, el héroe, el más popular.

Los anunciantes del mercado infantil de televisión ofrecen productos como cereales, dulces, muñecos, vitaminas, porque los niños responden bien a llamadas que les prometan hacer de ellos el mejor, el más fuerte, el más listo o el que crecerá más deprisa.

Nada mejor para convencer a los niños que un superhéroe. Esto implica una explotación de la vulnerabilidad del niño y de su respuesta emocional. El éxito al estimular al niño para que consiga de los adultos la compra de los productos que le ofrecen los anunciantes suele ser seguro. De ahí las casas de dulces y muñecos que se unen y gastan enormes cantidades de sus presupuestos en anuncios de televisión, emitidos en la programación infantil.

La efectividad de la televisión infantil como medio de publicidad ha estado marcada por la búsqueda de momentos en que la audiencia, seleccionada de antemano, se encontrara aislada y conectara con un determinado canal de televisión.

Pero esta audiencia puede aumentarse con la de otros canales, a cuyos televidentes hay que la otra es mejor.

Ya no basta con esto. Ahora la audiencia infantil se divide según la edad.

La programación y los anuncios se planean para audiencias individuales de niños. Esto conduce a programas y anuncios especializados en cada grupo de niños que controlan la televisión: el domingo por la mañana temprano para los más pequeños; hasta las 9 para niños de dos a cinco años; hasta las 10 de seis a once; después de las diez, de doce en adelante.

Muchos de los programas infantiles se repiten sin cesar sin tener el cuenta si la primera vez había tenido éxito o no, dando por hecho que los pequeños no son capaces de distinguir y recogen lo que se les echa. Los riesgos económicos son mínimos, dado que la película o los dibujos animados se amortizan pasándolos una y otra vez.

La repetición de programas infantiles lleva consigo un problema: crea la necesidad de nuevos productos y nuevos anuncios para venderlos. Se venden muñecos inútiles, porque el anunciante sabe que el niño pequeño es voluble y fácilmente sugestionable.y está abierto a la sugestión.

Los fabricantes lo saben y siguen lanzando nuevos productos que llevan a los pequeños al consumismo.

Para evitar los altos costes, los canales de televisión ofrecen dibujos animados. Y la animación se extiende a los anuncios para confundir más al niño y que resulte más sencilla la venta.

III.10.6. MENSAJES SUBLIMINALES.

"La percepción por debajo del
umbral consciente se llama
subliminal" (42).

El individuo recibe cientos de estímulos. Pero no se es consciente más que de una parte de ellos. La percepción los selecciona. En la percepción de las imágenes, esto es, cómo las capta el individuo influyen muchas circunstancias: la historia personal, la motivación, los intereses, el aprendizaje.

Seleccionamos la información que nos llega del mundo exterior de forma particular. A las sensaciones visuales, auditivas, olfativas, le añadimos una asociación significativa que depende de la experiencia personal revia.

Los medios de comunicación utilizan las técnicas de la percepción (reintegración) para influir en el receptor. Refuerzan aspectos para llamar la atención. Utilizan los perceptos (conceptualizaciones o categorizaciones de objetos) para sugerir determinados conceptos o relaciones.

La dimensión máxima de atención no es la misma en todos los individuos.

Los objetos se reciben de una forma determinada en relación con la experiencia previa que ha dejado una huella,

los estímulos actuales, las fantasías y frustraciones, la identificación y proyección con los personajes y situaciones en las que se desarrolla la acción, que están relacionados con nuestros mecanismos de defensa, con la organización perceptual de lo representado, con la asociación que se establece con el entorno social e individual, cuyas normas ya se conocen de otras experiencias.

Pero si una imagen no se percibe conscientemente, tiene gran poder de persuasión. El espectador no opone resistencia a la propaganda que se recibe inconscientemente porque no puede saber de dónde viene ni criticarla.

> "Si al proyectarse una imagen no se la percibe de manera consciente, no da lugar a la observación, al razonamiento, a la invención. Tendrá entonces un carácter persuasivo muy grande porque los mecanismos de defensa estarán en su nivel más bajo." (43).

Si trasladamos esto a la situación de los niños sentados durante muchas horas ante la pantalla del televisor, jugando o sin prestar demasiada atención a lo que están viendo, bien porque el programa no sea adecuado para su edad o porque debido al cansancio ya no recibe el mensaje de manera consciente, comprenderemos que el niño no observa, no razona,

no inventa. Entonces el mensaje cobra "un carácter persuasivo muy grande porque los mecanismos de defensa estarán en su nivel más bajo". (44).

III.10.7. ¿ES EL NIÑO UN NUEVO MEDIO DE PUBLICIDAD?

Al principio los padres compraron la televisión cuando vieron que era un medio de entretenimiento para sus hijos. Les podían dejar viéndola durante horas o, los más responsables, la veían con los niños. Pero eran ellos, los padres los que decidían la compra del aparato. El receptor infantil podía seleccionar programas, aunque no comprar productos.

Pero esta concepción del niño cambió con el tiempo y pronto se vio su influencia en la compra de los productos que le interesaban a él.

Pero como el niño no tiene poder adquisitivo, los anunciantes le transforman en intermediario activo por ser muy vulnerable a los efectos motivacionales de los anuncios, y plantean una programación infantil que excluya a los adultos para que éstos no se den cuenta del juego.

Así hemos llegado a una situación en que los anuncios

están dirigidos al niño y las más de las veces por niños de su misma edad que le ordenan visual y repetitivamente lo que debe comprar, le informan acerca de las ventajas de determinados productos y de los inconvenientes de los de la competencia para que ellos convenzan a sus padres de lo que deben comprar, incluso cuando el producto anunciado es peor y más caro que otros. (45).

Un importante sector de la población critica que el niño sea el sujeto de los mensajes de los anuncios, dado que no puede valorar los productos ni juzgar, por su inmadurez, las llamadas de los productores; que les presionen para que compren productos; que su insistencia para inducirles a comprar, les conduce al materialismo y a la frustración.

Nos encontramos con un niño receptor/medio, que forma parte del proceso del marketing.

III.10.8. FUTURO DEL NIÑO/MASS-MEDIA

Todo hace que el futuro del niño, aunque incierto, despierte temor: aumento de la programación infantil a base de incidir en la demanda, disminución de costes por reposición de programas, programación en la que la violencia

y la acción llega a límites que sobrepasan el poder de la imaginación, desprecio hacia la vulnerabilidad del niño respecto a los mensajes de los anuncios, valor del niño como medio, y todo esto aumentado o multiplicado por el avance inexorable de las nuevas tecnologías, hacen temer que el niño pueda ser más explotado que ahora.

Estadísticas acerca de las horas que pasan los niños ante la televisión comparadas con el tiempo que pasan en la escuela o durmiendo, y estudios acerca del niño-medio, nos advierten de que el impacto de la televisión en los niños debe ser investigado.

La televisión ha ocupado el lugar educativo de la familia, el colegio, la iglesia, sin estar amenazada por represiones legales y morales.

Muchas quejas vienen porque la industria de radiotelevisión no trata a los niños como merecedores de consideración especial. Los productores deberían ser conscientes de que su responsabilidad es mayor en la programación infantil que en la de adultos.

La organización ACT, (Action for Children's television), formada por un grupo de ciudadanos que, en respuesta a la ola de violencia de 1968, se organizó para investigar qué era lo bueno y lo malo de la televisión infantil, estudió un nuevo sistema financiero reglado para la programación infantil, que tuviera en cuenta el beneficio del niño más que el del

anunciante. Influyeron de forma importante en las decisiones locales de 1968 y 1969. En 1971 FCC creó su propia unidad de televisión infantil.

Sus recomendaciones estaban relacionadas con la edad de los receptores, el tiempo dedicado a la programación infantil (cada canal debería ofrecer un mínimo de catorce horas por semana, dividiéndola en grupos para edades de preescolar, primaria y elemental) y los anuncios infantiles. No querían patrocinadores ni anuncios en los programas infantiles, ni que los actores usaran productos con marca durante la programación infantil.

La televisión infantil presenta determinadas cuestiones que todavía no están resueltas: El daño que algunos investigadores suponen que se le puede hacer al niño con programas en que imperan la agresividad y la violencia, los anuncios y la responsabilidad para el diseño de programas adecuados que tengan en cuenta las necesidades e intereses del niño para enriquecer sus vidas

III.11. LA IMAGEN TELEVISIVA Y LA LECTURA.

En este contexto de despropósitos y confusión en la programación televisiva sería necesario tener en cuenta algunos puntos:

1) Por medio de la lectura el niño desarrolla su creatividad, porque la lectura evoca imágenes, basándose en las propias experiencias de la vida.

2) La mente del niño aprende a transformar símbolos abstractos en sonidos y estos en palabras, a las que da significados aprendidos con anterioridad en el lenguaje hablado.

3) Cuando el niño lee una palabra y comprende su idea, configura una imagen que representa el concepto de dicha palabra y va creando imágenes y activando el pensamiento verbal, transformando los símbolos escritos en lo que él desea.

Pero la imagen que le ofrece la televisión es diferente. Le brinda un conocimiento inmediato, sin fomentar su capacidad de abstracción, ni ayudarle a desarrollar el lenguaje. La participación del niño es pasiva.

El niño empieza a leer y a escribir al mismo tiempo. Comprende la palabra que lee y, a pesar de la torpeza, puede escribirla, controlarla, e ir creando imágenes.

Pero el niño no puede controlar ni crear las imágenes televisivas.

La lectura desarrolla la imaginación, la visualización interna, la creatividad, y exige concentración y esfuerzo.

Los chicos que prefieren la lectura a la televisión también muestran interés por los programas didácticos.

> "presentan una representación equilibrada en relación con otros elementos considerados; además son, precisamente, quienes demuestran menos rechazo por los programas didácticos". (46).

La televisión les ofrece imágenes que no comprenden. La comprensión no consiste sólo en recibir, es preciso también analizar y sobre todo reflexionar sobre lo recibido.

Hasta los nueve años el niño se interesa por cuentos de duendes, brujas, seres con poderes mágicos. Pronto llega a distinguir lo fantástico de lo real, y ya no quiere que le lean los cuentos, quiere hacerlo él solo.

Un estudio realizado a nivel nacional por el Ministerio de Cultura en 1978 demuestra que cerca de una cuarta parte de la población infantil española entre 6 y 13 años no tiene ningún libro o cuento y que el 41% de la población infantil no lee libros o cuentos prácticamente nunca. (47)

El niño dedica a la lectura un tiempo que él elige para

ello. Puede descansar, volver a leer, ir más deprisa, más despacio. El libro tiene que comprarlo y esto precisa de un esfuerzo. Puede abrirlo por cualquier sitio y aclarar lo que la imagen le ha expresado.

Según un estudio del Profesor Carlos Soria,

> "la televisión ofrece a los niños una información que reciben sin esfuerzo, en actitud pasiva. Y esta actitud contrasta con la acción que se requiere para el trabajo. (48)

El tiempo de lectura de la imagen televisiva no se puede controlar. Si no se comprende algo, no se puede dar marcha atrás, lo ha perdido.

Con el vídeo esto no ocurre. Puede ser utilizado en el momento que se desee, pasarlo despacio, deprisa, congelar imágenes, estudiarlas.

> "Con la generalización del vídeo doméstico se ha producido ya un fenómeno interesante que cualquiera puede advertir: Podemos no permanecer pasivamente frente al televisor a la espera de lo que nos quieran ofrecer los programadores". (49)

El público infantil enchufa la televisión discriminadamente y recibe fuera de contexto sonido e imagen.

Y esto puede hacer mucho daño a los niños.

A la velocidad que se mueven la imágenes de la mayoría de los dibujos animados que se le ofrecen, el niño no puede utilizar su imaginación para dotarlos de significados personales, no puede procesar tanta información y se margina sin comprometerse. Permanece indefenso ante el paso de las imágenes. Y esto, para muchos investigadores, no sólo no desarrolla, sino que limita la imaginación y la comprensión del niño, aunque otros no piensan así.

El caso es que los niños que ven mucha televisión quitan su tiempo a otras actividades, entre ellas la lectura.

> "El tiempo que los niños dedican a la lectura es inversamente proporcional al que dedican a ver programas de violencia o fantasía". (50)

Marie Winn, nos advierte que la televisión impide al niño ejercer su capacidad lingüística y le conduce a un retraso en su desarrollo verbal. (51)

Vygotski, por el contrario, cree que el niño utiliza el discurso interior para relacionarse con la televisión y luego se apoya en él para el discurso exterior. (52)

III.12. EL DERECHO DEL NIÑO A EXPRESARSE.

La Convención sobre los Derechos del Niño fue aprobada por las Naciones Unidas en 1989 y entró en vigor el 2 de septiembre de 1990.

Dice el artículo 13 de la Convención sobre los Derechos del Niño:

> "El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras..."

Antes de vocalizar, el niño se expresa con un lenguaje no verbal, mediante miradas, gestos, mímica, risa o llanto y, de ese modo, se relacionan con sus padres o quienes se ocupan de su cuidado, estableciéndose entre ellos una comunicación interactiva. Si ésta se lleva a cabo con paciencia, en un clima de afecto y comprensión influirá positivamente en el desarrollo del niño.

Para que el niño aprenda las palabras y su significado, a expresarse, es preciso contestar a sus preguntas. El diálogo con el niño es necesario. Si un niño no habla puede ser debido a que padece una sordera, pero también a que sus padres, desconocedores de la necesidad de palabra del niño,

no le hablan, se cansan de sus porqués repetidos una y mil veces.

El aprendizaje de la palabra debe comenzar desde los primeros meses de vida, desde el nacimiento. Y son sus padres los que deben ayudarlo a expresarse para que sea un ciudadano sano de mente y cuerpo y esté preparado para la el mañana.

El derecho a expresarse lleva implícito el de callarse y el de aprender a leer y a escribir.

III.12.1. NIÑOS DESARRAIGADOS.

Estos niños comparten las normas y modos de socialización que mandan las instituciones del país en el que viven, que no es el suyo. Tienen que adaptarse al idioma, las costumbres, la cultura y todo ello con el temor de ser despreciados, rechazados en los juegos, estudios, conversaciones de sus compañeros en función de sentimientos que no pueden comprender.

Eso no quita que muchas veces se tacha de conflictos racistas a problemas escolares que si no tuvieran lugar entre muchachos de distintas nacionalidades no se les daría importancia.

Al niño se le debe inculcar el respeto del otro y el de los otros pueblos, valorando sus tesoros culturales, su lengua, sus descubrimientos.

La escuela debe proporcionar al niño los modelos y normas de vida que contribuyan al proceso de socialización. Gracias a esta función los pequeños aprenden la lengua, las normas, las costumbres del país receptor y se produce una transculturización enriquecedora para todos, que llevará a una sociedad multicultural.

El artículo 22 de la Convención habla de los niños refugiados, el 23, de las necesidades de los niños impedidos; el 26 y el 27 del nivel de vida y la educación, reforzados en la Conferencia Mundial sobre la Educación para todos celebrada del 5 al 9 de marzo de 1990 en Tailandia.

La educación primaria debe ser obligatoria y gratuita para todos y favorecer el desarrollo de la personalidad, las dotes, las aptitudes del niño, respetando debidamente su identidad, su idioma y sus valores culturales.

III.13. EL PROBLEMA REAL.

Tras haber explorado las teorías de científicos especialistas en la materia y analizado la situación real de la televisión en nuestro país y de lo que nos llega de los países integrantes de la Comunidad Europea, hemos constatado que la televisión tiende a sustituir a los padres en su función educativa, a ser la baby-sitter del niño.

Poco a poco la televisión ha ido adentrándose en nuestros hogares y enseñoreándose de ellos.

Dada esta realidad de todos conocida, y para evitar en lo posible el empobrecimiento de los programas y de la población de la Comunidad Europea, los organismos encargados de la educación y la cultura de los distintos países que la integran se han propuesto conferir a la televisión funciones educativas y pedagógicas serias.

Pero esta decisión tiene un riesgo. ¿Quiénes van a ser los que decidan qué es lo que conviene aprender a los niños? ¿Los niños van a querer ver la televisión educativa o ésta no va a tener audiencia suficiente?

Hemos visto que el niño necesita vivir en un mundo que le proporcione placer. Y éste lo encuentra en el juego, en la evasión de sus problemas, en el entretenimiento. Y si no lo encuentra, lo va a buscar en otro lado.

La función de entretenimiento la ha realizado la televisión durante mucho tiempo. El problema es que el número de horas que el niño permanece sentado ante la pantalla ha ido aumentando, y ha llegado un momento en que el niño está presente incluso en los porgramas dedicados exclusivamente a los adultos.

El adulto culto se ha percatado de la grave situación y, tras dar al niño plena libertad de uso de la televisión quiere quitársela. Ante el peligro amenazante quiere transformar la dimensión de entretenimiento en la de educación. Y esto es un error craso, pues el niño, ante la posibilidad de elección, no verá un programa calificado de educativo y buscará los que le proporcionen placer y diversión.

La sociedad debe brindar al niño soportes educativos, pero también momentos en que pueda desarrollar su fantasía. Así pues, ha de encontrarse la justa proporción entre mensajes formativos y mensajes puramente lúdicos a cargo de la televisión. Será a través de una serena reflexión sobre el papel que deben cumplir los medios audiovisuales al servicio de la población infantil, como objetivo en nuestro estudio, el único camino viable para integrar en una sola y completa propuesta audiovisual las necesidades de una audiencia tan delicada.

BIBLIOGRAFIA III

(1) CENTRE D'ETUDES ET DE COMMUNICATION: L'enfant la télévision-les dessins animés. Les loisirs-enfants en 1989. Ministère de la Jeunesse et des Sports. Ministère de la Culture. INSEE. UNAT. VVF. CENAN. Association Françcaise du livre. CNDP. INA. CEC. Féderation Sportives. 1989. Pág. 27.

(2) LIEBERT y otros: La television y los niños. Ed. Fontanella. Barcelona, 1976.

(3) SALOMON, G.: Interaction of Media. Cognition and learning. Jossey-Bass. San Francisco, 1979.

(4) CAMPO, Alicia del: Evaluación de la televisión educativa. Impacto de la televisión educativa en la infancia. UNESCO. N. 40. Pág. 10.

(5) FEILITZEN, Cecilia

von: Tres tesis sobre los niños y los medios de comunicación. En: Infancia y Sociedad. N. 3. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid, 1990.

(6) CEC: Op. Cit.

(7) Ministerio de Cultura: Los hábitos culturales de la población infantil. Secretaría técnica del Ministerio de Cultura. 1980.

(8) LIEBERT y otros: Op. Cit.

(9) GITLIN, T.: Looking through the screen. En: Watching Television. Pantheon Books. Nueva York, 1986.

(10) LIEBERT y otros: Op. Cit. Pág. 12.

(11) HALLIN, C.: We keep America on top of the world. En: Watching Television. Pantheon Books. Nueva York, 1986.

(12) VAZQUEZ, J.M.: Los niños y la televisión.

Encuesta sobre audiencia en programas TVE. Imprenta del servicio de publicaciones del Ministerio de Información y Turismo. 1965.

(13) VAZQUEZ, J.M.: Op. Cit.

(14) SCHRAMM y otros: La televisión para niños. Hispano-europea de Ediciones. Barcelona, 1965.

(15) ORIVE RIVA, PEDRO: Relaciones entre los Media y el pueblo. Pág. 279.

(16) ALONSO ERAUSQUIN, M. y otros: Los teleniños. Ed. Laia. Barcelona, 1981.

(17) CEC: Op. Cit.

(18) CEC: Op. Cit. Pág. 25.

(19) CEC: Op. Cit.

(20) GUTIERREZ, A.: La televisión y los niños. ¿Una relación incomprendida?. En:

no vean demasiada televisión. En: Revista Tiempo.

(29) EDO, C.: Un poder de seducción que acaba en teledependencia. Los niños: esos teleadictos. Diario Ya.

(30) ALONSO ERAUSQUIN M. y otros: Op. Cit.

(31) CEC: Op. Cit. Pág. 263.

(32) CEC: Op. Cit. Pág. 265.

(33) SAINZ, B.: La televisión produce violencia, pasividad y pesadillas en los niños según un estudio. La caja tonta agrava la demencia senil. En: El País. 23.12. 1961.

(34) SANCHEZ OCAÑA, R.: El niño y la televisión. En: Rev. Tiempo. Septiembre, 1991.

(35) UNION DE CONSUMIDORES DE CORDOBA: En: El País. 12.12.1991.

(36) CEC: Op. Cit.

(37) ADVERTISING AGE: En: Advertising Age. 19.4. 1976.

(38) GALBRAITH, J.K.: La sociedad opulenta. Ariel. Barcelona, 1969.

(39) GARITAONANDIA, C.: La televisión europea y las regiones.

(40) BARCUS, F.: Weekend commercial children's television. En: Newton MA. Action for children's television. Octubre 1975.

(41) DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: Capítulo IV. Artículo 10. N.L.298/28. 17.10.89.

(42) APARICI, R. y GARCIA, A.: Lectura de imagenes. Ed. de la Torre. Madrid, 1989. Pág. 30.

(43) APARICI, R. y GARCIA, A.: Op. Cit.

(44) APARICI, R. y GARCIA, A.: Op. Cit.

(45) WELLS, W.: Children as consumers. In: Joseph W. Newman. On: Knowing the consumers. John Wiley and Sons. New York, 1966.

(46) MINISTERIO DE CULTURA: Estudio realizado en 1978.

(47) DIARIO EXPANSION: La televisión tiene hoy más autoridad sobre los niños que los propios padres. Agosto. Pág. 21.

(48) GARCIA SANCHEZ, J.L.: Lenguaje audiovisual. Alhambra. Madrid, 1987.

(49) SINGER, J. y SINGER, D.: Implication of Childhood Television Viewing.

(50) SINGER, J. y SINGER, D.: Op. Cit.

(51) WINN, Mary: TV, ¿drogue?. Fleurus. París, 1979.

(52) VIGOTSKI: Investigaciones sociológicas

escogidas. 1960.

(53) CONVENCION SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO: Artículo 13. 2 Septiembre 1990.

IV. ANALISIS DE CONTENIDO DE LA PROGRAMACION INFANTIL ACTUAL TANTO NACIONAL COMO EXTRANJERA

Después de haber analizado la programación infantil durante los siete días de una semana -del 23 al 29 de julio de 1992- de todas las televisiones españolas, incluídas las autonómicas (salvo TVE-2, de la que analizamos la semana del 13 al 19 de julio del 92, tiempo en que volvió a su programación habitual, una vez sobrepasadas las olimpiadas y sus consecuente dedicación en exclusiva)

TVE1 (Pública)

TVE2 (Pública)

TELE5 (Privada)

ANTENA3 TV (Privada)

CANAL SUR (Autonómica)

EUSKAL TELEBISTA (Autonómica)

ETB2

CANAL NOU (Autonómica)

TV3 (Autonómica)

CANAL 33

TVG (Autonómica)

y la programación infantil recibida vía satélite durante la

misma semana del 23 al 29 de julio de 1992 (exceptuando Children's Television que, por ser un canal monográfico, hemos analizado sólo un día de programación, el sábado 25 de julio de 1992).

MBC

RAI UNO (codificada)

RAI DOS (codificada)

SKY ONE

RTL PLUS

CHILDREN'S TELEVISION

3 SAT

IV.1. PROGRAMACION INFANTIL GENERICA.

A efectos de una conveniente aproximación a la realidad de las diferentes programaciones infantiles (estructuradas de una o de otra manera, pero de orientación unívoca) este estudio analiza tiempos, formas y contenidos desde una óptica de objetivación comparativa (véanse fichas y material adjunto):

IV.1.1.

VIVAN LOS COMPIS

TELE5

DURACION DEL PROGRAMA: 30 minutos.

PRESENTADORES: Leticia Sabater y el Mago Cotilla.

PUBLICIDAD: dos cortes publicitarios de dos minutos cada uno.

TEMA: Semejante a los concursos de entretenimiento del mundo de los mayores, elegir pareja, amor, etc., sólo que los participantes en el concurso son niños.

Una SUPERCOMPI o un SUPERCOMPI, según el día, debe elegir pareja entre tres niños/as del sexo contrario, a los que no ve, tan sólo oye lo que dicen, para realizar un viaje con el ganador, que se supone es su pareja ideal.

A los concursantes se les hacen varias preguntas para que ellos hablen de sus aficiones.

Luego es el/la Supercompi quien debe hacer otras preguntas, que le sirvan para decidirse por su pareja ideal.

También hay intercambio de objetos personales y fotografías.

Luego pasan al juego de la Confiabilidad. Se trata de construir torres con cubos. Se les da un regalo a cada uno de los tres concursantes.

Mientras tanto, el Supercompi ha estado viendo los objetos personales y las fotografías. A continuación elige a su

pareja.

Los dos rivales que han sido desechados, pasan a jugar al Tronquicompijuego, en el que ganarán juguetes de las marcas Micromachines y Famosa.

La pareja agraciada tiene que elegir entre tres sobres en los que están los viajes propuestos por el programa sin saber en qué sobre está cada uno: a Canarias, a la Expo de Sevilla o a Disneyworld.

Eligen uno y les dicen cuál es el sitio que van a visitar. Además les dan un regalo de 75.000 pesetas para los gastos del viaje.

Programa de entretenimiento, en el que tratan a los niños como adultos enanos.

Voces estentóreas, risitas de disminuídos psíquicos, psicodramas estúpidos y parafernalias de circo barato tratando de aliñar una escandalosa soseria de cuyos efectos secundarios bien se encargan de agravar el bochornoso nombre con que etiquetan sus anzuelos-premios y la vergüenza ajena que ellos llaman concursos, pantomimas de indigestión consumista que si no fueran patéticas serían simplemente horrorosas. Una nulidad contraproducente salvo para las casas comerciales que patrocinan el engendro.

IV.1.2.

DESAYUNA CON ALEGRIA

TELE 5

DURACION DEL PROGRAMA: una hora y cincuenta minutos.

PRESENTADO POR: Leticia Sabater y la voz de una supuesta mascota llamada Lipe a la que no se ve.

TEMA: Un desastre de programa de los que se califican como de entretenimiento. Podrían calificarse de "pierdetiempo". La mayor parte del programa está dedicada a los dibujos animados (una hora y 33 minutos).

Los escasos minutos que restan están divididos entre publicidad dirigida a los niños (cuatro espacios publicitarios de 2 minutos cada uno) y el resto a los llamados concursos: "dibújame Titi", en el que los niños mandan dibujos que representen a lo que ellos creen que es Lipe. El premio es un Walkman; y a otro concurso que se llama "Vitamina L". Es un concurso telefónico en el que la presentadora hace tres preguntas a los niños que llaman desde sus casas, del tipo de: ¿Cuál es el mejor amigo del hombre?

Si el concursante acierta las tres respuestas puede elegir un premio del Supermercadillo (juguetes, aparatos de música, etc).

Cada concurso tiene una duración de 5 minutos, y el resto Leticia Sabater lo pasa recibiendo mensajes que los niños le han dejado en el contestador.

En la parte conocida por Calendario Chuli, la presentadora sugiere a los niños que hagan algo en sus casas como limpiar su habitación y les presenta los dibujos animados y la serie de cada día, que son los siguientes: Eriko (de 20 minutos de duración), Lupin III (de 23 minutos), Destello Azul (de 25 minutos) y Skippy, el canguro (serie de 25 minutos).

La presentadora trata a los niños como a pobres infelices de zoológico, primatitos que ella supone babeando tras la pantalla, inofensivos, simpáticos y amebas con ropa de marca. Gritos continuos, palabritas inventadas por guionistas con barba en el corazón y el gusto de quien no dijo nada propio de un niño cuando fue niño, olvidadizos señores. Y la parte que podría ser de creación como es aquella en que los niños envían sus dibujos representando la idea que se hacen del personaje Lipe, queda reducida a una bochornosa concesión a la creatividad infantil: no sólo son pocos y desenfocados los planos de los dibujos que envían los niños, sino que para verlos hay que apartar el cuerpecito omnipresente de la presentadora, amén de hacer un ímprobo esfuerzo de abstracción para no escuchar su sonsonete de plastilina mientras comenta-no comenta los dibujos que deberían ser, siquiera un instante, los protagonistas de ese plano.

SUPERGUAY

TELE 5

DURACION DEL PROGRAMA: una hora y quince minutos.

PRESENTADORES: Rita Irasema y Miliki.

TEMA: Programa de entretenimiento formado por concursos y dibujos animados.

PUBLICIDAD: Hacen publicidad descaradamente desde dentro del programa. Desde el primer momento la presentadora lleva en la mano un polo Frigo y está todo el tiempo diciendo lo buenos que son y preguntando a los niños que si les gusta el que les han dado a ellos.

El concurso Frigolandia en el que se premian tonterías carentes de mérito, es una disculpa para que los niños consuman helados de dicha marca.

Los tres concursantes ganan regalos distintos.

Las series de dibujos animados son: Prostars, Alegre juventud y Webster.

Sólo se busca el consumo infantil. Antes que un niño feliz prefieren a un niño estupidizado pero con helado de marca. Ni pedagogía ni afán culturizador. El niño es tratado como una inmensa boca traga marcas o como una potencial inmensa boca traga marcas a la cual hay que llevar por el buen camino a lo largo del programa. El espacio está pensado por un

especialista en marketing, relegando al auténtico profesional en programación infantil (guionistas, pedagogos, psicólogos, simples hombres que fueron felices cuando niños) a la tarea de proponer buenos programas para niños a las multinacionales más feroces en contrarréplica. Como ejemplo de total abuso y violación de los derechos del niño es un programa impecable.

IV.1.4.

LA GUARDERIA

ANTENA 3

DURACION DEL PROGRAMA: una hora y veinte minutos.

PRESENTADORA: Teresa Rabal.

TEMA: Es un programa de entretenimiento con concursos, canciones, y series de dibujos animados.

MASCOTA: La mascota del programa se llama Hugo. Es un elefante rosa que canta Rap.

La mayor parte del tiempo está dedicada a dibujos animados: Halcones planetarios (20 minutos), El despertar (25 minutos), La rana valiente (25 minutos)

Hay un concurso que se llama el Balcón del amor en el que los niños salen a leer declaraciones de amor que han escrito ellos mismos.

Además hay un concurso telefónico. Teresa Rabal canta una canción y el niño/la niña que ha llamado tiene que adivinar el nombre de la canción.

Otro consurso consiste en que los telespectadores envían objetos-fantasía para concursar: una cuchara vestida, etc.

Luego Teresa Rabal canta otra canción y la acompañan bailando dos niñas-animadoras del programa.

El total del tiempo dedicado a los concursos es de 9 minutos y a las canciones de Teresa Rabal, unos 3 minutos.

La presentación de los dibujos animados la hace Hugo, la mascota, cantado estilo Rap.

Programa de entretenimiento que puede gustar o no gustar, pero tiene intención educativa ya que los niños escriben, leen lo escrito, cantan, hacen lo que saben hacer.

La presentadora trata de animar a los niños sin caer del todo en la ñoñería. Unas veces lo consigue y otras, la mayoría, desgraciadamente no. Quizá si se olvidara del prejuicio típicamente adulto y, por lo demás, casi antediluviano, de que para ganarse la confianza y simpatía de un niño hay que frotarle la cara con la más estirada, artificial y ortopédica de las sonrisas, lograría llegar verdaderamente a esa mentecita, que no por pequeña deja de ser mente, y que simple y sinceramente se está ofreciendo como el "otro" en cuestión y no como ese hombre disminuído que intuye en la sonrisa, gallito de voz, ademanes empalagosos y trato de caridad que le están dando siempre desde arriba. Si le preguntaran y pudiera responder sinceramente tendría arcadas. Mérito de Teresa Rabal es el de tener impecable el suelo del plató. ¿Será porque tanta ortopedia les impide a los niños responder sinceramente?

II.1.5.

LA MERIENDA

ANTENA 3

DURACION DEL PROGRAMA: una hora.

Programa presentada por dos niña, Vicky y Ana, y el Profesor Lupilla. En estos momentos de verano se hace en una piscina al aire libre.

En el concurso participan dos equipos y realizan diferentes pruebas físicas: correr, nadar, saltar, etc.

El concurso propiamente dicho dura 29 minutos. Consta de varias pruebas de unos cinco minutos de duración cada una.

En tres de las pruebas concursan los dos equipos y al final, en el gran chapuzón sólo juega el equipo ganador.

Hay una actividad que se sale del concurso: los juegos de magia del profesor Lupilla (3 minutos) y una serie que cambia de 20 o 25 minutos: El príncipe de Belaire, Somos 10 o Mujercitas.

Publicidad: unos 5 minutos rapartida en tres espacios. Está dirigida y relacionada con el público infantil.

Es de resaltar el esfuerzo de la dirección por proporcionar a la audiencia modelos de su misma estatura y color de pelo a imitar, esto es, sendas presentadoras que, haciendo lo imposible por seguir siendo niñas, logran que los niños y niñas de verdad que las rodean no alcancen a ver en ellas más que a dos redichas cuya edad mental dista mucho

de hacerse comprender por su público, no sabemos si por defecto o por exceso.

IV.1.6.

A LA BABALA

CANAL 9

DURACION: En total dura 45 minutos.

TEMA: Es un programa que se puede incluir en el grupo de pedagógico o cultural.

PUBLICIDAD: No hay publicidad entre las diversas partes del programa.

El programa está dividido en varios bloques en los que se hacen pruebas de lógica, creatividad y destreza. La mayor parte del tiempo está dedicada al concurso. Los niños hacen dibujos sobre temas propuestos por los presentadores. Se ofrece un documental relacionado con el tema elegido, (plantas, etc.) Todo el espacio está dedicado a ese tema, incluyendo el concurso y el documental, que dura unos 3 minutos.

La presentación del programa y el tiempo dedicado a enseñar los dibujos de los chicos dura en total 5 minutos.

En el concurso de unos 30 minutos, se presentan dos colegios de la Comunidad Valenciana para dar la oportunidad de que puedan integrarse en el programa los colegios de zonas más desatendidas.

Cada colegio participante elige su representante. En la primera prueba los presentadores hacen preguntas sobre el

tema general del programa y los niños responden.

La segunda prueba: continuando con el tema general los concursantes tienen que dibujar una historieta o comic relacionada con dicho tema y luego explicar lo que han dibujado y por qué lo han hecho así.

Hay una tercera prueba de tipo físico: coger pelotas, saltar, correr, etc.

Y la última prueba consiste en identificar objetos, sabores, olores, sin utilizar el sentido de la vista.

Quien haya ganado el cómputo general puede elegir un regalo para el colegio no para los niños: (equipo de vídeo, ordenador). Los premios no son personales con lo que los niños juegan por el hecho de jugar. Se evita la competitividad.

Un programa, "rara avis", en el que se unen magnificamente, en la simbiosis más lograda y trabajada de todo el panorama televisivo dedicado a los niños, el juego, una llamativa propuesta de aprendizaje participativo y total (expresividad, sensibilidad, autoconocimiento, comunicación, dominio de los sentidos, una apuesta sincera e irresistible por la autenticidad del ser humano en cuanto a sus capacidades reales) en la que, dignamente, los chicos son tratados como personas con mayúsculas, esto es, sin considerar su estatura ni como agravante ni como atenuante. Se les habla y se les escucha sin adjetivos. Son seres

humanos cuya única carencia, formación, es la que se está tratando de subsanar en directo, en presencia, junto a ellos, con ellos, desde ellos, por ellos y gracias a ellos. Sus creaciones, así como sus motivaciones, son tratadas y consideradas con la delicadeza y la madurez propias del trato que el "resto" de los adultos sólo concede a asuntos importantes. Baste este último logro de A La Babalá para apreciar su valor inestimable dentro de la acostumbrada torpeza y bobería de la programación infantil al uso. Ni publicidad ni onanismo del medio hacia el medio a la hora de proponerlo como simple vehículo de formación-diversión.

IV.1.7.

ESTAMOS DE VACACIONES

TVE1

DURACION DEL PROGRAMA: una hora y cincuenta y cinco minutos.

PUBLICIDAD: 2 o 3 espacios de publicidad de 2 minutos cada uno de ellos.

TEMA: La mayor parte del tiempo ofrece series de dibujos animados: Los ositos voladores (25 minutos), la ratita negra (15-20 minutos) y Doble Identidad (22 minutos). También dan dos programas que no son para niños, y que están incluídos en la programación infantil: Diga 33 (20 minutos) y el programa-concurso Sin Vergüenza (30 minutos).

El presentador, Gustavo Salmerón presenta dos espacios cortísimos, que no suelen pasar de los 2 minutos cada uno, en los que habla de temas como ecología, cultura, lengua, etc. y lee cartas que ha recibido de los telespectadores.

Lo que más llama la atención es que mezclan series dirigidas al público infantil con otras que deberían estar dirigidas a un público adulto. No basta con que vayan al final del programa.

El presentador utiliza un lenguaje sencillo y conecta con el público infantil sin tener que hacer el imbécil.

IV.1.8.

CLUB DISNEY

TVE1

DURACION: una hora cuarenta minutos.

Programa magazine. Alternan juegos y producciones de la casa Disney.

Empieza la presentación con un resumen de 5 minutos sobre lo que va a ocurrir en el programa. A continuación empieza una serie: Pato Aventuras (11 mintuso), seguida de publicidad (1 minuto).

Luego los presentadores introducen el concurso por correo "Película misteriosa" y van dando a lo largo del programa tres pistas.

Se sabrá quienes son los ganadores en el programa siguiente. Para ello tienen que acertar cuál es la película de la que han dado los datos. El premio son tres películas Disney.

Sigue un reportaje sobre lugares distintos (3 minutos). Y luego un juego que realizan al aire libre por estar en verano, de tipo físico, en el que también participan los presentadores (5 minutos).

A continuación ponen una serie de dibujos animados (25 minutos), Chip y Chop, los guardianes rescatadores, seguida de Publicidad (1 minuto).

Un reportaje de Disneyworld (3 minutos).

En uno de los programas explicaron cómo se hacen los títeres (2,30 minutos).

Luego ofrecen la serie: Aventureros del Aire (20 minutos), Publicidad (1,20 minutos), un dibujo clásico Disney (8 minutos)

Para terminar dan un avance de lo que va a pasar la semana siguiente y cierran con una actuación de un grupo musical (5 minutos).

Es un programa de entretenimiento muy variado. Sin embargo aún lo sería más si hubiera variedad en el canon de belleza de los presentadores, en su concepto de la moda, y, sobre todo, en la imagen que transmiten del mundo exterior: muy tontos, y merecerían serlo, tendrían que ser los niños españoles para creerse que todo lo que hay fuera se reduce a una maqueta gigante de Disney World, o todo lo más a simples manifestaciones de la misma ñoñería y nacionalidad. Les salva, tanto a los presentadores como al programa, el contenido didáctico de sus minidocumentales y el trato distendido, sin amaneramientos, que conceden al público participante.

IV.II.9.

CLUB SUPER 3

TV3

DURACION DEL PROGRAMA: una hora 35 minutos.

Es un programa de entretenimiento. Intentan darle tintes vanguardistas utilizando infografía, voces distorsionads, música muy alta, situación de cámaras en puntos inusuales, con tal acecleración que lleva a un devenir de imagenes rápidas que parecen sólo destellos y los niños no pueden asimilar.

Concurso Superclic de fotografía.

Los niños dejan mensajes en un contestador: un tomate que les responde.

Salen presentadores psicodélicos con fines aparentemente didácticos, enseñan lo que es un ángulo, etc. pero de forma salpicada, sin orden, sin profundizar y al mismo tiempo de forma repetitiva.

Hay un antihéroe: Megazero al que le han puesto voz distorsionada. No se le ve.

Series de dibujos animados: Casper y sus amigos (25 minutos), El pequeño principe (22 minutos), Los Superhéroes (13 minutos) y las Tortugas Ninja (20 minutos).

La publicidad de niños y para niños en 3 ó 4 flashes que no sobre pasan los 30 segundos cada uno.

La modernidad, el ritmo y el desenfreno que imponen las

directrices del programa a sus contenidos gozarían de mejor aceptación si al principio se proporcionara a la audiencia un detallado libro de instrucciones. Como suele suceder una vez en mitad del fregado, es tanto el barullo que no se puede prestar atención a una ocurrencia tan primaria como la de hacerse entender por el público al que está destinado tal desasosiego.

IV.1.10.

JUEGO DE NIÑOS

TVE2

DURACION DEL PROGRAMA: 25 minutos.

Programa infantil-familiar de producción propia en el que los niños explican con palabras y gestos objetos, personas y conceptos que los adultos invitados han de adivinar para puntuar en "gallifantes". El espíritu que anima al programa es un puro desafío entre dos mundos tan cercanos como son el mundo infantil y el mundo adulto (padres-hijos, profesores-alumnos, etc.) y a la vez tan lejanos. El reto y la diversión radica en una imprevisible, sorprendente y, a veces, surrealista propuesta de comunicación: unos, niños tratando de explicarse con entusiasmo y desaciertos magníficos, y otros, adultos tratando de entenderles con desaciertos que ponen humoristicamente de manifiesto la total falta de entendimiento que prodigan desde su altura a los más pequeños.

En el disfrute de la supuesta ingenuidad de los niños, a los que se les trata con sabio respeto, es donde radica la naturalidad y desenvoltura con la que transcurre el programa, sin duda, una de las ofertas más lúdicas y formativas de la programación infantil (tratan de expresarse por todos los medios). Un programa pensado para ellos, pero con ese guiño de incitación a los adultos: a menudo, desde

casa o en el mismo plató, dan la impresión de estar haciendo un imprevisto y sin embargo placentero viaje de turismo a ese país que tenían tan cerca: el de la infancia.

L'ALBERO AZURRO

RAI DUE

DURACION DEL PROGRAMA: 28 minutos.

PUBLICIDAD: no hay.

Tampoco hay series de dibujos animados.

Programa que intenta enseñar, entretener y divertir al niño.

Dos presentadores y una mascota.

TEMA: Adaptan todo a un tema general previamente elegido (ej: todo lo que tiene que ver con el mundo de los zapatos) Después de unos ocho minutos de presentación, la presentadora lee un cuento con muchas ilustraciones para niños muy pequeños (unos dos minutos). Desde el principio del programa la música acompaña a los presentadores, quienes hacen de todo: bailan, cosen, cantan, pero todo lo hacen sin gritos, con tranquilidad.

La sección de trabajos manuales dura unos cinco minutos. (ej.: calcetines y botones para hacer con ellos un perro).

Un espacio tipo documental en que los niños tratan el tema del programa niños descalzos por distintas superficies, dejando huellas al andar (2 minutos).

Incorporan el elemento fantasía, mediante una historia dialogada que hacen los presentadores, vistiéndose de distintos personajes, para representar la historia (8 minutos).

Al final los presentadores cantan una canción muy sencilla (1 minuto).

Los presentadores emplean un lenguaje normal para dirigirse a los niños, con ternura y seriedad, pero sin ñoñería. Todo se realiza a un ritmo apaciguado, alegre sin grandes contrastes. Para niños pequeños.

Como rico pastel en programación infantil muy centrada en los grupos de menor edad L'albero azzurro consigue su objetivo. Tal vez una mayor flexibilidad estructural ayudaría a que sus indubitables logros en la puesta en escena sobrepasaran esa sospecha de impecable corrección y pulcritud que, a su modo, es anímicamente extraña a la mentalidad infantil.

DJ KAT SHOW

SKY ONE

DURACION DEL PROGRAMA: tres horas y media.

Tras la presentación empiezan los dibujos animados de Mrs. Teapot (unos 20 minutos).

Le sigue el programa "Playabout": Se trata de un programa educativo para niños muy pequeños. Los presentadores son una presentadora de color y una marioneta que representa a un abuelo. La presentadora canta, cuenta historias, describe aspectos sobre el tema del programa. Tiene unos 13 minutos de duración. Tratan a los telespectadores de forma jovial.

El gato de DJ Kat Show realiza la función de presentador de los dibujos animados, acompañado de una presentadora rubia y muy guapa.

Los dibujos animados Spartakus and the sun beyond the sea (23 minutos). Están cortados por un espacio publicitario (2,30 minutos), tras los cuales sigue el episodio y al final hay otro espacio de publicidad (5 minutos).

Vuelve el DJ Kat no sobrepasa los 2 minutos.

Introduce la serie de detectives Sherlock Holmes de unos 27 minutos de duración con un corte para publicidad de 2,45 minutos a la mitad. Cuando termina hay otro bloque de anuncios de 3,40 minutos.

Tras una presentación de DJ Kat de otros 2 minutos,

vuelven los dibujos animados. Esta vez: Silverhawks (20 minutos con tres minutos de publicidad entre medias y 3,10 al final.

De nuevo hace su aparición DJ Kat para presentar un video musical de 3,30 minutos.

Después de la consabida publicidad, siguen los dibujos animados: Denis (10 minutos), a los que siguen 4,45 de publicidad.

Aparece el gato y tras unos 2 minutos de presentación, comienzan las tortugas ninja (20 minutos), cortadas por publicidad (3 minutos). Cuando acaban, otros 4 minutos de publicidad.

Entonces, el gato da un rápido vistazo a los dibujos que han mandado los telespectadores para decorar el estudio y se termina el programa.

Es un programa de entretenimiento, en el que los dibujos animados forman parte esencial. El gato y la presentadora son simplemente el hilo conductor del programa. Cabe destacar la jugosa convivencia de personajes de ficción y personajes reales (marioneta del abuelo y la presentadora de color).

Sólo tienen una parte creativa: los dibujos que mandan los telespectadores y al principio, el programa "Playabout" de valor pedagógico, con la citada interacción entre marionetas y personajes reales: simplemente esta sugerencia, que no por socorrida deja de ser absolutamente fundamental para una sana

ruptura de escayolas mentales, consigue crear la necesaria atmósfera escénica en la que un programa de audiencia infantil debe desenvolverse: el aquí frente al allí y lo que pasa en mi casa todos los días con lo que ojalá pasara en mi casa siquiera algún día.

IV.2. DIBUJOS ANIMADOS.

Una vez analizada la programación infantil genérica, es decir, programas de contenidos netamente infantiles, procedemos al análisis del más característico espacio dedicado a la audiencia infantil: los dibujos animados, elemento conformador, dentro de una estructura más amplia o en solitario, del típico contenido a considerar en el momento de una programación viable.

IV.2.1

TOM & JERRY

TEMA: Aventuras de un gato y un ratón que se quieren y se odian.

MITOS:

ELEMENTOS MORALIZADORES:
La inteligencia puede más que la fuerza, el deber, el castigo merecido, respeto al amo.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:
Todo gira alrededor de la vida cotidiana, la casa, la comida, el hogar, los deberes y trabajos caseros, costumbres de los animales domésticos.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:
Animales domésticos, poder.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:
Perdón, amistad, rivalidad, envidia, fuerza, sumisión, maldad, odio, autoritarismo, dureza, dolor, sadismo, culpabilidad, complicidad, curiosidad, bondad, amor, ternura.

PERSONAJES:

Tom, el gato.

Características físicas: gato gris y blando con orejas rosas en el interior. Sus patas delanteras y traseras funcionan como los brazos y piernas humanos.

Características psíquicas: Impulsivo, inocente, quiere dominar al ratón, leal, noble de corazón, bueno, sencillo, servicial con el amo.

Jerry, el ratón.

Características físicas: grandes orejas redondas de color rosa en el interior. Grandes ojos. Se mueve como Tom, como las personas.

Características psicológicas: Inteligente, rápido, ingenioso, sádico en sus venganzas, maquiavélico, agresivo.

Amo: dueño de la casa. No se le ve entero.

PODERES:

No son realmente poderes sino exageración de la realidad en golpes, fuerza, velocidad, recuperación después de los accidentes, etc.

LENGUAJE:

Sólo habla el amo. La ilustración sonora, gráfica y musical muy expresiva. En algunos casos la ilustración gráfica sustituye a las palabras.

COLORES:

Realistas, clásicos. No son demasiado vivos. Sin contrastes violentos. Amarillo, azul, rojo, blanco, verde, gris.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

Una media de 10 planos por minuto obtenida sobre 5 minutos de cada episodio. En las escenas de persecución la velocidad de cambio de plano va aumentanto hasta llegar a un plano por segundo. Este ritmo acelerado está acompañado por la ilustración sonora.

PLANOS:

Se utilizan los generales para los decorados y exteriores y los medios para los personajes. Los primeros planos apenas si se utilizan. Los travellings son muy frecuentes en persecuciones, carreras, para reforzar la idea de movimiento.

MUSICA:

Sin palabras. Alegre, muchos instrumentos de viento y metal. Bien orquestada. Muy variada. Algunos temas conocidos. Clásicos. Tipo banda americana.

ILUSTRACIONES SONORAS:

Las acciones están reforzadas por música o ruido, o ruido y música, siempre bien sincronizados. El tambor se utiliza para

los momentos de suspense, la flauta para los de ternura.

AMBIENTACION GENERAL:

Serie dominada por el humor. Es una contínua sucesión de carreras, persecuciones, golpes, etc. Decorado realista, doméstico, con casas de tipo campestre. La música y la acción están perfectamente sincronizadas reforzando el efecto humorístico. Tanto las heridas como los accidentes son exagerados, así como el sadismo. Es precisa la atención al no haber más palabras que las de los amos. A pesar de que el humor prima sobre la imaginación, esta serie es adecuada para los niños y adultos (a partir de 5 años).

IV.2.2.

LAS TORTUGAS NINJA

TEMA: Cuatro tortugas, Leonardo, Michaelangelo, Raphael y Donatelo, y un hombre llamado Splinter son los protagonistas. Buscan desesperadamente al monstruo que transformó a Splinter en rata y dio facultades humanas a las tortugas, para recuperar su aspecto real. Mientras tanto, luchan contra sus enemigos, que utilizan las nuevas tecnologías para destruir. Luchan por la justicia y ayudan a los demás, con Abril, la periodista de pelo castaño.

MITOS:
Referencia cinematográfica a "La isla del doctor Moreau": por sus nombres, a pintores famosos; al Karma; a las fuerzas del mal.

ELEMENTOS MORALIZADORES:
El bien y el mal, el premio y el castigo, el deber, la defensa del país.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:
pintores, cine, composición atómica de los elementos, el maestro y los alumnos, explicaciones técnicas y científicas sobre las armas empleadas, profecías, tendencia a armamento sofisticado, referencias a mitos, artes marciales, kárate.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

La televisión, el teléfono, el ordenador, video-juegos, solidaridad, jerarquía, obediencia al maestro.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Amistad, honor, bondad, fuerza, experiencia aportada por la madurez (maestro), inteligencia, lealtad, coraje, abnegación, voluntad, heroísmo, sacrificio por una causa.

PERSONAJES:

Donatello, Michelangelo, Rafaello y Leonardo: caparazón, cinta en el pelo de color distintivo.

El Maestro: viste con bata de color rosa. Es vidente.

Abril: periodista buena de pelo castaño.

Splinter: El monstruo le transformó en rata.

El Despedazador: lleva casco y pistola.

PODERES:

Los malos no tienen poderes, pero utilizan las nuevas tecnologías para destruir. El maestro es vidente.

LENGUAJE:

Para los diálogos emplean lenguaje callejero propio de adolescentes. Voz de tontos. Sentido del humor. Voz en off y

voz de la televisión.

COLORES:

Rojo, azul, verde, amarillo, blanco plateado. Armas bélicas con flashes rojos. Contrastes violentos. Grises y azules en nuevas tecnologías. Rojo en las luchas. Azul para los rayos láser.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

Una media de 23 planos por minuto, obtenida sobre la medición de cinco minutos de cada episodio. En las escenas de lucha la velocidad de cambio de planos aumenta hasta ser casi subliminal.

PLANOS:

Abundantes planos largos y medios. Travellings, panorámicas. Pocos planos subjetivos.

MUSICA:

Sintonía de la serie al principio y al final de cada episodio. Tipo Heavy Metal.

ILUSTRACIONES SONORAS:

Las acciones están reforzadas por música y ruido bien sincronizados como refuerzo de la acción.

AMBIENTACION GENERAL:

Ambiente urbano (coches, camiones, rascacielos, televisión, consolas, ordenadores, video-juegos), y futurista (interior de naves espaciales). Mucha fantasía (monstruos, robots, etc.) Esto hace que los niños pequeños se sientan atraídos por la serie. En los tramos que no comprenden permanecen ante la pantalla por el poder hipnótico de las imágenes.

IV.2.3.

LOS SUPERHEROES

TEMA: Los Superhéroes, Superman, Batman, Robin, Atom, Jefe Apache, Acquaman, Vulcano negro, Supergemelos, Samurai, Green Lander y Wonderwoman, luchan en todos los episodios contra perversos monstruos del espacio, vampiros, motoristas, etc., para que no transformen el poder para el bien en poder para el mal, defendiendo la paz, la justicia, la verdad en bien de toda la humanidad.

MITOS:
Hablan de Afrodita, civilización maya, pirámides, templos, vampiros, símbolos africanos, el Apocalipsis.

ELEMENTOS MORALIZADORES:
Ayudar a la humanidad, el bien y el mal, deber, defensa del país.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:
Terremotos, piloto automático, criptonita, megatones, antídotos, composición atómica de los elementos, temas que tradicionalmente asustan a los niños, monstruos, fantasmas, transformaciones, búsqueda científica de armas cada vez más sofisticadas.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Distintas civilizaciones, medio televisivo, interés general, mérito, patriotismo, justicia, solidaridad, traición, amenaza de destrucción de la organización social.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Valentia, bondad, honor, recompensa, amistad, lealtad, sacrificio, fuerza mental, justicia, espíritu de equipo, dolor, rivalidad, ansias de poder, fuerza, injusticia, odio.

PERSONAJES:

Superhéroes: Supermán, Batman, Aton, Jefe Apache, Acquaman, Vulcano Negro, Samurai, Supergemelos, Wonderwoman, Green Lander.

Malos: Ridler, MXYZPTLK, vampiros, monstruos del espacio, motoristas, todos ellos con voces y actitudes perversas.

PODERES:

Conocimiento de estructura y alteración atómica, supersoldadura, transmutación en elefantes, castores, hielo, etc., activación de poderes, spray modificador que les hace bobos, visión calorífica, poder de crecimiento, etc.

LENGUAJE:

Frases cortas en diálogos. Voz en off. Burla de los malos. Voz de niños cuando se hacen bobos. Gritos de socorro.

COLORES:

Rojo, azul, amarillo, negro, blanco. Flashes blancos sobre fondo azul. Violentos contrastes.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

Una media de 20 planos por minuto obtenida sobre 5 minutos de cada episodio. En las escenas de lucha o persecución la velocidad aumenta.

PLANOS:

Dominan los largos y los medios. Se recurre a los primeros planos cuando se presentan las armas y para los rostros.

MUSICA:

Sintonía de los Superhéroes al principio y al final del programa. Música para reforzar la acción.

AMBIENTACION GENERAL:

Decorados de interior de naves espaciales, del espacio, de la gran ciudad con rascacielos, etc. Serie con un fin moralizador; la defensa de la paz, la justicia, la verdad en bien de toda la humanidad. Los Superhéroes luchan con sus

superpoderes para evitar la destrucción de la humanidad.

Por la imaginación es apropiada para niños de 4 años, pero la función justiciera predominante se adecúa a los de 7-9 años.

IV.2.4.

LA TROUPE DE COBI

TEMA: La troupe de la mascota olímpica, Cobi, está formada por Nossi, Cachas, Sobrina, Jordi, Petra y Bicho, quienes resuelven las situaciones más insospechadas, casi siempre provocadas por la banda del doctor Normal y su ayudante, quienes envidian y odian a todo el mundo, intentan exterminar animales en peligro de extinción y destruir la naturaleza. Con sus aventuras de fin moralizante, nos enseñan a respetarla, a practicar deportes y a solventar problemas de la vida cotidiana.

MITOS:
Referencias culturales al cine y la literatura, referencias a lecturas, arte, historias con fin moral.

ELEMENTOS MORALIZADORES:
Denuncia de pequeños defectos, respeto a los demás, buenas maneras, obediencia, el deber, el trabajo, defensa de la naturaleza, ecología.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:
Aprendizaje de trabajos caseros, juego, deportes, información en manuales; estudios, educación, saber comportarse; transportes, tiempo libre, pueblo, vida en el campo, paseos,

defensa de la naturaleza, fauna y flora; selva, desiertos, viajes, nombres de ciudades.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Pandilla de adolescentes en la que reina la amistad y la solidaridad, importancia de los medios de comunicación, cine, actos deportivos, culturales, promoción del deporte olímpico.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Inocencia, alegría, curiosidad, ternura, espontaneidad, espíritu de equipo, credulidad infantil, sueño, molestia, desequilibrio.

PERSONAJES:

Cobi: Mascota olímpica. Tiene ganas de aprender. Busca conocimiento en los libros. Inquieto, curioso, divertido, resuelve los problemas, soñador.

Nossi: Tiene una cabeza muy grande con un gran cerebro que le permite manejar ordenadores, platillos volantes, etc. Su cuerpo es muy pequeño.

Petra: Guapa, moderna y muy presumida. Peinada con cola de caballo y flequillo. Morena. Muy sexy. Sabrina: No tiene brazos. Peinada con coletas. Piernas muy largas. Inocente y sencilla. No le importa demasiado lo que piensan los demás.

Cachas: Rubio, fuerte, deportista y romántico.

Jordi: Sabe siempre cómo salir de las situaciones.

Bicho: Es un bicho alargado de color rojo que como todo lo que pilla, tornillos, ladrillos, etc.

El doctor Normal: el malo de la serie. Sus maldades no son violentas.

LENGUAJE:

Diálogos sencillos, comprensibles, explicativos. Frases cortas. Vocabulario correcto, sin términos difíciles y con referencia a la vida cotidiana y a los animales.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

Una media de 13 planos por minuto obtenida sobre 5 minutos de cada episodio.

PLANOS:

Se utilizan planos largos y travellings en los decorados y para comienzo de escenas o presentación de personajes. Planos medios para personajes. Primeros planos no muy numerosos para dar algún detalle. El zoom se utiliza para dar efecto de intimidad. Y travellings para dar idea de movimiento. Panorámicas.

MUSICA:

La canción de Cobi es una canción infantil alegre, pegadiza.

La letra es explicativa. El lenguaje empleado es muy sencillo. La misma canción se utiliza par cierre, pero en esta ocasión sin letra, sólo instrumental.

AMBIENTACION GENERAL:

Serie con ambientación de la vida cotidiana. Interiores de casa y exteriores de calles de la ciudad (Barcelona), el campo, la playa, el estadio olímpico. Cobi viaje mucho, habla del desierto, Venus, Londres, Tokio, la Costa Brava.

Por su interés pedagógico esta serie está indicada para niños a partir de los 3 años. En ella no hay violencia, a pesar del doctor Normal.

IV.2.5.

BATMAN

TEMA DE LA PELICULA: Lucha del musculoso, valiente e inteligente Batman y su amigo el menudo Robin contra la violación de los derechos civiles y la ley por sus enemigos Mad Hatter, el malvado megalómano y Cat Woman.

MITOS:

ELEMENTOS MORALIZADORES:
El bien, el mal, el deber, la defensa del país, la fuerza, el castigo merecido, el respeto a los demás.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:
Explicaciones técnicas o científicas sobre las armas empleadas (energía atómica, rayos X, alto voltaje), centro de arte.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:
Policía, comisionado, televisión, intento de destrucción de la organización social, interés general, poder. Defensa de los derechos civiles y unión de ciudadanos. Influencias del comic.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Seducción, belleza, juventud, inteligencia, bondad, consideración de los otros, el secreto, el sacrificio por una causa, heroísmo, convicción profunda, patriotismo, hacer daño, maldad.

PERSONAJES:

Batman:

Características físicas: Alto, complexión fuerte, musculoso. Máscara en la cara, capa negra, botas, slip negro sobre mallas grises, cinturón y escudo amarillo.

Características psicológicas: Valiente, honrado, educado, leal, inteligente, cumplidor del deber.

Robin:

Características físicas: Delgado, menudo, pelo castaño. Lleva antifaz negro, viste de rojo, verde y amarillo.

Características psicológicas: obediente, leal, tímido, valiente, educado.

Cat Woman:

Características físicas: Muy guapa, sexy, buen tipo, va vestida con mono elástico de cuero negro y antifaz negro con orejas de gato.

Características psicológicas: seductora, sofisticada, cínica, sarcástica, orgullosa, autoritaria, vengativa, pícara,

grandes ansias de poder, enigmática.

Mad Hatter:

Características físicas: Pelirrojo con cejas negras, delgado. Viste con frac gris y sombrero de copa gris.

Características psicológicas: malvado, quiere el poder por todos los medios, megalómano, maquiavélico, calculador, impasible, autoritario.

PODERES:

Cat Woman utiliza aparatos para quitar la voz. Mad Hatter tiene un sombrero que lanza rayos que duermen. Batman tiene toda suerte de sortilegios para defenderse.

LENGUAJE:

Voz en off al principio para informar del capítulo anterior, al final para dejar en suspense y en el medio para hacer aclaraciones y dar continuidad. El lenguaje de los diálogos es muy refinado. El de los malos es también muy sofisticado. Se apoya, como en los comics, en "bocadillos".

COLORES:

Fuertes, llamativos como en los años 60, tanto en exteriores como en interiores. Predominan el azul, el rojo, el verde, el amarillo, el gris.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

Una media de 15 planos por minuto obtenida sobre 5 minutos de cada episodio. La velocidad aumenta en las luchas, pero no exageradamente.

PLANOS:

Planos largos para presentar los decorados y las escenas. Medios para los personajes y primeros planos para dar sensación de intimidad y dar detalles. En las peleas se acortan los planos y se utilizan "bocadillos". Panorámicas, travellings y picados y contrapicados. Para cambios bruscos de lugar se utiliza un elemento de continuidad consistente en el logotipo de Batman.

MUSICA:

Primero se presenta una introducción que señala el punto álgido de la película sin música. A continuación va el encabezamiento que consiste en una tira de comic con la sintonía de Batman. Da paso al comienzo real con los créditos y sigue la música de Batman. Termina con la misma sintonía. Entre medias se utiliza música para reforzar la acción.

AMBIENTACION GENERAL:

Todo es realista, personas, armas, vehículos, casa, ambiente. Sólo es fantástica la Batcueva y los lugares donde les llevan

los malos, donde se encuentran instrumentos muy sofisticados, y el Batmóvil que puede volar y se transforma de coche en avión.

En términos de comprensión esta serie es apropiada para niños de más de 7 años, aunque guste a los más pequeños.

IV.2.6.

SHARKY Y GEORGES

TEMA:

La historia se desarrolla en una ciudad submarina. Sharky y Georges son dos amigos que trabajan como detectives privados, por lo que luchan contra el mal, por la justicia, defendiendo a los débiles.

MITOS:

Referencia cinematográfica y a los Estados Unidos. Cine negro con gansters y detectives privados.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

Lucha del bien y el mal. El premio y el castigo. Defensa de la ciudad y el orden ciudadano.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Televisión. Cine. Ciudad. Referencia a las artes marciales. Mundo científico. Tradición ciudadana. Cultura y barrios históricos.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

El capitalismo. Vida ciudadana. La explotación. Elementos cívico-urbanos. Relaciones sociales. Mundo de los negocios. (Inmobiliaria)

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Amistad. Bondad/maldad. Rivalidad. Heroismo. Sacrificio por una causa. Cobardía. Crueldad. Violencia. El poder.

LENGUAJE:

Coloquial/callejero. Referencias lingüísticas al mundo submarino: aleteo, aletas, cola, etc.

PERSONAJES BUENOS:

Sharky: tiburón rosa. Torpe. Autoritario.
Georges: pececito verde y amarillo. Astuto. Listo. Rápido.
Gisselle: merluza azul, violeta. Femenina. Fuerte. Leal.

PERSONAJES MALOS:

Varios.

COLORES:

Azules, verdes. Colores fuertes en general. Figuras contrastando en colores más claros, rosa, etc.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

La frecuencia de las imágenes es en los momentos de acción muy acelerada. La media es de 23 imágenes por minuto.

PLANOS:

Planos generales y medios. También algunos primeros planos. Se utiliza el plano subjetivo. Travellings y zooms.

MUSICA:

Música sintonía: rock/pop.

Música general fantástica, hecha con sincronizadores, en general aparatos eléctricos.

ILUSTRACIONES SONORAS:

Música rápida reforzando la acción. Casi constante. Ruidos a la par que la acción.

AMBIENTACION GENERAL:

Mundo submarino.

Ambiente urbano años 20. Ligeramente cutre. Automóviles, bares, pistolas, sombreros, tipo gansters, etc.

IV.2.7.

BABAR

TEMA:

Babar es un elefante que es un rey. Llegó a la ciudad años antes para saber qué era. Babar conoce a Madame y con ella las costumbres de la ciudad. Al final Babar es nombrado rey. Se casa. Tendrá que enfrentarse a los problemas clásicos de su cargo: luchar por la justicia, el bien social, etc. Además de ocuparse de los problemas de su familia.

MITOS:

Referencia a Dumbo, al Rey de la Selva, de Walt Disney.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

El bien y el mal. El deber. Patriarcado.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Aprendizaje y educación. Fotografía. Pintores. Aeroglobos. Tiendas. Correos.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Vida en el palacio. Familia. Ciudad. Vida social. Fiestas. Obediencia al tutor. Justicia.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Complejos psicológicos (inferioridad). Experiencia aportada por la madurez. Amor. Amistad. Bondad. Adaptación. Bien y mal. Miedo. Responsabilidad. Figura de los padres. Timidez.

PODERES:

No se trata de una serie fantástica. Sino de animales y personas normales. El poder del bien y la imaginación.

LENGUAJE:

Lenguaje coloquial. Sencillo. Lleno de ternura y suavidad. Ligeramente ñoño. Risas. Voz en off de Babar.

PERSONAJES:

Babar: Elefante ingenuo, bondadoso, alegre.

Familia de Babar: Elefantes de distintas edades. Todos vestidos. Alegres, cariñosos.

Madame: Mujer algo mayor. Bondadosa, educada, buenas formas.

COLORES:

Colores claros o pasteles en el decorado: azul, salmón, etc. Figuras con tonos más fuertes, pero no agresivos: verdes, morados, rojos y negros.

PLANOS:

Abundantes planos generales y medios. No existen planos

subjetivos. Panorámicas, travellings. No hay primeros planos.

FRECUENCIA DE IMAGENES:

Una media de 22 planos por minuto obtenida en 5 minutos. En escenas de peligro, susto o miedo, se acelera ligeramente.

MUSICA:

Sintonía del progrma.

Música reforzando la acción en momentos importantes.

Música piano muy suave, tipo clásico. Ligeramente nostálgica.

ILUSTRACIONES SONORAS:

La música refuerza la acción en momentos importantes del desarrollo de los relatos. Ruidos bien sincronizados con la acción.

AMBIENTACION GENERAL:

Ambientación de finales de siglo. Clase social alta. Ambiente urbano y palaciego. Escaleras, vestidos, muebles, chimeneas y jardines.

Ambientación tradicional y preciosista.

IV.2.8.

LAS BOLAS DEL DRAGON

TEMA:

Shongoku es un niño que vive feliz en las tierras de Arcadia. Al lugar llega una niña guapa y sexi llamada Bulma en busca de las Bolas Mágicas. Según la leyenda el mortal que consiga reunirlas y conjurar al dragón se le concederá un deseo cualquiera por imposible que parezca. Mientras, la Tierra está en peligro, las fuerzas del mal comienzan a gobernarla. Shongoku junto a la muchacha comienzan a buscar las Bolas Mágicas.

Pasa el tiempo y el niño irá creciendo y convirtiéndose en un héroe en manos de Mootenroy que le enseñará las más sofisticadas artes marciales. A la vez que buscan las Bolas irán sucediendo gran cantidad de aventuras, luchas contra el mal y van apareciendo y volviendo a aparecer personajes diferentes. Su mayor enemigo, Freezer. Misión: salvar la Tierra.

MITOS:

Caballeros de la Tabla Redonda. Santo Grial. Ulises.

Cinematográficos: Guerra de las Galaxias.

Literatura: El señor de los anillos.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

Lucha del bien y el mal. Constancia. Sacrificio. Perdón. Justicia.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

La competición. Jerarquía. Obediencia al maestro. Violencia. Sexo.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Agresividad. Amistad. Rivalidad. Defensa de roles femeninos y masculinos. Ley del más fuerte. Ayuda. Esfuerzo y constancia personal. Bondad/maldad. Amor/odio.

PERSONAJES:

Shongoku: guapo, fuerte, valiente, sincero, leal.

Songohan: gracioso, infantil, ingenuo, ignorante.

Bulma: muy guapa, valiente, leal.

Frisher: fuerte, violento, cruel.

PODERES:

Fuerzas sobrenaturales. Transformaciones en diferentes animales y monstruos. Capacidades físicas increíbles. Magia. Utilización de armas muy sofisticadas.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Artes marciales. El maestro y los alumnos. Profecías.

Tendencia al armamento sofisticado.

LENGUAJE:

Lenguaje que se acerca a la jerga juvenil, callejera y coloquial. Lenguaje científico espacial. Humor. Hay voz en off.

COLORES:

Colores fuertes y agresivos: azules, rojos, amarillos y verdes. Contrastes muy violentos.
Rayos luminosos muy fuertes en las luchas o cuando se utilizan los poderes sobrenaturales.

FRECUENCIA DE LAS IMAGENES:

Alrededor de las 26 imágenes por minuto. Aunque en los momentos de acción esta cifra aumenta de forma exagerada.

PLANOS:

Pocas imágenes fijas. Zooms, travellings panorámicos. Cambio de planos muy acelerados, llegando casi a lo subliminal. Se utiliza el medio plano para dar más fuerza expresiva a la acción.

MUSICA:

Sintonía del programa con letra. Sintetizadores.

Música fuerte, intrépida, totalmente atronadora para reforzar las acciones de lucha.

Música del final distinta, más suave.

ILUSTRACIONES SONORAS:

Los efectos sonoros ya sea música, ruidos, sonidos corporales, acompañan, estimulan y están perfectamente sincronizados con la imagen.

Utilización de silencios para reforzar dando mayor espectacularidad a determinados momentos.

AMBIENTACION GENERAL:

Edificios y ropas típicas de Japón.

Para el ambiente de lucha, marcial o espacial, las naves, armas e incluso en el propio lenguaje.

IV.2.9.

LOS BIONICOS

TEMA:

Una familia tradicional vivía tranquilamente hasta que padece una enfermedad. El padre Bionic Q, gracias al milagro de la ciencia moderna es portador de energía biónica, y con ella bioniza a su familia.

Utilizarán la energía al servicio del Bien y la Justicia. Tiene cada miembro un poder distinto. Su mayor enemigo es el Dr. Scarab, que quiere robar información sobre el poder biónico con fines perversos. Crea monstruos: Glove, Madame O, Chopet, etc.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

Bien y mal. Defensa de los valores establecidos. Defensa de la justicia y la verdad.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Explicaciones y acercamiento al mundo científico-tecnológico. Armamento sofisticado. Referencia a las artes marciales. Parapsicología.

Referencias a la cultura americana.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Defensa de la familia. Ordenador. Solidaridad. Jerarquía.

Obediencia al maestro o jefe.

Defensa de la ecología

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Bondad/maldad. Amistad. El poder. Agresividad. Cooperación. Coraje. Valentia. Rivalidad. Amor/odio.

PERSONAJES:

Bionic O: hombre de mediana edad. Padre autoritario y comprensivo.

Helen: Mujer de mediana edad. Guapa. Poderes parapsicológicos.

DJ: Guapo, rubio, robusto. Muy inteligente. Ligeramente pedante.

Erik: niño pequeño, delgado, muy ágil y rápido.

Dr. Scarab: Físicamente desagradable. Violento. Perverso. Inteligente.

Madame O: Alta, sofisticada, cruel, astuta, muy inteligente.

Mecanic: alto y muy vuerte.

PODERES:

Los poseen tanto los buenos como los malos.

Helen multiplica a las personas. Roku es muy veloz. DJ tiene una inteligencia superior. Erik es un experto en kárate.

Los malos, Glove tiene poderes en las malos; Madame O es muy

astuta, Chopet es muy veloz, Mecanic tiene gran fuerza.

LENGUAJE:

Normalmente sencillo y coloquial. Utilizan el lenguaje científico.

COLORES:

Para las naves se utilizan los azules y violetas. Para la tierra los colores naturales.

Contraste fondo figuras: colores claros (blanco y amarillo), o muy fuertes (azules, rojos, naranjas).

Colores y destellos fluorescentes (rojo, amarillo) para las armas y los objetos sofisticados.

PLANOS:

Planos medios y generales.

Pocos primeros planos y pocos planos subjetivos. Utilización de zooms y panorámicas.

FRECUENCIA DE PLANOS:

La frecuencia de planos es de 22 planos por minuto. Utilización de imagen fija. La acción se acelera ligeramente.

MUSICA:

Sintonía principio y final.

Música muy rápida hecha con sintetizadores e instrumentos eléctricos. A veces música de fondo muy ténue, llenando espacios vacíos.

ILUSTRACION SONORA:

Sonido tecnológico reforzando momentos de acción.

Sonidos de fuerza terrestre.

AMBIENTACION GENERAL:

Mezclan mundos distintos, es decir, pueden estar en un desierto en Arizona con sus vaqueros, caballos e indios y a la vez el mundo del futuro con naves, armamento sofisticado, automóviles, robots y computadoras.

IV.2.10.

LOS CAZAFANTASMAS

TEMA:

Estamos en Nueva York y sus alrededores. Transitan por las calles muchos fantasmas que atemorizan a los ciudadanos. Un equipo de jóvenes se encarga de capturarlos y encerrarlos o hacerlos desaparecer. Para ello tienen acceso a medios muy sofisticados que absorven a los fantasmas (Ectomóvil). En su oficina atienden al cliente y cobran sus servicios. En el momento actual también se tendrán que enfrentar a peligrosos criminales.

MITOS:

Mito del triunfador.

American way of life.

Figuras mitológicas: las Walkirias, centauros, etc.

Literatura: Agatha Christie.

Holliwood.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

Bien y mal. Defensa de los valores establecidos. El deber.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Cine. Explicación y fenómenos parapsicológicos. Referencias a la literatura. Referencias a personajes americanos famosos,

actores, cantantes, fotógrafos, etc. Profecías.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Televisión. Ciudad de Nueva York,. El capitalismo. Mundo de los negocios. Relaciones de trabajo: cliente, jefe, trabajadores. Competitividad. Solidaridad.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Bondad/maldad. Amistad. El triunfador. Inteligencia. Lealtad. Fuerza de carácter. Rivalidad. Cooperación.

PERSONAJES:

Peter Wenkman: el líder, guapo, inteligente, astuto, ingénuo.

Ray Stanz: rubio con tupé, estudioso, repelente.

Winston Zeddmore: hombre de color, fuerte, deportista, constante.

Slimer: fantasma verde, glotón, asustadizo.

Jeanine: Secretaria cursi, ñoña, enamoradiza y eficiente.

PODERES:

Los buenos, los cazafantasmas no tienen ninguno, aunque sí acceso a tecnologías muy sofisticadas.

Los malos tienen poderes sobrenaturales: fuerza descomunal, transformaciones, elementos mágicos, etc.

LENGUAJE:

Lenguaje sencillo y coloquial. Argot callejero, tecnológico. Humor. Voces distorsionadas en los monstruos o fantasmas.

COLORES:

Colores grises, azules, verdes y marrones en el fondo de la ciudad.

Fenómenos parapsicológicos colores flourescentes, rosa, azul, verde, etc.

Figuras con colores vivos como rojos, rosas y azules.

PLANOS:

Utilización de imagen fija (planos medios y generales).

Primeros planos cuando hablan los personajes.

Utilización de picados y contrapicados.

Travellings, zooms.

FRECUENCIA DE PLANOS:

En la acción se acelera la frecuencia pero no excesivamente.

La frecuencia media es de 20 planos por minuto.

MUSICA:

Banda sonora (Ray Parker). Ritmo pegadizo. Música disco o pop. Música con referencias misteriosas como introducción. Sintetizadores.

ILUSTRACION SONORA:

Sonidos extraños y distorsionados sincronizados con la imagen de fenómenos sobrenaturales.

AMBIENTACION GENERAL:

Ciudad de Nueva York en la actualidad. Modernidad. Grandes edificios, autopistas y coches, semáforos.

También la ciudad subterránea, cloacas, alcantarillas, etc.

IV.2.11.

CAPITAN PLANETA

TEMA:

La Tierra está en peligro por los abusos que se hacen de sus reservas naturales, la guerra, la contaminación, la tecnología. Todo eso está acabando con ella.

Pero un grupo de jóvenes con poderes relacionados con la naturaleza que les dan sus anillos mágicos y el capitán Planeta lucharán contra villanos y malvados y demás personajes que intentan destruirla.

MITO:

Green Peace.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

Lucha del bien y mal. Conciencia ecológica. Cambio de hábitos en lo referente al medio ambiente. Deber.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Explicaciones sobre el medio ambiente, fauna, flora, etc. Explicaciones científicas.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Fervor ecológico. Violencia. Guerra. Solidaridad. Coches. *Armamento sofisticado. Jerarquía. Obediencia al jefe.*

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Bondad/maldad. Amistad. Poder. Triunfo. Agresividad. Amor. Cooperación. Inteligencia. Lealtad. Abnegación. Heroísmo. Sacrificio por una causa. Crueldad. Ingenio. Venganza. Esperanza.

PERSONAJES:

Capitán Planeta: Guapo, colorido, bueno, inteligente, ágil.

Capitán Contaminación: feo, sucio, fuerte, cruel, bruto.

Linka: adolescente, rubia, intrépida, valiente, inteligente, puede hacer que sople el viento.

Kim: adolescente, oriental, puede hacer que todo se cubra de agua.

Weler: Fuerte, rubio, intrepido, puede hacer que el fuego arrase todo.

Makin: poder del corazón, sudamericano, adolescente.

PODERES:

TAnto los buenos como los malos tienen poderes. Los planetarios tienen a su disposición todos los elementos y fuerzas de la Tierra. El Capitán Planeta, los tiene todos además de volar y una fuerza sobrenatural. Uso de armamento sofisticado.

LENGUAJE:

Lenguaje normal o cotidiano y lenguaje científico. En las luchas los malos tienen lenguaje agresivo. Los buenos con visos de ternura.

COLORES:

La Naturaleza está pintada con colores vivos (verde, amarillo, azul y rojo). Las naves con aules, violetas y rojos. Las figuras contrastadas con el fondo. Se utilizan colores fluorescentes para los momentos de lucha.

PLANOS:

Planos generales y medios. No hay planos subjetivos. Poca utilización de primeros planos.
Travellings y panorámicas.

FRECUENCIA DE IMAGENES:

La frecuencia de imágenes es de 23 planos por minuto. No se acelera demasiado en los momentos de acción.

MUSICA:

Sintonía al principio y al final. Música instrumentos eléctricos. Música en los momentos de acción reforzándola.

ILUSTRACION SONORA:

Los efectos sonoros, musica y ruidos, están bien sincronizados con la imagen.

AMBIENTACION GENERAL:

Está ambientada en lugares naturales, islas, mar, arbolado, praderas, contrastando con el mundo de la ciudad, la polución.

Por otro lado, los ambientes futuristas tienen naves espaciales, ordenadores, rayos láser, etc.

IV.2.12.

LAS RANAS CALLEJERAS

TEMA:

Estamos en América. Un grupo de jóvenes ranas quieren ser famosas. Su pasión es la música. Necesitan dinero. Para ello buscarán trabajo incansablemente que les proporciona la cadena de radio "Hop Línea". Pero casi no ganan dinero, ya que lo suelen estropear todo. Se reúnen en el bar de Snappy Sam's y alguna vez les sale alguna prueba musical.

MITOS:

Los grandes ídolos musicales de la música Pop, Rap, Break, americanas. Referencias cinematográficas.

ELEMENTOS MORALIZADORES: Ninguno.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

La ciudad. La radio. Música. Escuela. Exaltación de costumbres americanas: hamburguesas, Rap, etc.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Trabajo. Relaciones sociales. Pertenencia a un grupo. Problemática social. Teléfono.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Amistad. Competitividad. Solidaridad. Ilusión. Creatividad. Inadaptación. Ansiedad. Stress. Amor. Incomprensión.

PERSONAJES:

Big Mas: niño que lleva gorra y camiseta de rayas, ingenuo, infantil, listo.

Sleep: líder, gracioso, ingenioso, va vestido con gafas y chándal amarillo, ligón.

Moose-Loose: líder. Alto con cazadora negra. Listo.

Loretta: Chica. Femenina. Lista. Nerviosa.

Spider: Gordo, bajito, bruto y brusco.

PODERES: Ninguno.

LENGUAJE:

Argot callejero, típico de los barrios americanos. Rap. Humor.

COLORES:

Suaves, colores pastel al fondo (rosas, azules, amarillos). Las figuras contrastan con ropa con colores un poco más vivos, nunca agresivos.

FRECUENCIA DE IMAGENES:

La media es de 18 planos por minuto. No hay muchos

contrastes.

PLANOS:

Planos medios o generales.

Travellings normalmente frontales.

MUSICA:

Break-Dance, Pop, Rap. Fondos vanguardistas aleatorios.

Cantan en inglés.

Sintonía Rap.

Mucha música en todo el programa. Cantan los mismos personajes.

ILUSTRACIONES SONORAS:

La música dirige la acción y sobre todo cuando no hay texto.

AMBIENTACION GENERAL:

Normalmente realista. Un barrio americano de clase media baja. Con sus calles, farolas, bandas callejeras, música, hamburgueserías, etc.

IV.2.13.

LOS DINOSAUCERS

TEMA:

Los Tyrannos aterrizan en una extraña selva sudamericana. Al explorarla se encuentran con altas montañas, al final desembocan en un valle donde habitan dinosaurios (dóciles y amables). Rex, el jefe intenta convertirles en esclavos. Los secret Scouts y los Dinosaucer's han sido testigos del aterrizaje y van en su ayuda. Una vez liberados la lucha contra Rex continuará a la vez que los Dinosaurios van descubriendo la extrañas costumbres terrícolas.

MITOS: Ninguno.

ELEMENTOS MORALIZADORES:

Lucha bien y mal. Defensa del orden establecido. Fortalecer los valores clásicos.

ELEMENTOS SOCIOLOGICOS:

Deportes. Relaciones sociales. Guerra. Obediencia al jefe. Jerarquía. Solidaridad.

ELEMENTOS PSICOLOGICOS:

Bondad/maldad. Amistad. Honor. Competitividad. Rivalidad. Agresividad. Ternura. Amor. Cooperación. Envidia. Sacrificio

por una causa.

ELEMENTOS PEDAGOGICOS Y CULTURALES:

Las Olimpiadas. Cine. Discotecas. Todo lo que se refiere al mundo y costumbres terrestres.

PERSONAJES:

Rex: Grande, Dinosaurio rojo. Agresivo. Fuerte. Cruel. Autoritario.

Sarah: Niña rubia, pequeña, ágil, inteligente, cariñosa, femenina, fuerte de carácter.

Alo: Dinosaurio prudente, bondadoso, inteligente.

PODERES:

Todos tienen acceso a armamento sofisticado. Aunque los secretos-exploradores tienen un anillo que les dan propiedades: potencia física, fuerza, etc.

LENGUAJE:

Lenguaje cotidiano. Vocablos referentes a la Prehistoria. Humor.

COLORES:

Ropas y objetos con colores muy vivos (rojos, azules, violetas, amarillos, fucsias). Fondos claros con los colores

clásicos (ocres, azules, verdes, etc.) Colores fluorescentes.

FRECUENCIA DE IMAGENES:

Las imágenes aparecen con una frecuencia de 22 planos por minuto.

PLANOS:

Abundan los planos medios y generales.

Travellings y zooms.

Planos fijos.

MUSICA:

Sintonía.

Música ligera Pop con voces.

ILUSTRACIONES SONORAS:

La música de fondo acompaña a la acción. Ruidos sincronizados reforzando a la acción.

AMBIENTACION GENERAL:

Ciudad futurista. Naves, pantallas que lo ven todo, ordenadores, armas vestuario futurista. Mezclando lugares y personajes prehistóricos.

IV.5. RESULTADO DEL ANALISIS DE LOS DIBUJOS ANIMADOS

IV.5.1. PSICOLOGOS Y PEDAGOGOS.

Se puede apreciar que hay una cierta inquietud por el papel que tanto los dibujos animados como los programas infantiles pueden ejercer en los niños. De ahí que en algunas series, muy pocas todavía, se encuentren psicólogos o pedagogos entre los miembros del equipo de producción:

Dr. Robert Kuisis, PH.D. y la Dra. Patricia M. Carey, PH.D. en "Las ranas callejeras" y "Los tigres del mar".
Y el primero, Dr. Robert Kuisis, PH.D. en "Los halcones planetarios" y en "Silverhauks".

También los programas infantiles cuentan con ayuda psicológica. Lo vemos en "A la babala" y en "The new fat Albert Show and the Cosby Kids".

IV.5.2. PERSONAJES (HUMANOS, ANIMALES, MONSTRUOS, OBJETOS)

El número de personajes protagonistas que aparecen en las series actuales que pueden verse en las pantallas españolas están divididos en humanos, animales, monstruos y objetos.

Se han contabilizado 108 humanos, 71 animales, 16 monstruos y 23 objetos, dando los porcentajes siguientes: 50 por ciento de humanos, 10 de objetos, 33 de animales y 7 por ciento de monstruos. Puede apreciarse el cambio que estás sufriendo los dibujos que pasan de ser algo que entretiene y produce risas a algo que produce miedo: monstruos dentro de los vientres de robots, etc.

IV.5.3. PERSONAJES MASCULINOS Y FEMENINOS.

De los 108 personajes humanos progonistas, 83 son masculinos y 12, femeninos, lo que da un porcentaje de 87 por ciento masculinos y 13 por ciento femeninos, un predominio aplastante de hombres sobre mujeres.

IV.5.4. ANIMACION

Los directores de animación que más destacan son:

En 1948, animan Tom & Jerry, Kennety Muse y Irven Spence.

En 1957, Sidney Sutherland, Virgil Ross y Bob Clampett, la serie "Merry Melodies".

En 1972 Osamu Koba Yashi y Tsuo Tomu Shibayama aparecen los japoneses con fuerza arrolladora con "La rana valiente" (1972); seguidos por Yasuo Otsukoda con "Las bolas del dragón" (1978), Yoshiyuki Momose y Yoshishice Kosako con "El despertar" (1981); Tsukasa Tannai, Yoshifumi Kondoh y Kazuhide Tomonaga con "Sherlock Hound" (1984); Bill Wolf, John Kafka y Masakazu Iguchi con "Cazafantasmas" (1986); Patrick Schwerdtle y Jean Pierre Tardivel con "Spartakus and the sun beneath the sea" (1986); Masnori Miura y Norimo Kashima con los "Dinosaucers" (1987).

Quedan ensombrecidos Jay Sarby y Bill Keil con "Los superhéroes" (1987), John Lawrence Collins con "Babar" (1989), Mike Stuart y John Kafka con "Las tortugas Ninja".

Jordi Guasch surge en 1990 con "The Cobi troupe" y Ezequiel Martín en 1991 con "Delfy y sus amigos".

IV.5.5. MUSICA.

En la relación año-serie-música, destacan:

Scott Bradley y Western Electic Sound System con "Tom & Jerry";Norman Spencer (1957) con Merry Melodies; Bernard Hoffe (1986) con "Los halcones planetarios", "Los tigres del mar", "Las ranas callejeras" y "Silverhawks"; Dennis G. Brown y Chuck Lorre (1985-91) con "Las tortugas Ninja"; Glen Glenn con "Los superhéroes" (1990); Haim Saban y Shuki Levy (1986) con "Los cazafantasmas", "Los dinosaucers", The new Archies", "The new advetures of He-Man"; "Seikote Alaia" (1984); "Los guerreros sobre ruedas" (1985); Vladimir Cosma con "Spartakus and the sun beneath de sea" (1986); "Dennis" (1986); Takeshi Ike con "Las bolas del dragón" (1986-1989); Joanne Miller y Murray McFadden (1990) con "El Capitán Planeta"; Kenjiro Hirose con "La rana valiente" (1972-81); Thomas Chase y Steve Rucker con "Los Biónicos" (1987); y los españoles Guido de Angelis y Maurizio de Angelis (1988) con los Bobobs; Josep Roig con "Delfy y sus amigos"; Michael Legrand con "Erase una vez las Américas" y Xavier Capellas con "The Cobi Troupe", (1990).

En lo referente a efectos especiales destacan:

Michael Broadley y Rick Eiseman con "Los superhéroes" (1990); Richard Gannon con "Los cazafantasmas" (1986);Randy

Thomas con "Los bionicos" (1987) Bill Koepnick con ""Capitán Planeta" (1990); y los españoles Abel Ros y Oscar Muñoz con "Bobobobs" (1988); Jordi Civil y Oriol Vallve (1990)

IV.5.6. TEMAS

Los temas más tratados se pueden encuadrar en primer lugar y por mayoría aplastante, "Lucha entre bien y mal" seguido a considerable distancia por "amistad/familia/vida cotidiana/ problemática social, familiar, adolescente, juvenil, infantil", "científico-espacial/artes marciales", "ecología/naturaleza/medio ambiente" y otros como pedagogía, deportes, etc.

IV.5.7. ESPAÑA

España está realizando un buen papel a nivel internacional en cuanto a producciones de dibujos animados se refiere, tanto a nivel educativo como de entretenimiento.

Si se tienen en cuenta los juicios de especialistas entrevistados o estudiados, investigaciones al respecto y conclusiones de la presente tesis, no se puede decir lo mismo de los programas infantiles. Solo "Juego de niños" y "A la babala", merecen especial atención por todo lo anteriormente citado.

La creación española supone un 5 por ciento sobre lo que se está ofreciendo actualmente en nuestras pantallas.

V TRABAJO DE CAMPO.

V.1. MESA REDONDA CON EL GRUPO DE TRABAJO DEL PSIQUIATRICO DE ALCOBENDAS.

INTERVIENEN:

DOCTOR MANUEL CUMELLA SORIA. Psiquiatra. Jefe Clínico. Hospital Psiquiátrico y C.S.M. de Alcobendas.

DOCTOR RAUL GARCIA PEREZ. Psiquiatra Infantil. Hospital La Paz.

DOCTOR JESUS MORIN. Psiquiatra. Hospital La Paz.

DOCTOR ALFREDO ABRINES ALCALA. Psiquiatra. Jefe de Servicio. Servicio Regional de Salud.

ELENA SANCHEZ CENARRO. Psicólogo Infantil. INSALUD.

JOSE RAMON DE LA VEGA. Psicólogo Clínico. C.S.M. Alcobendas.

MAGI OTERO. A:T:S: Psiquiátrica. C.S.M. Alcobendas.

OLGA SAN MARTIN RUIZ. A.T.S. y Diplomada Universitaria en

enfermería. Psiquiatría. C.S.M. Alcobendas.

M. CARMEN GOMEZ TALEGON. Auxiliar Clínico y Psiquiátrico. Servicio Regional de Salud.

REMEDIOS OVIEDO RODRIGUEZ-OSORIO. A.T.S. Diplomada Universitaria en Enfermería. Psiquiatría. C.S.M. Alcobendas.

VI.1. PREGUNTAS SUSCITADAS A TENOR DEL ANALISIS DE LA PROGRAMACION INFANTIL

Se les realizaron las siguientes preguntas:

1. ¿Cree usted que la violencia de determinados programas infantiles de televisión influye en el niño televidente?

2. ¿Qué influencia pueden tener en el niño los mitos propios de su cultura? ¿Y los de otras culturas?

3. ¿Qué opinión le merece la televisión "baby-sitter"? ¿Cómo

puede afectar esta a las relaciones padres-hijos?

4. ¿Qué consejos daría usted a los padres para evitar tales efectos?

5. ¿Influye la televisión en reafirmar el papel niño-niña en la sociedad?

6. ¿Cree usted que, debido al papel de la televisión en la vida de los niños, puede surgir una nueva cultura infantil en la que jueguen un valor importante los valores impuestos desde el exterior?

7. ¿Cuáles son los efectos positivos y negativos de la televisión que ya se han detectado?

8. ¿Cree usted que influye la televisión en el hábito de lectura infantil? ¿Es posible que la difusión de las imágenes en sí misma pueda afectar al niño en la concentración que requiere la lectura?

9. ¿Qué cree que se podría hacer desde la misma televisión para evitar el descenso alarmante del hábito de lectura?

10. ¿Qué debería ofrecer un programa de televisión infantil a

su audiencia?

DOCTOR MANUEL CUMELLA SORIA. Psiquiatra. Jefe Clínico. Hospital Psiquiátrico y C.S.M. de Alcobendas.

1. El niño aprende por imitación del "modelo". Si ese modelo proviene de su familia y entorno, se puede controlar, dirigir, etc., según la capacidad, carácter y personalidad del niño. Si la violencia a que nos tiene acostumbrados la televisión sustituye el "modelo" familiar, escapará a nuestra capacidad de "enseñar" la evolución del niño, ya que, repito, el niño aprende por imitación de sus mayores que son sus primeros "héroes".

2. a. La influencia de los "mitos" siempre es grande en el ser humano. Tanto mayor cuanto menos formada esté la personalidad.

b. Que el mito sea de su cultura o ajeno a ella, en principio, creo que carece de interés, salvo que produjese un choque o conflicto entre ambas culturas.

3. a. Es desaconsejable desde todos los puntos de vista.

b. Interrumpe el diálogo fluído padres-hijos si los niños son teleadictos, generando conflictos tanto consigo mismos

como con los padres (no es lo mismo la relación padres-hijos entre los anglosajones, nipones o lantinos).

4. Que se informen previamente del contenido de los programas que ven sus hijos, que les elijan cuidadosamente, que limiten el horario de televisión y, fundamentalmente, que no utilicen la televisión en lugar del diálogo.

5. Si, rotundamente. Y de ahí el exquisito cuidado en la selección de los contenidos de los programas.

6. Posiblemente si. No olvidemos que el niño aprende al imitar las conductas que ve en su entorno.

7. a. Positivos: aumento de conocimientos, acercamiento de culturas, aumento de la capacidad de comprensión, abstracción del lenguaje, etc.

b. Negativos: incomunicación, agresividad, consumismo, pérdida de interés por otros medios informativos, culturales, etc.

8. a. Si existe abuso de ver televisión, el niño leerá menos, simplmente porque su tiempo lo ocupa con televisión. Si el uso de la televisión es adecuado, no creo incompatibles la lectura y la televisión. Tengamos presente aquello de :"Una

imagen dice más que mil palabras."

b. Sí.

9. La creación de programas infantiles, activos, concursos educativos que conlleven lecturas, conocimientos, habilidades y que se premie precisamente eso.

10. Valores éticos: de justicia, de libertad, de solidaridad, de generosidad, de no violencia, de respeto hacia los demás.

Valores físicos: higiénicos, deportivos y de ocio.

DOCTOR RAUL GARCIA PEREZ

1. Sí.

2. a. Los mitos propios tienen mucha influencia.

b. Los de otras culturas, menor. Depende del grado de intercambio cultural.

3. a. Mala impresión.

b. Afectará a las relaciones padres-hijos dependiendo del tiempo que dediquen a ver la televisión.

4. Que dosifiquen el tiempo de televisión y que estén informados de los contenidos y que los comenten con sus hijos.

5. Sí. Por supuesto que influye.

6. Sí, pero matizado por los valores de la familia.

7. a.Positivos: ponerle en relación con la sociedad en que vive.

b. Negativos: Si no interviene la familia, creando una falsa identidad.

8. a. La televisión influye negativamente en el hábito de lectura infantil.

b. La difusión de imágenes puede afectar al niño en la concentración que requiere la lectura.

9. Sí. Fomentar la lectura con programas divulgativos de libros.

10. Distracción, fomentar los valores positivos (solidaridad, comunicación), no alienarlos.

JESUS MORIN. Psiquiatra. Hospital La Paz.

1. Sí.

2. a. Importante.

b. Menos.

3. a. En principio malo. Hay otros procedimientos mejores a mi juicio para el desarrollo de sus funciones intelectuales.

b.Puede hacer que las relaciones sean menos intensas y haya menos comunicación.

4. No dejar que vean toda la televisión que deseen sino determinados programas únicamente, los que puedan resultar mejores para ellos según la edad.

5. Sí. A veces positiva, otras, negativamente.

6. Sí.

7. a. Constituye un entretenimiento demasiado simple, que no requiere esfuerzo por su parte, demasiado cómodo.

b. Distracción.

8. a. Por lo anterior: La comodidad de la televisión hace que

se rechace aquello que requiere más esfuerzo, como la lectura.

b. Si.

9. Intentar estimular el interés por otros temas y desarrollar en ellos esa inquietud.

10. La misma respuesta que en el punto anterior.

DOCTOR ALFREDO ABRINES ALCALA. Psiquiatra. Jefe de Servicio. Servicio Regional de Salud.

1. Sí.

2. a. Positivos.
   b. Educativos.

3. a. Negativa.
   b. Negativamente.

4. Control del tiempo y de los programas de la televisión.

5. Sí.

6. Sí.

7. a. Formación, culturales, invención.
   b. Negativos, características ajenas y complicadas, miedo no lectura, etc.

8. a. Lo disminuye.
   b. Sí.

9. Programas culturales, referidos a literatura infantil.

10. Temas culturales, pedagógicos, etc.

ELENA SANCHEZ CENARRO.

1. Sí, sin duda. La fuerza a nivel de influencia en los valores, actitud, etc., es un hecho probado y nosotros lo vemos en nuestra consulta a diario. Creo que sería necesario un control técnico de programas a la hora de mayor audiencia infantil, ya que no sólo por los denominados programas infantiles, sino por anuncios que se intercalan en los dichos programas. Anuncios de productos, anuncios de películas (ejemplo deleznable, los trailers de "Fredy" y otras películas de violencia y terror introducidas agresivamente en los espacios publicitarios de películas o programas, supuestamente inocuos o incluso positivos) que son motivo de ansiedades trastornos del sueño, etc. y que vemos frecuentemente a los afectados en nuestras consultas.

Por otro lado la tendencia a emular al héroea de turno por parte del niño (no olvidemos la fuerza de la imitación en el aprendizaje y la tendencia a la identificación con los valores , actitudes, etc. de tales supuestos héroes) es otro factor probado.

2. a. El niño acaba asumiendo los suyos (obviamente en los propios cabe esperar mayor fuerza ya que son realizados por televisión y en el propio medio vital).

b. En los de otras culturas faltará la consistencia y

refuerzos.

3. a. Un horror y un error. Estamos cansados de ver "televidentes" de seis años en adelante que viven con, por y para la televisión, y donde los padres reconocen que en el pasado o incluso ahora en ocasiones remiten a los niños a la televisión para tener un poco de tranquilidad y evitar requerimientos de juegos compartidos, evitar peleas entre hermanos o conseguir silencio en la casa. Estos niños habituados a la recepción erosiva de estímulos, se muestran con frecuencia incapaces de hacer "esfuerzos" en otra dirección. Si están en casa y encienden la televisión. Con frecuencia en estas casas ambos padres o uno de ellos tiene también la misma práctica.

b. Afectación en la propia relación, impidiendo en realidad la misma. Los niños y a veces los adultos se relacionan más con la televisión que con los padres o hijos. No hay espacio para la relación. Se come con la televisión, se merienda, se cena, e incluso se desayuna con los dibujos animados.

Además se propicia que los "modelos" en los que identificarse los valores que se implementan son los que surgen de la pantalla.

4. 1. Que la sustitución no sea nunca un sustituto materno o

paterno.

2. Que elija y seleccione programas para ser vistos y ojalá comprendidos con el adulto responsable.

3. Que no hagan ellos lo que tienden a hacer frecuentemente, enchufar un programa para ellos y dejar que lo vean los niños.

4. Que les entretengan con otras cosas que no son televisión, salidas, juegos compartidos, despertar el gusto por discutir y hacer cosas. Contar cuentos y leer cuentos, etc. Responder al interés del niño en la experimentación del medio circundante. Desarrollar habilidades; permitir al niño e introducirlo en habilidades o actividades de los padres, en definitiva, estimular y ofrecer relaciones y no ofrecer la televisión como recurso sistemático. Y sobre todo, no poner televisión en el cuarto de los niños ni llenar la casa de ellos.

5. La televisión influye en todos los aspectos para bien y para mal. Es un medio de una enorme fuerza y creo que no está controlado eficientemente. Las series, anuncios y estereotipos masculinos y femeninos no son siempre positivos. Mujer objeto, machismo, violencia y agresión, sexo barato y un mercado del niño-niña que en algunas ocasiones sobrepasa todos los límites.

6. Sí.

7. a. Positivos: acerca loa paises, culturas diversas; difunde cultura y propicia la comprensión entre culturas y pueblos; enseña, influye, es un medio de cultura y aprendizaje; acerca a todo el público información de todo tipo con inmediatez.

b. Negativos: (siempre hablaremos de abuso). No hay crítica, estimula los aspectos más pasivos; ocupa demasiado tiempo libre; merma las posibilidades de interacción entre pares con los adultos; incita al consumismo indiscriminado; impone, mostrando "modelos" una cultura, mejor subcultura; va contra la experiencia, la creatividad, etc.; crea expectativas falsas que generan frustracion; los niños de la televisión leen y juegan menos que los demás.

8. a. En general, en los padres que no han sabido hacer una adecuada utilización del medio los niños tienen a lo fácil, a lo que no requiere el menor esfuerzo. Constantemente escuchamos quejas de los padres en este sentido. Se ven más aventuras que las que se leen y sobre todo se ven muchas más cosas de las que se leerían si se hubieran conocido a través de la lectura.

b. Efectivamente el nivel de concentración activo que requiere la lectura no lo requiere la televisión.

8. a. Negativamente.

   b. Sí.

9. Utilizar las fuerzas del medio para hacer deseable el libro, del mismo modo que hacer deseable el detergente o la muñeca de turno.

   Seleccionar series, películas, programas (y nos parece inexcusable que no se haga desde las televisiones oficiales) de tal manera que lo que se ofrezca no sea una subcultura de la peor estirpe.

10. ¡Pregunta dificilísima! Cultura, diversión, información, estímulos. Programas bien hechos, no sólo técnicamente.

JOSE RAMON DE LA VEGA. Psicólogo clínico. C.S.M. Alcobendas.

1. Es obvio. El aprendizaje en las personas y sobre todo en el niño se efectúa por "modelos". Si las personas que admira -padres, hermanos u héroes infantiles- son violentos, el niño entenderá esa actitud violenta como normal e incluso deseable.

2. a. Importante, aunque matizada por el respaldo que le presten a dichos mitos sus familiares y/o educadores. En gran parte llega a configurar su sistema cognitivo de interpretación de la realidad, incluso aún cunado parte de sus "modelos" (padre/madre o maestro/a, etc.) desmitifiquen éstos.

b. En menor medida, aún cuando la televisión y el gran caudal informativo al que está sujeto el niño, generalizan los mitos de otras culturas haciéndolos accesibles a cualquiera por lo que fácilmente pasan a ser parte de "su" entorno cultural.

3. a. Es altamente peligrosa.

b. Afectará en dos aspectos principalmente: potenciará la incomunicación entre ambos y un mayor desconocimiento mutuo. Por otra parte será fuente de conflictos en sus relaciones al generarse actitudes y posturas diferentes ante dicho fenómeno

que los padres usan de forma contradictoria generalmente. ("Cunado yo lo necesito puedes ver la televisión tanto como quieras y yo deseo que lo hagas. Sin embargo si yo creo que tienes que estudiar o yo deseo ver la televisión, debes dejar de verla").

4. Que conozcan ellos previamente el contenido de los programas. Que limiten el tiempo diario de presencia ante el televisor, empezando por ellos mismos. Que no enciendan el aparato en los momentos que favorecen la comunicación (comidas, regreso del trabajo, del colegio, etc.)

Que vean con sus hijos los programas y favorezcan el diálogo posterior sobre los mismos y la corrección de actitudes.

5. Varios estudios asi lo demuestran. Se basa en lo explicado en la pregunta 1.

6. Si no se toman las precauciones debidas, en parte mencionadas en el punto 4, sí. Pero no sólo influiría la televisión, sino el resto del entorno cultural y educativo. La cultura informática (videojuegos, etc.) tiene actualmente un papel mucho más relevante ya que induce al niño no sólo a contemplar patrones de conducta sino a ejecutarlos, por lo que se integran más a través de una práctica programada

ciertos valores no siempre deseables.

7. a. Entre los aspectos positivos están todos los que se derivan del uso correcto de la imagen, mejoría de la capacidad de abstracción, comprensión de situaciones sociales, enriquecimiento del lenguaje y favorece el desarrollo cultural en medios empobrecidos o culturalmente deprivados.

b. Entre los efectos negativos algunos ya los he mencionado anteriormente. Podríamos añadir los trastornos visuales que acarrea un uso prolongado o inadecuado, la actitud pasivo-contemplativa que genera, la interferencia ocasional con otros hábitos saludables o necesarios (dormir, alimentación adecuada, deporte, etc.), la satisfacción vicaria de necesidades, la incentivación del consumismo, la creación de necesidades o demandas innecesarias en el niño a través de la publicidad, etc.

8. a. Dependerá del uso adecuado o inadecuado del medio.

b. No tiene por qué ser contraproducente ni disminuir la capacidad de concentración en condiciones normales.

9. Crear programas infantiles interactivos y que implicaran lecturas complementarias para un seguimiento adecuado de los mismos. Esto comienza a aplicarse en videojuegos con éxito y

sería posible desde la televisión.

10. Posibilidades de participación activa, neutralidad ideológica, transmisión de valores éticos universalmente aceptados, fomento de actividades sanas de ocupación del tiempo libre, pautas de salud física y mental y sobre todo diversión sin contenidos ansiógenos, violentos o desadaptativos.

MAGI OTERO. A.T.S. Psiquiátrica. C.S.M. Alcobendas.

1. Sí.

2. a. Formativos.

   b. Educativos.

3. a. Negativa.

   b. Negativamente. Incomunicación.

4. Control de horario de ver la televisión y programas.

5. Sí.

6. Sí.

7. a. Positivos: Educación, culturales, reafirmación, personalidad.

   b. Incomunicación familiar, aislamiento, agresividad, características compulsivas, miedo, falta de estímulos o hábitos (lectura, etc.)

8. a. Disminuye este hábito.

   b. Sí.

9. Programas culturales referidos a la literatura infantil.

10. Programas selectivos, con participación directa del niño. Pedagógicos.

OLGA SAN MARTIN RUIZ. A.T.S. y Diplomada Universitaria en Enfermería. Psiquiatría. C.S.M. Alcobendas.

1. Sí, negativamente.

2. a. Buena o mala, depende.

   b. Peores.

3. a. Negativa.

   b. Enfriar el diálogo.

4. Dosificar la televisión y tener en cuenta la calidad de los programas.

5. Sí, mucho.

6. Sí.

7. a. Positivos: Buen nivel de relación.

   b. Negativos: que el niño se aisle y se comunique poco.

8. a. La televisión influye negativamente en el hábito de lectura.

   b. Sí.

9. Estudio de los programas infantiles por educadores.

10. Favorecer la relación de los niños (con niños/as y adultos), que sea instructivo, distracción.

MARIA DEL CARMEN GOMEZ TALEGON. Auxiliar Clínico y Psiquiátrico. Servicio Regional de Salud.

1. Sí.

2. a. Mucha.

b. Depende de la familia.

3. a. Mala, negativa.

b. Incomunicándoles y ejerciendo una influencia negativa en ellos.

4. Dosificar la televisión, buscar con los hijos programas con contenido.

5. Mucho.

6. Sí. Puede llegar a anular sus propios valores.

7. a. Positivos: conocimiento de otros países, mejor relación con los demás.

b. Negativos: masificación de ideas, alineación, incitación al consumismo.

8. a. Sí. A veces puede llegar a perder el hábito de lectura

porque requiere un esfuerzo.

b. Sí.

9. Crear programas en los que el niño participe y se le inculque el hábito de lectura.

10. Distracción; contenido cultural y formativo en todos los órdenes para la vida; imaginativo, para que desarrollen sus capacidades; creativo; que ofrezca valores positivos (generosidad, solidaridad, etc.)

REMEDIOS OVIEDO RODRIGUEZ OSORIO. A.T.S. y Diplomada Universitaria en Enfermería. Psiquiatría. C.S.M. Alcobendas.

1. Sí, creando más violencia.

2. a. Buena. Son la base de su cultura, sus raíces.

b. Buena también. Amplía conceptos.

3. a. Poco creativa.

b. La televisión ocupa tiempo e impide la relación.

4. Controlar el tiempo que se dedica a la televisión.

5. Sí, a través de programas dirigidos a ambos sexos.

6. Sí. Valora el consumismo.

7. a. Positivos: conocimiento de otros países, otras culturas, otras gentes.

b. Negativos: propaganda, mesajes sociales intencionados, consumismo.

8. a. Impide el hábito de lectura, es muy fácil aprender con la imagen.

b. Sí.

9. Divulgar programas culturales y en especial dedicarle tiempo a las publicaciones infantiles.

10. Los programas infantiles no deben crear angustias al niño, el mensaje debe ser de realidad y confianza en el futuro y al mismo tiempo un gran despliegue de imaginación.

V.2. GLORIA MERCEDES AYALA. Profesora de Jardín Infantil, primaria y secundaria en el área de Literatura. Centro Docente Marco Fidel Suárez (Pereira, Colombia).

1. La violencia puede influir en los niños en el periodo en que no distinguen la realidad de la fantasía.

2. a. Regularmente los niños observan todo lo que se les enseña, ya sean mitos, tradiciones, etc.

b. En muchos casos las influencias no faltan como el caso de Superman, llegando a valorar más lo ajeno que lo propio.

3. a. En estos momentos no es la más adecuada ya que hay una marcada inclinación a la violencia, envidia, engaño, etc.

b. Puede afectar en el sentido de que los niños se vuelven rebeldes. Esto hace que desemboque en problemas tales como incomprensión, falta de diálogo, desaparición de la amistad y la confianza, dependencia (droga, etc).

4. Deberían saber qué tipo de programas ven sus hijos y grabar los que sean interesantes para luego verlos y poder comentarlos con ellos, hacer críticas precisas y enseñarles a verlos con ojo crítico para que se vayan formando su personalidad, dándoles libertad de opinar y razonar, y enseñándoles a descodificar los mensajes.

5. La televisión puede reafirmar el papel de niño/a en la sociedad, ya que en la mayoría de los programas, el hombre es el fuerte, la mujer la débil.

6. Si puede surgir una cultura infantil, mejor, está surgiendo. La mayoría de las veces los niños están más con la televisión y con sus ídolos que con sus padres o hermanos.

7. a. Positivos: aprenden rápidamente a manejar vocabulario, cosas diferentes a las de su entorno.

b. Negativos: se les muestra una visión distorsionada de la vida.

8. a. Negativamente. El niño prefiere ver las imágenes que leerse un libro.

b. Sí.

9. Elaborar la programación con interés para poder captar la atención de los niños y a su vez a través de ésta comunicar todo lo que los mayores deseamos para una formación integral.

10. Simplemente: elaborar programas aptos para niños.

V.3. ENTREVISTA PERSONAL REALIZADA A:

MERCEDES GOMEZ DEL MANZANO.

Profesora de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM.

P. -¿Cómo cree que influye en los niños el hábito de ver la televisión en relación con el índice de lectura?

R. -En esto tengo una visión muy particular. Me parece que la televisión vista con un cierto raciocinio, no de una manera descontrolada puede incluso favorecer el hábito de la lectura. Lo que hay que tener en cuenta actualmente es que para que el niño aprenda a leer y crea o puede crear el hábito de la lectura necesita que alguien le enseñe a leer. Es preciso tener una conciencia muy clara de que ese niño está audiovisualizado inconscientemente y por tanto el educador necesita conocer los mecanismos que pone en funcionamiento la televisión para que el hábito de lectura sea correcto.

P. -¿Qué opinión le merece la televisión "baby-sitter"?

R. -Me parece interesante, pero también racionalizada. Lo

que no puede el niño es estar sentado delante de la televisión desde las nueve de la mañana hasta las nueve de la noche. No veo tanta dificultad en los años en que se crea el hábito lector en el niño cuanto en todos esos meses en que el niño es pequeño y pasa muchísimo tiempo delante de la televisión. Eso es lo que provoca la audiovisualización inconsciente y eso es lo que supone la mayor rémora a la hora de que el niño empiece a crear el hábito lector.

Pero tampoco veo tanto disparate en ello. Sigo insistiendo en que la clave está en que la persona que enseñe a leer al niño, sea en la familia o sea en la escuela, tiene que tener clara conciencia de que el niño actual es un niño que está atraído por la imagen y acostumbrado a ver y por tanto hay que tener en cuenta todo el proceso de desarrollo afectivo del niño que se aumenta y profundiza en contacto con la imagen.

P. -¿Cuál cree que es el momento adecuado para iniciar al niño en el hábito de lectura?

R. -Yo no lo pondría demasiado pronto, pero tampoco se puede retrasar demasiado. No hay un momento privilegiado para esto. En cada niño se da en un momento determinado. Es importante el hecho de que el niño tenga capacidad de razonar, porque la lectura no es un hábito mecánico, la lectura tiene que

implicar la comprensión del texto que se lee y no el hecho de unir las letras o las palabras. Esto el niño lo puede hacer muy pronto, pero para que el niño sea consciente de que está asumiendo lo que está leyendo necesita tener una capacidad de reflexión y de razonar sobre lo que tiene delante. Insistir en el preescolar me parece excesivamente pronto. Aunque ese es el momento de hacer el primer camino del proceso que es cómo el niño verbaliza la imagen que tiene delante. No la imagen de la televisión, sino la imagen fija que sería la ilustración de un cuento; qué capacidad tiene el niño de verbalizar eso y qué capacidad tiene también de crear la historia o de inventar la historia que esa imagen le provoca. A continuación el niño puede empezar a entender lo que la palabra indica. Entonces son interesantísimos los libros que tienen una profusión de imagen bastante fuerte, una ilustración grande, amplia, y un texto corto. Cuando el niño entiende que ese texto está relacionado con esa imagen y esa imagen relacionada con ese texto es cuando se da el primer momento de crear el proceso de lectura comprensiva.

Anteriormente ha podido leer bien la imagen y el texto pero sin llegar a captar que ambos se corresponden mutuamente.

P. -¿Y a qué edad supone que tiene lugar esa captación de correspondencia mutua?

R. -Se suele dar entre los siete y los ocho años. Aunque hay niños que parecen leer muy bien en voz alta y que están comprendiendo lo que dicen y, sin embargo, no han comprendido absolutamente nada, porque se quedan en lo que se llama "formulación del acto lector" y no han interiorizado la palabra que han captado. Se puede dar esa comprensión lectora por primera vez cuando tiene el niño diez u once años.

P. -¿Dónde cree que debe iniciarse la lectura en la familia o en la escuela?

R. -Es muy conveniente que sea en la familia. Si se crea el hábito lector en la familia la escuela tiene mucho adelantado. Si no se puede dar en la familia, se debe dar en la escuela.

P. -Llegada una edad, hay niños cuyo hábito lector parece que se ha desarrollado y de pronto se estanca. ¿A qué puede deberse eso?

R. -Sí. Es cierto. Y ese momento se suele constatar cuando el niño pasa a tercero de EGB. Y suele volver a aparecer cuando pasa a sexto y, más adelante, cuando pasa al instituto y a Formación Profesional. ¿Qué ocurre? ¿Por qué hay esos baches

de comprensión lectora o por qué hay ese rechazo del libro? Creo que no se ha llegado a una conclusión, pero pienso que quizá sea porque estamos utilizando técnicas tradicionales en el proceso de comprensión lectora y no tenemos en cuenta que el niño audiovisualizado requiere un modo nuevo de enfrentarse con el texto. Esto debería tenerlo en cuenta el profesor para utilizar los medios de comunicación social en su más amplia gama. Debería utilizar para la lectura la imagen leída tal y como aparece en la televisión, el vídeo que le reitera la imagen, el comic que le hace coordinar la parte de la inteligencia y la parte afectiva, el libro ilustrado y el libro sólo con texto. Así se daría un proceso progresivo.

P. -¿Existe un empobrecimiento del lenguaje en los niños audiovisualizados?

R. -No sé si realmente lo hay. Se observan dos cosas. Primero, el niño hasta los ocho años suele tener un lenguaje bastante rico, que a veces nos sorprende. Lo adquiere de los medios de comunicación con los que está en contacto, principalmente de la televisión. A partir de ese momento sí hay un empobrecimiento que aparece con más insistencia en la adolescencia. No sé si se puede decir que sea empobrecimiento del lenguaje o una nueva manera de expresión. Ciertamente a

medida que el niño va creciendo en edad va reduciendo la capacidad expresiva en cuanto a utilización de amplio vocabulario, sin embargo va subrayando la utilización de una amplia gama gestual que le proviene también de lo que va consumiendo de forma audiovisualizada. Habría que mimar el lenguaje. La lectura es un excelente medio para el enriquecimiento del lenguaje.

P. -¿Qué piensa de los actuales programas de televisión para niños?

R. -Algunos me parecen muy pobres, muy reiterativos, con poca creatividad. Se está estimulando de una manera especial la competitividad, exactamente igual que se hace con los programas para adultos.

P. -La mayor parte de los programas se limitan a poner dibujos animados. Las presentadoras emplean un lenguaje tal que parece que estuvieran hablando con seres idiotas. ¿Cree que esto es apropiado para la audiencia infantil?

R. -Me parece que una cosa que tendría que cuidar televisión es el lenguaje de los presentadores de estos programas infantiles. Y también el lenguaje de las traducciones que se hacen de las series de los dibujos animados. En algunos están

por encima de lo que el niño es capaz de captar y en otros está por debajo, como si los niños fueran seres que no tienen capacidad de tener una respuesta original hacia aquellas cosas que están viendo o les está preguntando.

P. -¿Cómo cree que puede repercutir en los niños la violencia que les ofrecen los programas infantiles?

R. -Yo diría la violencia de todo tipo de programa que el niño ve, porque no son sólo los programas infantiles los que inciden en el niño. Hay muchos niños que consumen todo tipo de programa. Todo el proceso de la programación de la televisión adulta es también parte de la televisión del niño. no sólo incide en el niño la programación infantil. ¿Qué ocurre con los programas infantiles que tienen muchísima violencia? La violencia es algo que está tan connaturalizada con todo lo que nos rodea que lo que más me sorprende es cuando le reiteran en la televisión que el juego único que puede llevar a cabo es el de la violencia. Me da igual que sea un programa que un anuncio de televisión. Y no sólo de violencia física, sino también de violencia psicológica a la cual el niño está sometido igualmente.

P. -¿Qué opina de la competitividad en los niños?

R. -Somos los adultos los que tenemos la culpa. Les estamos haciendo competitivos desde que nacen, pero no es por la televisión. Pienso que la buena literatura infantil ofrece a los niños unos elementos espléndidos para que pueda generar lo que sería un sistema de valores humanizados. Es una lástima que no se tenga en cuenta esto.

V.5 ESTUDIO VALORATIVO DE LA PROGRAMACION INFANTIL

En general, a tenor de lo recogido como específica oferta de la programación infantil especializada en España y en Europa, y teniendo en cuenta los criterios de los psicólogos, psiquiatras, sociólogos y pedagogos, entrevistados (ver pág. 282-), podemos afirmar con el doctor Gouyon (Pediatra) lo siguiente:

> "En pediatría, el primer consejo es que los niños no vean la televisión más de dos horas diarias. El segundo es que los padres deben verla con sus hijos". (1)

Otros no se contentan con esto y lo amplían mas.

> "Elegir los programas de televisión con los niños, ver lo que ellos ven, participar con ellos y diversificar sus actividades culturales, no contar sólo con la televisión, no ritualizar la escucha". (2)

El niño como espectador pasivo necesita estar con un adulto para que le aclare las situaciones y le ayude a desdramatizarlas hasta que esté capacitado para razonar.

Hay quienes piensan que el niño siempre ha estado expuesto a sufrir influencia por el cine, el circo o la lectura, pero esto no es así. Al cine y al circo el niño va a compañado por

entiende. Lo mismo ocurre con los cuentos: cuando el niño no sabe leer, se los leen los adultos, haciéndoles comprender las situaciones difíciles.

> "La televisión como el cine puede tener una influencia nefasta en los niños. Esto se combate si los padres les acompañan y ven la televisión con ellos. Pero esto sólo es válido cuando los padres tienen un espíritu de discernimiento o una ética. Y esto varía de un medio social a otro, de una familia a la otra." (3)

Esto no quiere decir que todo lo que la televisión brinda a nuestros hijos son cosas negativas. La televisión les permite conocer lugares, costumbres, culturas que hace años muy pocos podían llegar a conocer.

> "Yo creo que la televisión es más positiva que negativa en el sentido de que permite una comunicación en el seno de la familia sobre temas que nunca hubieran podido ser tratados si ese medio no hubiera desencadenado la polémica." (4)

Sin ser catastrofistas, hemos de aceptar que la programación infantil repercute en el comportamiento de los

niños como todo lo que les rodea. Pero las características especiales de tal programación hacen que el niño tenga miedo y tenga pesadillas. El espectáculo de los dibujos animados continúa durante el sueño.

> "Los niños captados por el espectáculo tras ver series en las que hay combates muy violentos pasa a la acción en los recreos y atacan a las niñas diciendo que son robots". (5)

El poder de imitación del niño le conduce a copiar lo que ve en sus mayores.

> "A edad más temprana lo que influye en ellos en relación a la agresividad es su entorno familiar, no la televisión." (6)

Si la televisión sustituye a sus padres, también imitará lo que vea en ella.

> "A partir de la escuela elemental, ciertos niños que se nutren de imágenes violentas y agresivas toman la violencia como modelo." (7)

Los niños tienden a tomar como modelos a los personajes que ven en la televisión, los héroes.

> "Los niños se identifican fácilmente con los personajes que ven en la

televisión. Y esa identificación conlleva la utilización de los recursos de los héroes: claramente, las armas." (8)

Al imitar a los héroes, buscan hacer algo diferente de lo que les rodea.

"El hecho de imitar comportamientos diferentes del contexto familiar y de la realidad (imitación de una violencia intempestiva)". (9)

Es en el espacio interior del sueño en el que la incidencia a posteriori de la programación infantil consigue efectos inesperados. Los niños (5/6 años) no deberían pasar mucho tiempo delante de la televisión, especialmente por la noche, porque pueden sufrir desarreglos como adormecimiento y cambio de sueño.

Y es el desproporcionado porcentaje de héroes masculinos sobre el de héroes femeninos el que nos hace plantearnos si la programación infantil al uso (claro y rotundo ejemplo constituye el análisis realizado y los porcentajes estadísticos que se adjuntan) no deberían contar con un asesoramiento profesional de cara a solucionar antes de que se produzcan problemas de polarización indebida de sexos a tan temprana edad. Debido a una desproporción suscitada por prejuicios de fuerza y talante, vemos que el papel de héroe lo asume mayoritariamente el hombre.

"Existe un lazo de unión entre el miedo y agresividad. Si se produce miedo en espectáculos horrorosos, no haremos gente valiente, haremos seres que pueden llegar a ser muy agresivos, porque tienen miedo. Y el miedo conduce a la maldad. Eso no contribuye a hacer una humanidad valerosa, sino a aterrorizar a los niños." (10)

Y no sólo esto. Por otro lado, debido a las formas modernas de vida, los niños se ven obligados a pasar muchas horas solos delante de la televisión, una soledad alimentada con propuestas audiovisuales tan indistintas como inapropiadas en la mayoría de las ocasiones. Con la grave salvedad de que en soledad cualquier forma de compañía es aceptada sin preguntas. Es la televisión en esos momentos el sucedáneo familiar más próximo y accesible. Tanto da que ejerza su papel de amigo como el de padre autoritario y cruel. El niño, desde la soledad que necesita solucionar ante la televisión, delega en ella roles que, o bien le son propios e inherentes, como la capacidad de respuesta, comprensión razonada, libre albedrío, etc., o bien son roles cuyo desempeño corresponde socialmente a su padre o a su madre. Es en este punto donde la programación infantil

alcanza a veces el carácter, si se quiere estructurado y polimorfo, pero carácter al fin y al cabo, de verdadero ente metafórico: o padre o madre. Por ello no sería un despropósito una mayor atención por parte de familiares y tutores sobre lo que interesa a los niños a su cargo a la hora de ver la televisión:

"Los padres deberían ver lo que ven
sus hijos, saber lo que les entretiene
en lugar de desinteresarse de ellos." (11)

Los efectos de la programación infantil no tienen por qué ser solamente negativos, pueden minar subrepticiamente sus perspectivas sociales hasta atrofiar criterios, escalas de valores y hasta la misma autoconciencia, de una forma tan solapada que puede pasar, y de hecho pasa, desapercibida para quien vea en la programación infantil simplemente un espacio de entretenimiento. Presentadores amanerados, trato infravalorador, discriminación por razones de edad, etc., durante meses puede lograr lo que la imposición severa de un padre no logra en un simple arrebato: son patrones que por ofrecidos como buenos desde la televisión -una vez que el niño soluciona su soledad delegando en ella sus potencialidades- no pueden ser discutidos. Es un tópico la airada reacción tardía de los padres ante la figura de teleadicto que compone su hijo estático en el sofá. Ante esta situación, los padres tienden a culpar a la televisión de sus

propios fallos. La soledad de sus hijos ante la pantalla fue un hecho que ignoraron desde el comienzo. Sólo cuando descubrieron comportamientos extraños a la inducción educativa que ellos propusieron en su momento, se percataron de la presencia de ese otro elemento conformador de la personalidad que había en su hogar: la televisión.

> "La identificación extrema con el héroe y el paso a la acción agresiva son reflejo de un comportamiento familiar de cara al niño." (12)

Así pues, se ha impuesto en nuestros hogares la televisión que hace la función de una inquietante baby-sitter. Los padres, en su temeridad de meros consumidores ya formados, dejan a sus niños sentados delante de la pantalla, presumiendo que el entretenimiento del que van a gozar sus hijos es inocuo, a la vez que les va a proporcionar esos ratos de "niño callado" que tanto necesitan para su propio equilibrio interior. Carecen del necesario apercibimiento para discernir entre una adecuada programación infantil para su hijo y una programación infantil cualquiera. Y esto en el mejor de los casos. La escena que interpretan padres e hijos ante escabrosas imágenes innegablemente para una audiencia hipermadura llega a ser a veces el pan nuestro de cada día.

En lo que respecta a la diferenciación por sexos, ya apuntada más arriba, la programación infantil analizada

denota una marcada imposición de roles. El niño, desde la urgencia con que los héroes o superhéroes de su programa favorito le pide una inmediata e incondicional identificación, queda adscrito irremisiblemente a unas pautas de comportamiento que le son dadas no por su forma de ser sino por el hecho insobornable de su sexo. La niña, en función del grado complaciente de sumisión y pasividad ofertado por las "heroínas", ve como un apetecible logro social la subordinación y dependencia con respecto al hombre. De tal modo influye la televisión en la aceptación de roles impuestos que ya no se puede hablar con propiedad del papel exclusivo que desempeñan entorno familiar y socioeconómico en la evolución del carácter del individuo, tanto más cuando las "influencias" surgen de un aparato, en teoría despersonalizado, pero con un poder de sugestión incuestionable. Por todo esto, no es de extrañar que el retrato robot de un niño/niña surgido de un aparato de televisión resuma perfiles maniqueos en extremo:

> "Un niño debe ser más competitivo y tener las características esenciales lo más alto posible, las que le ponen en un lugar más vulnerable y más agresivo. Por el contrario, no es extraño que las niñas son menos agresivas." (13)

Se observa una influencia de la violencia más clara en los

niños que en las niñas. Y esta diferencia, aunque tiende a disminuir, todavía persiste.

V.6. PROPUESTAS DE SUPERIORIDAD.

En la progración infantil analizada, tanto en programas tipo genérico como en los dibujso animados en particular, la proposición de modelos supraterrenales es una constante: la audiencia infantil disfruta admirando a los mayores que cuentan con las virtudes, poderes y atributos que ellos quisieran poseer en un siempre lejano día de mañana. El proceso de mitificación que sufren los personajes propuestos es una consecuencia tan inevitable como peligrosa:

> "Todos los mitos son peligrosos. En particular el mito del "superhombre" que encontramos en los dibujos animados especialmente a los franceses, y que corresponde al campo de reflexión de "ser el mejor", "ser el primero", "ser el que domina" inherente a las sociedades industriales." (14)

Los mitos de por sí no son malos. El problema es que los

que mostramos a nuestros niños son mitos de otras culturas. Y nuestros niños los ven sin conocer ni siquiera los suyos.

> "La visión repetida de un personaje heróico que efectúa actos de bravura influye en la vida cotidiana del niño." (15)

En Japón la violencia forma parte de su cultura. Pero en Europa no se acepta la humillación del vencido. Eso puede hacer mucho daño al niño.

> "Lo que yo diría al respecto no se refiere a la violencia sino a la humillación del ser humano. Eso me parece más grave. No es preciso mostrar al hombre en su hundimiento." (16)

Es dentro de esta avalancha de mensajes cuyas raíces culturales no han sido suficientemente explicadas donde hace nido la gratuidad, la arbitrariedad y la ausencia de criterios personales que alimentan en su conjunto la violencia y la agresividad infundadas que conforman el paisaje audiovisual de nuestra sociedad moderna. El niño puede identificarse con su superhéroe favorito porque quizá haya encontrado en él un atributo admirable, sólo uno, aunque el resto de sus capacidades y poderes sirvan para todo lo contrario de lo que a él en su ser más íntimo preferiría: no hay propuestas enteramente positivas ni, en buena humanidad, enteramente admirables. Seres atléticos, vengativos,

despiadados, orgullosos, insolentes... etc. etc. Curiosamente frente a estos modelos admirados la participación del niño en sus dudosas proezas no es otra que la postura y la mirada: sentado, los ojos fijos y en silencio. El niño permanece horas y horas frente al televisor buscándose en cada uno de sus personajes favoritos y encontrándose. Su respuesta a tales estímulos, aventuras, viajes, peleas, saltos, vuelos, etc., es justamente la contraria: ninguna respuesta psicomotora: tanto tiempo viendo hacer a otros lo que a él le gustaría haber ~~acaba~~ ~~por~~ hacer ~~le~~ propenso a la obesidad. Si a esto añadimos el incesante bombardeo publicitario de golosinas y preparados alimenticios de irresistible apariencia que insertan astutamente en estos espacios infantiles, no resultará extraño la alarmante tendencia a la obesidad de los niños teleadictos.

> "Esto puede favorecer la obesidad
> a causa de la inactividad física y
> del visionado incesante de mensajes
> publicitarios de alimentos de los
> que conocemos la influencia sobre
> los niños." (17)

Si a todo esto unimos la proliferación indiscriminada de documentales, películas y series dentro de espacios supuestamente reservados para la audiencia infantil, tendremos como colofón lúgubre el ejemplo de un niño

americano cualquiera:

> "En los Estados Unidos, un niño entre 5 y 15 años ha tenido la ocasión de ver cerca de 13.000 muertes en la televisión. (18)

La falta de escrúpulos tanto éticos como comerciales es una de las mayores lacras de la actual programación infantil española y extranjera, así como carencias fundamentales en el aspecto puramente educativo: contenidos ajenos a la capacidad de recepción formativa de los niños, contenidos manipuladores encaminados a un fomento injustificado del consumismo, contenidos que atienden antes a la necesidad simple de diversión del niño, siempre loable, que a su idéntica necesidad de divertirse aprendiendo, tandem sin el que cualquier programa infantil está destinado, por su base, al fracaso, aunque el éxito sea medido no por su calidad sino por índices de audiencia.

BIBLIOGRAFIA V

(1) CENTRE D'ESTUDES ET
DE COMMUNICATION
Doctor Gouyon: L'enfant. La télévision. Les dessins animés. Les loisirs-enfants en 1989. Ministère de la Jeunesse et des Sports. Ministère de la Culture. INSEE. UNAR. VVF. CENAM. Association Française du livre. CNDP. INA. CEC. Fédération sportives. 1989.
Pág. 308/310.

(2) CEC
Mme. Lilianne Lurcat: Op. Cit. Pág. 314/317.

(3) CEC
Prof. Zazzo: Op. Cit.

(4) CEC
Prof. Zazzo: Idem.

(5) CEC

Prof. Montagner: Op. Cit.

(6) CEC

Prof. Montagner: Op. Cit.

(7) CEC

Mme. Lilianne Lurcat: Op. Cit. 314/317.

(8) CEC

Prof. Montagner: Op. Cit.

(9) CEC

Doctor Epstein: Op. Cit.

(10) CEC

Mme. Lilianne Lurcat: Op. Cit. 314/317.

(11) CEC

Mme. Lilianne Lurcat: Idem.

(12) CEC

Prof. Montagner: Op. Cit.

(13) CEC

Prof. Montagner: Idem.

(14) CEC

Doctor Epstein: Op. Cit.

(15) CEC

Prof. Montagner: Op. Cit.

(16) CEC

Prof. Zazzo: Op. Cit.

(17) CEC

Doctor Nivelon: Op. Cit.

(18) CEC

Doctor Nivelon: Idem.

CAPITULO VI

VI MODELO ALTERNATIVO DE PROGRAMACION INFANTIL PARA EL USO DE CONCEPTOS LITERARIOS

VI.1. INTRODUCCION AL PROGRAMA ¡CUENTAMELO TU!

La finalidad de este programa infantil es lograr que TODOS LOS NIÑOS se aficionen a la lectura, a escribir, a expresarse oralmente sin miedo, en suma, a crear, a ser personas.

VI.2. EXPECTATIVAS DE LA PROGRAMACION

TODOS LOS NIÑOS estarán interesados en participar, porque se les va a enseñar a ser ellos mismos, pues en la esencia del programa está implícito el propósito de que disfruten al:

1.- leer

2.- escuchar con atención

3.- repetir en voz alta lo que les han contado,

4.- desarrollar su creatividad,

5.- elaborar y emitir juicios propios,

6.- sin miedos, sin temor a expresarse,

7.- sin fomentar su competitividad sino su curiosidad;

8.-*para que TODOS se sientan integrados:*

.los extranjeros, los inmigrantes, los emigrantes, los de color, contándonos en su idioma las maravillas de su tierra, de su raza;

.los que tienen algún defecto físico, ayudándoles a integrarse en el mundo al que pertenecen, utilizando los medios a nuestro alcance para conseguirlo;

9.- que tengan a esa hora en sus hogares un ambiente relajado, sin tensiones;

10.- que sus padres o seres más cercanos se sientan comprometidos en la tarea de hacer realidad

el artículo 13 de la Convención sobre los Derechos del Niño, aprobada por las Naciones Unidas en 1989 y que entró en vigor el 2 de septiembre de 1990.

"El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo siempre que ello no vaya en menoscabo de los derechos

de terceros."

Los programas deberán ser grabados en diferido para poder cortar los tiempos muertos en que los niños tarden en contestar y, así, darles más agilidad.

Estarán dirigidos al público infantil, a TODOS LOS NIÑOS. Por eso se ha tenido en cuenta que, tanto entre los que participen desde el plató como desde sus casas habrá invidentes, sordos, niños con cualquier otro tipo de limitaciones. Se pensará en ellos para que no se sientan en ningún momento disminuidos.

Se elegirán cuentos que estén editados en BRAILLE (sistema de escritura para ciegos consistente en puntos marcados en relieve sobre el papel).

Para los niños sordos se utilizará la SUBTITULACION que permitirá leer a los mayores. A los más pequeños se supone que quienes les ayuden a comprender serán sus padres, hermanos o personas a su cargo.

Se les animará a que pongan atención al cuento o poema que el cuentacuentos vaya a leer o a la obra de guiñol o teatro que se vaya a representar, porque una vez terminada la lectura o representación de los mismos, FLORINDO, la mascota, empezará con sus preguntas. Y ellos tendrán la oportunidad de contestar lo que hayan entendido, sin miedo a equivocarse.

VI.3. NUEVAS TECNOLOGIAS

En el programa "¡CUENTAMELO TU!" se han utilizado o se van a utilizar nuevas tecnologías de subtitulación, alta definición, transmisión por cable o satélite, interactividad, bases de datos, infografía, etc.

VI.4. INTERES DE LA PROGRACION

A los TELEVIDENTES INFANTILES les interesará el programa porque participarán activamente desde sus casas ya que, cuando FLORINDO haga las preguntas, se dirigirá siempre a las cámaras para que los niños que estén viendo el programa den sus contestaciones a las personas que estén con ellos: padres, abuelos, etc.

Se aceptarán las primeras respuestas que lleguen al estudio por vía telefónica y los niños que las hayan dado, tanto si aciertan como si no, recibirán un premio igual al que se les entregue a los que manden dibujos sobre el cuento

narrado.

Además de atender las llamadas que realicen los niños que lo deseen, habrá unos niños, que previamente se hayan seleccionado, que podrán, desde sus casas, estén donde estén, comentar entre ellos, con los que se encuentren en el plató, con Florindo y el abuelo, lo que quieran para que el programa sea INTERACTIVO.

Los TELEVIDENTES ADULTOS disfrutarán de ver a los pequeños entretenidos y de oirles contestar a las preguntas que se les vayan haciendo, ya que los niños, como se ha dicho anteriormente, tendrán que dar sus respuestas a la persona que tengan al lado, con el fin de que aprendan a expresar sus ideas en voz alta o por gestos, aquellos que no puedan hablar. Con esto se busca que los pequeños consigan una mejor expresión a todos los niveles, visto que la enseñanza masificada actual impide o, al menos dificulta, el completo desarrollo del lenguaje.

Los ADULTOS también observarán que cada niño es capaz de dar una visión diferente de un mismo cuento, poema, obra de guiñol o de teatro, pudiendo comprobar que el mundo de la imaginación infantil no tiene límites, a pesar de que en la actualidad se tiende a minimizarlo.

VI.5. INVITADOS

A cada sesión acudirá, además de los niños que lo pidan a la dirección del programa, un curso completo de uno de los colegios que hayan mandado su solicitud.

VI.6. AUTOCAR DE "¡CUENTAMELO TU!"

Para el desplazamiento desde el centro escolar hasta los estudios de televisión se utilizará el autocar de "¡CUENTAMELO TU!", que recogerá y volverá a llevar a los niños al colegio con un responsable del programa.

Pronto, al pasar por los pueblos, lo reconocerán, sabrán que se trata del autocar que lleva los niños al concurso ¡CUENTAMELO TU!

El responsable de ¡CUENTAMELO TU! será el encargado de vigilar que la prueba del SUPERPROGRAMA se lleve a cabo con regularidad y de recoger luego los trabajos de los niños que hayan querido participar.

VI.7. VISITA A LA CIUDAD

Antes de devolverles a su ciudad o pueblo, se les llevará a conocer la ciudad donde se realice el programa en el mismo autocar ¡CUENTAMELO TU!, que al cabo de poco tiempo se habrá hecho famoso.

A esta excursión irán también los niños invitados de los países, autonomías, regiones o pueblos integrantes del GRUPO patrocinador.

VI.8. GRUPO PATROCINADOR

Si el GRUPO fuera la CE, los invitados serían:

. uno español residente en uno de los países integrantese de la CE,

. otro oriundo y domiciliado en dicho país,

. y otro oriundo de dicho país pero domiciliado en España.

Con esta filosofía veremos cómo Europa se acerca a nuestro programa y los niños aprenden a convivir con niños de otras nacionalidades, de costumbres diferentes, respetando su

idiosincrasia, su cultura, su lengua que, aunque distintas, tienen para ellos el mismo valor que para los nosotros las suyas. Los niños empezarán a comprender lo que es una EUROPA SIN FRONTERAS.

Si el GRUPO lo formaran las AUTONOMIAS, los invitados vendrían de las otras autonomías, siguiendo el mismo método de que los niños aprendan a respetar las otras autonomías, la idiosincrasia de sus gentes, su cultura y su lengua.

Lo mismo ocurriría si el GRUPO estuviera formado por las distintas REGIONES que integran España.

Estos niños invitados obtendrán los mismos premios personales que el resto de los asistentes al estudio.

VI.9. INICIO DE LA PROGRAMACION

El inicio de la emisión de ¡CUENTAMELO TU! deberá anunciarse con tiempo suficiente para conseguir una gran audiencia que universalizaría los logros del programa.

¡CUENTAMELO TU! podría ser realizado al mismo tiempo en los otros países, autonomías, regiones o pueblos integrantes del GRUPO con lo que el intercambio de niños resultaría más sencillo y más fructífero.

VI.10. DIA Y HORA

Se buscará para la retransmisión del programa un día y una hora en que la familia esté reunida para conseguir una mayor comunicación, unión y relación familiar, tan escasas en la actualidad.

VI.11. PRESENTACION DEL PROGRAMA

Cada día se abrirá el programa con la cancioncilla de FLORINDO. Nada más comenzar, la mascota volará por los diferentes lugares que dice la letra de la canción. También lo hará sobre los dibujos de sus amigos del CLUB DE FLORINDO y que harán referencia a los cuentos que se hayan narrado en el programa anterior.

VI.12. ESTRUCTURA GENERAL DEL PROGRAMA

Con un número de programas no determinado, la programación constará en principio de dos partes bien diferenciadas, que tendrán la misma estructura.

El primer bloque estará dedicado a POESIA Y CUENTOS y, (dependiendo de la duración del cuento, de si el cuento elegido se dedica a los pequeños o a los mayores o de si se narran dos cuentos, uno para cada grupo de niños según su edad), el tiempo se distribuirá de la siguiente forma:

. Los primeros cuarenta minutos se dedicarán a los CUENTOS.

. Los cinco últimos, a la POESIA.

El segundo bloque estará dedicado al GUIÑOL Y AL TEATRO y en este caso, se invertirá el orden de emisión: los primeros diez minutos estarán dedicados al GUIÑOL y los últimos cincuenta, al TEATRO.

Cuando termine el primer bloque, Florindo hablará de los cambios que sus amigos hayan propuesto para las obras del día anterior y aquellos cambios que a los niños les gustaría que se realizaran en sus vidas (se comentará más adelante), para que todos sepan qué es lo que preocupa a los niños.

A continuación, se presentarán los documentales de los que hablaremos más adelante.

Los últimos minutos del programa FLORINDO aprovechará para decir quiénes van a ser los asistentes al próximo programa, animará a los colegios a que asistan y recordará a los socios del CLUB FLORINDO las ventajas de los descuentos que les van a hacer en las librerías y en determinados actos sociales, teatros, guiñoles, cines, recitales, conciertos, ferias, etc.

También les hablará del SUPERPROGRAMA cuyas características y estructura explicaremos más adelante.

VI.13. EL PLATO.

Se preparará un PLATO que simule estar al aire libre, conforme el DIORAMA hecho a escala que se adjunta. A la derecha del plató, amontonadas en un rincón habrá muchas mochilas apiñadas, jerseys, abrigos, etc, según la estación del año en la que se realice el programa.

El suelo estará cubierto de hierba verde; La mascota FLORINDO se sentará durante el tiempo que dure la lectura del cuento en una fuente de la que sale un río. También habrá un tronco de árbol donde se sentará el lector y una roca en la que a veces se sentará Florindo.

VI.14. PUBLICIDAD

Los anuncios deberán ir al principio, y al final del programa, como mucho se interrumpirá una vez para publicidad. Sería aconsejable que los anuncios tuvieran relación con aspectos de la cultura del mundo infantil y versaran sobre cuentos, poemas, teatro y guiñol, para que reforzaran el valor de la canción de FLORINDO que, durante la presentación del programa, hablará de los cuentos como fuente de experiencias inimaginables.

VI.15. COLEGIO INVITADO

Cada semana Florindo anunciará justo antes de terminar ¡CUENTAMELO TU! cuál va a ser el colegio que vaya a participar en el programa la semana siguiente. La radio, televisión autonómica y los demás medios de comunicación de la localidad donde se halle ubicado el colegio elegido, se harán eco de la noticia, pues será todo un acontecimiento.

Este será mayor cuanto más pequeños sean los pueblos.

Ya hemos dicho que el autocar que sirva para el desplazamiento de los niños del colegio seleccionado llevará el nombre de ¡CUENTAMELO TU!

VI.16. PRESENTADOR

El presentador y conductor del programa, el abuelo, deberá transportar a los niños a introducirse en el mundo fantástico e inconmensurable de las letras.

Tanto grandes como chicos estarán interesados en la transmisión de este programa por las razones antes aludidas.

Una de las pruebas que puede resultar más divertida para los mayores que contemplen el programa desde sus hogares a través de la televisión será aquella en que se haga explicar a los niños el contenido de los cuentos y poemas, o representar a los personajes, dando su visión particular sobre los mismos.

VI.17. PREGUNTAS

A los pequeños (4-8 años), FLORINDO les hará preguntas que puedan contestar fácilmente, del tipo de: "¿Qué hacía la bruja? ¿Qué hacía el dragón? ¿Cómo andaba el dragón? ¿En qué volaba la bruja? Se dará un corto espacio de tiempo para que contesten los niños desde sus casas a las personas que estén a su lado y para que lo hagan también los que llamen al estudio o los que estén permanentemente conectados para que el programa sea realmente interactivo.

Al grupo de niños que estén entre los ocho y los doce años se les hará preguntas que les permitan demostrar su riqueza de expresión, de vocabulario, todo ello dentro de un ambiente de juego, sin miedos, evitando todo posible parecido a la contestación dada a la pregunta del maestro en el colegio, porque se trata de FOMENTAR LA ATENCION, LA COMPRENSION, EL HABITO DE LECTURA, LA EXPRESION ORAL, ESCRITA, DESARROLLAR LA CREATIVIDAD Y FAVORECER LA ELABORACION Y EMISION DE JUICIOS PROPIOS, no de sustituir al colegio en su labor docente.

Los COLEGIOS se verán beneficiados por los resultados del programa, ya que los alumnos estarán más interesados en leer.

VI.18. DIBUJOS

Tanto a los niños presentes en el estudio como a los que vean el programa desde sus hogares se les pedirá que envíen por correo una ilustración del cuento que acaban de escuchar para decorar con ella el muro semiderruído. Esta deberá estar hecha por ellos solos, sin que les ayude nadie. Es una de las razones por las que no se van a dar premios importantes por los dibujos: para que las familias no intenten ayudarles. Sería muy frustrante para el niño ver que premian el dibujo que le ha hecho su papá.

En el siguiente programa verán su obra expuesta. Ese, además de una mascota Florindo, será su premio.

VI.19. CAMBIOS

Se les pedirá que digan los cambios que les gustaría hacer en el cuento, en los personajes, en el tiempo, el espacio, el final, etc. Ellos pueden hacerlo.

Más importantes todavía serán sus respuestas a la

pregunta de Florindo:

-"¿Qué os gustaría cambiar de vuestras vidas, colegio, casa, amigos, padres... ?"

Esto permitirá a todos los que deberían estar interesados conocer las preocupaciones de los niños españoles, arma importantísima para que la sociedad trate de buscarlas una solución, y que se comentarán en el siguiente programa.

VI.20. EL MURO

A la derecha del plató habrá un MURO SEMIDERRUIDO, que el primer día del programa estará vacío y con desconchones.
El abuelo hará hincapié en lo triste y descolorido que está, y pedirá a los niños que envíen sus dibujos para embellecerlo (ver DIORAMA).

A partir del segundo día de programa, el muro estará cubierto con los dibujos que hayan llegado al estudio de televisión. La mascota del programa, FLORINDO, en su vuelo, pasará por delante de todos ellos (ver vídeo programa) para que los niños observen que su esfuerzo ha valido la pena y dirá el nombre de los autores seleccionados a los que se les regalará una mascota FLORINDO.

VI.21. PARTICIPACION DE LOS NIÑOS

En el estudio no se darán premios por la calidad de las contestaciones, sino regalos por haber asistido, porque si hubiera ganadores, tendría que haber perdedores y el fin del programa es QUE LOS NIÑOS DISFRUTEN CON LA LECTURA, no que sufran cuando no ganen. Además, se perdería la espontaneidad de las respuestas, pues les daría miedo contestar mal y tendrían mucho cuidado antes de decir una palabra.

El abuelo y Florindo deberán evitar decir "no", "no está bien". Procurarán decir: "Luis ha entendido esto", "Pepe, esto otro", dejando claro que la imaginación ha llevado a cada uno por caminos diferentes y nuevos.

Deberán animar a los niños a que digan lo que piensan, agradeciéndoles, cuando finalice esta parte del programa, su ayuda por haber participado en el éxito del programa y por habernos enriquecido a todos con su nueva visión de la historia.

Para que guarden un buen recuerdo de su asistencia al programa y como muestra del agradecimiento por haber querido estar presentes en el mismo, se les dará a todos los asistentes una mascota FLORINDO y una colección de libros.

A los niños que contesten desde sus hogares a las preguntas

hechas desde el estudio y a los que envíen sus dibujos, sólo se les regalará un FLORINDO, pues pueden haber recibido ayuda de sus familiares. Se les preguntará su nombre para que sus amigos sepan que han sido ellos los que han contestado, contribuyendo a la interactividad del programa.

VI.22. ESTRUCTURA DE CADA PROGRAMA

El programa comenzará con la aparición de la mascota FLORINDO con la que los niños lo identificarán muy pronto. FLORINDO volará al son de la música introductoria llevando a un niño o niña en sus manos en su viaje.

Irá volando, nadando o corriendo, según indique la letra de la canción, por mundos maravillosos a través de los que Florindo se paseará, así como por los dibujos que hayan mandado los niños para decorar el muro derruído.

La MUSICA DE LA CANCION DE FLORINDO que se ha elegido es sencilla y pegadiza para que los niños la aprendan sin dificultad. La LETRA de la misma ha sido estudiada y trabajada para que los niños se sientan impulsados a conocer los mundos fantásticos que puede brindarles la lectura.

VI.23. LETRA Y MUSICA DE LA CANCION DE FLORINDO PARA CUENTOS Y POESIA

"Ven. ¡Anímate a leer!
Tu fantasía dejarás crecer"

Después de leer un cuento,
a la cama marcharás,
cerrarás pronto los ojos
y empezarás a soñar.

Te subirás en FLORINDO,
que te llevará a surcar
mundos, lugares distintos
que no puedes ni pensar.

Ven. ¡Anímate a leer!
Tú sabrás cuanto quieras saber.

Verás dragones, sirenas
y princesas encantadas
hadas madrinas y gnomos,
tesoros, barcos piratas.

Deja a tu imaginación
que discurra libremente
por donde FLORINDO quiera
podrás hasta ser un duende.

Ven. ¡Anímate a leer!

VI.24. PRESENTACION DE NIÑOS INVITADOS

Disminuirá la intensidad de la música para que el abuelo presente a los niños que participan de la excursión (los invitados). El abuelo tarareará o silbará la canción de FLORINDO. Todos los excursionistas le saludarán y él se sentará con ellos.

A continuación aparecerá FLORINDO como más adelante explicaremos y se sentará también con los niños.

VI.25. DOCUMENTALES

Florindo preguntará a los excursionistas si quieren

acompañarle a visitar el pueblo o ciudad de los invitados integrantes del GRUPO.

Los niños invitados de los países integrantes del GRUPO proyectarán un vídeo de unos tres minutos de duración, que habrán realizado ellos (con ayuda de su colegio, de su Ayuntamiento, etc.) y presentarán en su propio idioma.

Para que todos puedan entender lo que dicen, mientras lo presentan, aparecerán subtítulos en la parte baja de la pantalla, utilizándose para ello las nuevas tecnologías de SUBTITULACION. Los niños aprenderán que todas las culturas son importantes.

A continuación FLORINDO hará preguntas a los niños para ver si han comprendido las cosas importantes del documental.

Luego los niños del colegio invitado harán lo mismo: presentarán ellos mismos un vídeo sobre su pueblo o ciudad y serán los extranjeros los que leerán los subtítulos en la pantalla.

VI.26. PRIMERA PARTE DE "CUENTOS Y POESIA": CUENTOS.

El abuelo será el encargado de la lectura del CUENTO. Este personaje se habrá elegido teniendo en cuenta su voz,

expresión, pronunciación y mímica. Irá vestido de alpinista estrafalario, con una mochila al hombro, un gorro de visera que cubrirá sus rizados pelos blancos. Irá vestido con una camisa roja, pantalón oscuro y zapatillas de deporte. El pelo contrastará con sus facciones jóvenes. Llevará gafas.

Una vez haya sentado a los niños en sus sitios, él se sentará en su tronco de árbol y comenzará la lectura del cuento.

El primer día de programa, leerá el cuento de FLORINDO. Durante la lectura, en un plano alargado situado en la parte media-inferior de la pantalla se irán mostrando las ilustraciones del cuento y en otro plano más abajo, aparecerán los subtítulos para que los NIÑOS SORDOS que sepan leer puedan saber lo que va diciendo el abuelo cuentacuentos y si no saben leer, podrán ayudarles sus familiares. Tiene que quedar claro que es un PROGRAMA DE INTEGRACION y se tienen en cuenta las limitaciones de la sociedad infantil.

Para los NIÑOS INVIDENTES se ha pensando que los libros que se lean estén escritos en BRAILLE.

En los programas siguientes, se elegirán cuentos nuevos. No se sabrá de antemano cuál va a ser el cuento elegido para no hacer publicidad.

Al empezar a leer, el abuelo dirá el nombre del cuento y preguntará: ¿Alguno de vosotros lo ha leído? Los que lo hayan hecho estarán satisfechos por el hecho de conocer el

argumento.

Cuando el abuelo empiece el cuento, se escuchará un ruido estruendoso y aparecerá FLORINDO dándose el gran morrón o bien cayéndose desde el árbol en el que estaba sentado o tropezando con sus cuatro zapatones para que los niños se rían y desaparezca su nerviosismo.

Aparecerá en la pantalla la imagen de la tapa del cuento, que ocupará la franja media-inferior hasta que pase a la nueva ilustración. A partir de ese momento y hasta que acabe de leerlo, la cámara enfocará sólo al abuelo, mientras las ilustraciones y la subtitulación van pasando en las dos partes inferiores de la pantalla para que los niños que no necesitan leer no se distraigan demasiado y no pierdan el hilo de la historia.

El abuelo deberá gesticular para dar enfasis a lo que va ocurriendo en el CUENTO para facilitar que los pequeños recuerden, posteriormente, las situaciones narradas.

Los niños estarán en el estudio acompañados por FLORINDO que les facilitará la comprensión con sus gestos de miedo, risa, pena, etc. Estos gestos deberán coincidir con los del lector.

Cuando el abuelo termine de contar la historia, Florindo le saludará a él y a los niños que hayan ido a la excursión. Entonces se sentarán todos juntos para hacer las preguntas a los pequeños después de decir:

Y AHORA... ¡CUENTAMELO TU!

Al finalizar las respuestas, FLORINDO dirá a los niños:

Y YO OS VOY A REGALAR... ¡CUENTOS!

Los niños reunidos en el estudio, como ya lo sabrán, gritarán:

"¡CUENTOS!"

VI.27. SEGUNDA PARTE DE: "CUENTOS Y POESIA": POESIA.

Esta parte será de sólo cinco minutos de duración y estará dedicada exclusivamente a la POESIA.

Los poemas elegidos para ser leídos por el abuelo deberán ser cortos (para no cansar a los niños) y estar escritos en un lenguaje fácilmente comprensible.

Se harán las mismas pruebas de ATENCION, COMPRENSION Y EXPRESION que para los cuentos. Además habrá una prueba que consistirá en que el niño que lo desee tendrá que escribir un poema sobre un tema que se le haya propuesto para luego leerlo.

El premio consistirá en leerlo en voz alta y recibir lugo el aplauso de los asistentes.

VI.28. PARTE DEDICADA AL GUIÑOL Y AL TEATRO

LA segunda parte del programa estará dedicada al GUIÑOL y al TEATRO.

En esta ocasión, el orden se invertirá: los diez primeros minutos se dedicarán a la representación de una función de guiñol y a las preguntas que se harán a los niños más pequeños (de cuatro a ocho años).

El abuelo tratará de conducir a los niños a introducirse en el mundo fantástico de las letras.

Se pedirá a los niños que ven el programa desde sus casas que den la respuesta a la persona que está con ellos o a Florindo a traves del teléfono. Se cuidará con esmero que el tipo de preguntas sea el apropiado para cada edad.

Los pequeños demostrarán su comprensión y los mayores, ésta y su riqueza de expresión oral.

Lo que se busca es FOMENTAR LA ATENCION, LA COMPRENSION, EL HABITO DE LECTURA, LA EXPRESION ORAL, ESCRITA, DESARROLLAR LA CREATIVIDAD Y FAVORECER LA ELABORACION Y EMISION DE JUICIOS PROPIOS DENTRO DE UN AMBIENTE DE INTEGRACION Y RESPETO.

El abuelo recordará a los niños que envíen dibujos de las obras de GUIÑOL y de TEATRO que hayan representado así como sus nuevas ideas referentes a los personajes, final, etc.

Lo único que cambiará es la letra de la CANCION DE

FLORINDO, que en su primera parte hablará del mundo del GUIÑOL o del TEATRO.

VI. 29. LETRA Y MUSICA DE LA CANCION DE FLORINDO DEDICADA A GUIÑOL Y TEATRO

"Ven. ¡Te vas a entretener!
Tu sabrás cuanto quieras saber".

Después de ver el guiñol
o el teatro, vivirás
aventuras, ilusiones
y aprenderás a soñar.

Te subirás en FLORINDO
que te llevará a surcar
mundos, lugares distintos
que no puedes ni pensar.

"Ven. ¡Te vas a entretener!...

Verás dragones, sirenas
y princesas encantadas,
hadas madrinas y gnomos,

tesoros, barcos piratas.

Deja a tu imaginación
que discurra libremente
por donde FLORINDO quiera:
podrás hasta ser un duende.

Ven. ¡Te vas a entretener!...

Mientras ésta dure, FLORINDO irá pasando cerca de los lugares y de los personajes que vaya diciendo la letra: barcos piratas, dragones, hadas madrinas, gnomos, con un niño o niña en sus manos.

VI.30. PRIMERA PARTE: GUIÑOL

La sesión de GUIÑOL comenzará cuando el abuelo, desde su tronco de árbol, lo diga. Tando Florindo como el abuelo se sentarán con los niños durante la función.

FLORINDO les enseñará la tapa del libro y les preguntará: "¿Alguno de vosotros lo conoce?"

En la parte baja de la pantalla de televisión irá la

SUBTITULACION para los niños que no puedan oir.

También estas obras que se representen estarán publicadas en BRAILLE. Repetimos que es un PROGRAMA DE INTEGRACION.

Si se representan obras escritas acompañadas de ilustraciones, primero se mostrará la de la tapa del libro en el espacio medio-inferior de la pantalla e irán cambiando a medida que vayan pasando las páginas del libro.

Así, también en este caso la pantalla de televisión quedará divida en tres franjas: en la superior se verá el GUIÑOL, en la media-inferior, las ilustraciones y en la inferior, los subtítulos.

Cuando termine la función, Florindo presentará a los titereros para que al terminar la representación les dirá:

Y AHORA... ¡CUENTAMELO TU!

Y comenzará la parte de las preguntas, que serán muy fáciles y estarán pensadas para que los niños mejoren su expresión oral, siempre teniendo en cuenta su edad.

Para los más mayores se evitarán las preguntas que puedan contestar con monosílabos para que se expresen y cuenten lo que hayan entendido. A los pequeños se les hará preguntas que puedan contestar entre todos.

No se dirá qué obra se va a representar al día siguiente para no hacer publicidad.

Se espera que los pequeños se aficionen a este arte dedicado al mundo infantil tan olvidado por los escritores ,y

no sólo fomentar que los niños lean sino también que los adultos escriban.

VI .31 SEGUNDA PARTE: TEATRO

Los cincuenta últimos minutos del programa irán dirigidos a los más mayores, a los chicos cuyas edades estén comprendidas entre los ocho y los once años, aunque los pequeños que lo deseen lo podrán ver también.

El abuelo presentará al director de escena y él, ayudado por FLORINDO, dará las órdenes oportunas para que empiece la representación.

Se escenificará una obra de TEATRO para niños. Los actores serán jóvenes y deberán disfrazarse en el estudio, ante las cámaras, para que los niños vean cómo lo hacen, mientras el abuelo informa acerca de los personajes que van a intervenir.

Después de la representación, comenzarán las preguntas. Se hará unas muy sencillas para los pequeños que hayan querido verlo. A los mayores se les pedirá que cuenten el argumento y que escenifiquen algún acto, eligiendo ellos los personajes, para lo que deberán disfrazarse como crean conveniente, mientras las cámaras toman ese momento.

VI.32. MASCOTA FLORINDO

Tal y como dice el cuento, FLORINDO, la mascota del programa "¡CUENTAMELO TU!", es un bichejo extraño con trompa de elefante, cabeza de oso, alas de libélula, cuatro patas, cuatro brazos, cola de pez, cuernos incipientes, plumas de ave, y ojos humanos de color azul, que aparentan mucho, tanto que quizá viviera en el comienzo de los tiempos y conozca todo lo ocurrido desde entonces.

De la mascota tienen que hacerse muñecos para repartir entre los niños que asisten al programa y para mandar a los que envíen sus dibujos.

También habrá que hacer disfraces de Florindo, si no para los asistentes, sí para los ganadores del SUPERPROGRAMA.

VI.33.EL SUPERPROGRAMA

El responsable del autocar de ¡CUENTAMELO TU! habrá llevado a los estudios de televisión los dibujos, cuentos,

etc. que hayan realizado los participantes de la pruebas en los colegios.

Se designará un JURADO que estará compuesto por escritores e ilustradores famosos y se concederá un premio importante al mejor cuento, otro a la mejor poesía y otro al mejor dibujo de los que se hayan realizado en las pruebas de los colegios.

Los autores deberán ser niños o niñas comprendidos entre los cuatro y los once años.

El penúltimo día de la programación, se comunicará el fallo del SUPERPROGRAMA.

VI.34 . CONCURSO SUPERPROGRAMA

Los niños de los colegios participarán en la prueba que se realizará en el mismo colegio en la que se encontrará un representante del programa. Nada más terminar dicha prueba, recogerá los trabajos sin que se permita corrección alguna y los llevará a los estudios de televisión, donde serán valorados con justicia, seleccionados y archivados hasta el día del fallo del concurso.

Se marcará el día y la hora en que la prueba se vaya a llevar a cabo en los centros, que será el día anterior al de su participación en el programa ¡CUENTAMELO TU!

Para que se haga dentro de la más estricta igualdad, evitando que aquellos niños con más medios en sus hogares tengan ventaja sobre los de situaciones económicas menos favorecidas, las pruebas se realizarán en las clases, sin que los autores reciban ninguna ayuda de los profesores ni de los padres.

Se intenta que los chicos que estén capacitados puedan, ayudados por este tipo de estímulos, continuar con su afición/arte para el bien de ellos y, especialmente, de la lengua.

Se dará a conocer públicamente el nombre de las obras seleccionadas y sus autores recibirán un premio especial.

No se tratará de demostrar cuál es el mejor colegio o el colegio que enseña mejor. Esto se dejará bien claro para que participe con sus trabajos el mayor número posible de niños, sin miedo, libremente. El colegio no tiene ningún mérito por tener entre sus alumnos a futuros grandes escritores, dibujantes, artistas.

No se trata de hacer propaganda a ningún centro educativo sino de facilitarles la tarea de la enseñanza, haciendo que

sus alumnos se aficionen a la lectura.

De cada colegio participante se elegirá la mejor obra de cada modalidad y de entre todas ellas, saldrán los ganadores.

Todos los niños que hayan participado recibirán su mascota FLORINDO para que guarden un recuerdo del programa y se animen a continuar leyendo.

El último día sólo los GANADORES ABSOLUTOS acudirán al estudio para leer personalmente su obra por televisión. De este modo, los que no hayan sido ganadores no se sentirán "perdedores".

VII.35. PREMIOS DEL SUPERPROGRAMA

El premio principal consistirá en que el autor leerá personalmente su cuento u obra de teatro o de guiñol por televisión.

Además se otorgarán premios de dos categorías:

-Categoría ALEVIN para aquellos niños cuyas edades estén comprendidas entre los cuatro y los siete años,

-Categoría INFANTIL para los niños comprendidos entre los

siete y los once.

El GRUPO participará con sus premios para que el SUPERPROGRAMA resulte más atrayente, brindando a los ganadores y a sus familiares, padres y hermanos, un viaje por EUROPA, o LAS AUTONOMIAS, o LAS REGIONES, ETC., dependiendo el ésto de quienes formen el GRUPO.

Si se ofreciera a la vez el mismo concurso en los otros puntos integrantes del GRUPO, se invitaría a los ganadores de todos los "puntos" a hacer el viaje juntos, con lo que en cada lugar serían recibidos a bombo y platillos.

En el SUPERPROGRAMA no va a haber competitividad puesto que asistirán a él sólamente los ganadores. Tanto a ellos como a sus familiares más cercanos -padres y hermanos-se les invitará también a visitar DISNEYLANDIA. Insistimos en los hermanos para que de verdad sea un viaje familiar y no haya frustración o rivalidad entre los miembros de las familias de los niños ganadores.

Se les dará a TODOS los participantes el mismo premio, pues hemos dicho que no se va a tener en cuenta si las contestaciones son buenas o malas. Tan sólo daremos importancia al hecho de querer participar en el éxito de ¡CUENTAMELO TU!

Los PREMIOS estarán relacionados con la finalidad del

programa: FOMENTAR EL INTERES POR LA LECTURA, LA EXPRESION ORAL Y ESCRITA, LA CREATIVIDAD.

Las editoriales podrán participar con premios: enciclopedias, colecciones de cuentos, cuentos para pintar, acuarelas, etc.

Se le dará a cada uno de los finalistas un DISFRAZ DE FLORINDO (como el que lleva la mascota).

VII. 36. DESPEDIDA

El abuelo se despedirá hasta el programa siguiente, recordando a los niños lo que tienen que hacer para mandar sus dibujos, referentes al cuento, los poemas, el guiñol o el teatro que les acaban de contar, o que acaban de ver; o sus propuestas acerca de diferentes finales, personajes, tiempo, espacio, de la obra.

Dirá cuál es el colegio que va a participar en el siguiente programa para que la provincia a la que pertenezca esté preparada y sepa que van a proyectar un vídeo sobre ella, labor en la que deberían participar los Ayuntamientos por

el hecho cultural que esto implica.

También deberá animar a que sigan inscribiéndose los colegios que quieran participar en el programa, recordando siempre, para no fomentar la competitividad entre ellos, que el que gana es el niño: ese niño que tiene la suerte de tener aptitudes especiales para inventar, dibujar, escribir textos o música, cantar, etc. y que le vamos a ayudar a que él las encuentre.

Al terminar esta última parte del programa, volverá a sonar la cancioncilla del comienzo del mismo, repitiéndose el vuelo de Florindo llevando a los niños en sus manos.

VII.37. FINALIDAD DE LA PROGRAMACION

Estamos seguros de conseguir la finalidad del programa: FOMENTAR LA LECTURA, LA ESCRITURA, LA EXPRESION, LA LENGUA POR MEDIO DE UN PROGRAMA DE INTEGRACION, PARA LOS NIÑOS, QUE PUEDA LLEGAR NO SOLO A LOS ESPAÑOLES RESIDENTES EN ESPAÑA SINO A AQUELLOS QUE VIVEN EN OTROS PUNTOS DE EUROPA PARA AYUDAR A COMPRENDER Y CONSEGUIR QUE SE HAGA REALIDAD EL

PROYECTO DE UNA EUROPA UNIDA, PERO SIN OLVIDARNOS DEL RESPETO Y LA VALORACION DE LAS DISTINTAS CULTURAS QUE LA INTEGRAN Y, ¿POR QUE NO? HACER QUE SE EXTIENDA ESTA MISMA FILOSOFIA POR LA ALDEA GLOBAL DE MAC LUHAN.

CAPITULO VII

VII. PREPARACION DEL PROGRAMA ALTERNATIVO ¡CUENTAMELO TU!

VII.1. DIORAMA DEL PLATO

Se ha realizado un diorama del plató para el programa. (Se adjunta original y fotocopias de fotografías).

VII.1.1. PERSONAJES

Para los personajes, niños y adultos, han tenido que transformarse las únicas figuras que hay en el mercado para estos fines: soldados escala 1:48 para civiles escala 1:35 (y otros dejarlos a su escala) eliminando elementos militares y adecuándolos a la estética indicada, utilizando para ello cuchillas, limas, sellado con Tamiya Puty, lijado y posterior pintado.

Para la mascota Florindo fue necesario hacer la transformación a base de resina epoxídica, teniendo que

utilizarse gasas y papel para las alas.

Resto de animales sólo pintarlos.

VII.1.2. TERRENO

Para la realización del terreno se han seguido los siguientes pasos:

1. Preparación de la base:

   Según medidas establecidas se modela con calor sobre una base de pliester expandido. Se endurece la parte inferior con cartón piedra.

2. Textura del terreno:

   a. Utilizando papel y barniz mate transparente se adhiere a la base creando las irregularidades propias del terreno. Preparándolo, luego, para recibir los siguientes elementos, protegiendo el poliestireno.

   b. Uso de colorantes para dotar al terreno de la tonalidad adecuada. Utilizando pasta de modelar para dar rigidez y forma al conjunto.

3. Realización del río:

a. Uso de gravilla para hacer el lecho del río.

b. Colocación de china caliza en los márgenes.

c. Vertido de la resina de poliéster líquido.

4. Realización del camino:

Sobre una base de cola blanca aplicada al terreno se espolvorea arena de playa previamente tamizada.

5. Colocación de praderas:

Sobre base de cola blanca aplicada al terreno se coloca elcésped artificial sobre las superficies deseadas, incluyendo el camino.

6. Colocación de árboles y musgo de Irlanda:

Fijados con cola blanca en los orificios previamente horadados.

7. Realización del muro:

a. Piedra de china caliza de 5 mm. de diámetro pegada una sobre otra con cola blanca.

b. Envejecido del muro con colorante ocre.

c. Colocacion de dibujos infantiles en el muro.

d. Colocación diseminada de piedras en el terreno. Con envejecimiento de las mismas.

8. Realización de la fuente:

   a. Partiendo de placa de escayola, se trabaja a cuchilla para darla forma.

   b. Se textura con cuerda de alambre.

   c. Se pinta con barniz mate y colorante gris.

   d. Fijado del terreno con cola blanca e incorporación del agua (resina de poliéster).

9. Realización del puente:

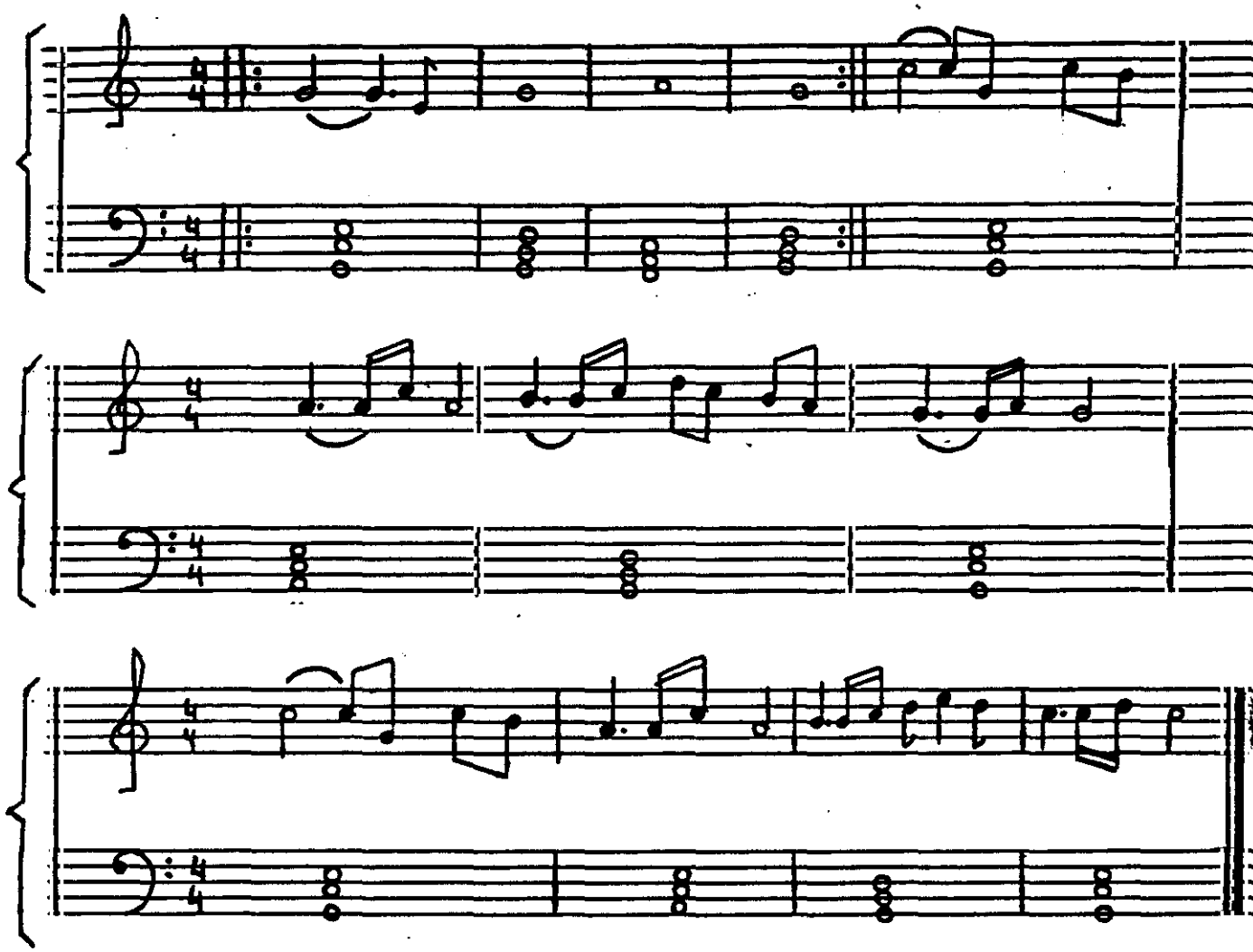
   a. Sobre base de madera de balsa, colocación de travesaños.

   b. Fijación de piedras con cola blanca. c. Envejecimiento con Betún de Judea.

10. Fijación de figuras:

   Pegado al terreno con cola blanca.

VII.1.3. FOTOCOPIAS DE PASOS REALIZADOS.



Se repite todo una vez más el estribillo

MUSICA DE

LA CANCION DE FLORINDO

DE 'CUENTAMELO TU'





Florindo



CUENTO: "FLORINDO"

ESCRITO POR: AVELINA VEGA

FLORINDO

I

Andrés era un niño que vivía con sus padres y hermanos en una pequeña casita, situada en el centro de un gran bosque.

Andrés tenía tres hermanos. El mayor se llamaba Jaime, el segundo, Luis. Y el más pequeño era Juan. Siempre andaba triste Andrés. Jugara a lo que jugara, antes o después se enfadaba con sus hermanos y se marchaba lejos, muy lejos, a la fuente de los pinos enanos.

Convencido de tener a todos en su contra, Andrés iba allí a llorar sus penas y a darse la razón, como suele ocurrir cuando no se pide consejo ni ayuda. Su soledad fue creciendo cada vez más.

-No me quiere nadie- se decía.

II

Una tarde de primavera, Andrés pensaba en su desgracia entristecido, y suspiró:

-Si yo pudiera cambiarlo todo...

-Pues inténtalo, pedazo de pelma y deja de quejarte. Querer es poder- le contestó alguien desde arriba.

Andrés miró sorprendido hacia las hojas que cubrían la fuente y se encontró con el ser más divertido que nunca se hubiera podido imaginar. Era pájaro-pez-hombre-elefante-

libélula. ¿A qué especie pertenecería aquella extrañísima criatura que tenía de todo un poco?

De su cuerpo salían tantos miembros que era raro no se hiciera un lío con ellos. Para no caerse, se sujetaba a las ramas con sus manos delanteras y con la trompa de elefante. ¿Qué forma tendrían las manos que guardaba en aquellos guantes blancos que movía con tanta elegancia? ¿Y aquellos cuatro pies calzados con enormes zapatones rojos?

Tenía alas de libélula. Eran muy grandes y su transparencia hacía que se confundieran con las hojas que cubrían la fuente. Estaba perfectamente equipado para cualquier necesidad. Por tener, tenía hasta un lazo de pajarita en el cuello. ¡Ah! Y cubría su cabeza con una chistera arrugada de la que parecían querer salir unos cuernecitos.

"Pues debe de ir a muchas fiestas", pensó Andrés.

Pero supo que estaba confundido, al observar que de la chistera le salían muchas flores de colores, prueba de que hacía mucho tiempo que no se la había levantado ante nadie.

En el minúsculo cuerpo de aquel raro ejemplar se hallaban representados gran parte de los seres vivos de la tierra. Tenía ojos aparentemente humanos que, por su color, se parecían a los del abuelo de Andres; cola de pez, plumas de ave, cabeza de oso y cuernos de... no estaba seguro, porque casi no se veían. Los ojos le impresionaron tanto...

Parecían conocer todas las alegrías y tristezas de este mundo. ¿Habría nacido, quizá, al principio de la creación y, acumulado toda la sabiduría del universo?

Era increíblemente pequeño. Por eso le costó mucho esfuerzo encontrarlo entre las hojas.

En un principio, a Andrés le hubiera apetecido ser como aquel curioso animalito, pero pronto pensó que con cuatro manos y cuatro pies... todos se habrían reído de él.

Lo miró con cara de sorpresa y le preguntó:

-¿Y tú quién eres?

-Soy Florindo. Y ya estoy harto de oir cómo te quejas sin hacer nada para remediar tus penas. Eres un plomo, chaval - le contestó el bichejo con voz atiplada.

Andrés volvió a fijarse en el sombrero de copa rebosante de flores y se dijo: "Florindo. Seguro que de ahí le viene el nombre".

-Yo puedo ayudarte. Te dejaré que me pidas un deseo, pero cuando lo decidas, se cumplirá y no te podrás arrepentir ni dar marcha atrás.

-¿De verdad? -preguntó incrédulo Andrés-. ¡Pues claro que quiero! Voy a cambiar muchas cosas...

-No -le cortó Florindo, tajante.- He dicho que sólo te permitiré un cambio. Esta noche, cuando estés en la cama, cierra los ojos. Yo te voy a llevar a que veas lo que pasaría después de cada uno de los cambios que estás pensando.

III

Nada más acostarse, Andrés cerró los ojos. Al poco rato apareció Florindo volando con sus alas de libélula. Posó sus grandes zapatones rojos en la barra dorada de los pies de la cama, le miró y, de un salto, se colocó a su lado. Empezó a crecer, a crecer, a crecer. Se hizo enorme. Ya no era el extraño pajarito que había conocido en la fuente de los pinos enanos y que apenas había podido distinguir entre las hojas.

Le hizo un gesto con sus manos para que se sentara en ellas y salieron de la casa sin hacer ningún ruido, pues sus zapatones le permitían deslizarse con sigilo.

Una vez en el jardín levantó el vuelo para llevar a Andrés a que viera lo que podría ocurrir con los posibles cambios.

-¿Por quién empezamos, mocoso? -preguntó Florindo.

-Por Juan, mi hermano pequeño. Siempre se le antojan mis cosas... ¡Hay que ver cuánto me hace sufrir! Ese caprichoso va a aprender de una vez por todas- dijo Andrés mientras volaban.

Se posaron en lo más alto de un árbol y Andrés pudo ver a ¡Pero si era él! Si era él que estaba jugando con un cochecito que había construido con trocitos de madera. Y su hermano Juan pasaba por su lado con otro que había hecho él, esta vez sin su ayuda. Pero en lugar de arrastrarlo por el

camino de Andrés para que chocaran, se adelantaran, o cualquiera de las mil y una perrerías a las que le tenía acostumbrado, se fue a varios metros de donde Andrés se encontraba. Andrés le dijo:

-Anda, pequeño. Ven conmigo. Mira, mi camino es mejor que el tuyo.

-No, yo prefiero el mío. Cada uno en su sitio. Así evitaremos problemas. No te necesito para nada.

Andrés se dio cuenta de que era a él a quien le gustaba jugar con Juan. ¡Qué divertido resultaba que sus coches se persiguieran! El pobre hacía trampas porque era la única forma que tenía de conseguir ganarle.

Florindo le preguntó:

-¿Le cambiamos o le dejamos tal cual?

-A Juan no quiero cambiarle -respondió Andrés-. Es muy bueno y le quiero mucho. Anda, llévame a ver cómo cambiamos al memo de Luis. Ese va a saber lo que es bueno.

IV

Y así lo hizo Florindo. Le llevó a la playa. Se sumergió en las aguas del mar y, abandonándole a su suerte, se alejó con la ayuda de su cola de pez hasta un punto desde el que podía observarle sin ser visto. Andrés empezó a pedir ayuda:

-¡Socorro! ¡Auxilio! !Me ahogo!

Su hermano Luis estaba haciendo una montaña de

arena en la playa. Al oirle, miró hacia donde Andrés estaba ahogándose y casi sin inmutarse le dijo:

-¿Lo ves? Te está bien empleado. Por meterte donde te han prohibido papá y mamá. Sal de ahí como puedas.

Andrés no podía creerse lo que había escuchado. Recordó que hacía un año, su hermano se había tirado al agua para intentar salvarle, cuando él se resbaló de la roca en la que estaban jugando, sin detenerse a pensar que él también podía morir ahogado. Y le estuvo sujetando por la camisa, mientras las olas les golpeaban, hasta que sus padres, alarmados por la tardanza, fueron a buscarles, temiendo que les hubiera sucedido algo.

Florindo nadó hacia él y dejó que se agarrara a su cuello. Después de tranquilizarle, levantó el vuelo y le preguntó:

-¿Le cambiamos o le dejamos tal cual?

-Bueno -respondió Andrés-, bien pensado, a Luis le vamos a dejar como es. Creo que éste también me quiere mucho; quizá, hasta más que yo a él. Pero vamos a ver lo que hacemos con el chulo de Jaime. Siempre está dándome órdenes.

V

Florindo corrió con sus grandes zapatones al lugar donde Jaime se encontraba intentando hacer un fuego, como su padre le había ordenado. Subió al tejado de la casa y dejó a Andrés a su lado para que, desde allí, viera lo que iba ocurrir si

cambiaban a su hermano mayor. Andrés se vio a sí mismo jugando cerca de la hoguera, mientras Jaime le advertía:

-Cuidado con el viento. ¿No ves que sopla hacia tu lado? Se te va a quemar la camisa.

-Ya está el imbécil diciéndome lo que tengo que hacer. Es un sabelotodo -murmuró Andrés.

De repente, un remolino de viento arrojó unas ascuas encendidas sobre su ropa y, asustado, huyó de allí a todo correr. En su huída oyó a Jaime gritar:

-¡Hala! Así aprenderás. Te está bien empleado. Me alegro.

¡No era posible que su hermano pudiera decir aquellas palabras!

Pensó en el día que se cayó en el brasero del cuarto de estar, y Jaime le rescató de las brasas sin pensar en las consecuencias de su valiente acción: se le quemaron las manos. Desde entonces las llevaba cubiertas con guantes para que no se le vieran las cicatrices. Jamás le echó en cara lo que le había ocurrido por salvarle.

Florindo le preguntó de nuevo:

-¿Le cambiamos o le dejamos tal cual?

-A este tampoco le vamos a cambiar -respondió Andrés-. Pero llévame a ver a mi madre. Ella tienen la culpa de todo. No deja que me haga un hombre. Siempre está vigilándome: "No hagas esto". "No hagas lo otros". "Anda, come un poquito más". Es tan pesada...

VI

Florindo le condujo a ver a su madre, batió con fuerza las alas, y dejó a Andrés subido en el armario de la cocina, donde no podía ser visto y él se colocó en el borde superior de la puerta de la calle. Desde ambos puestos de vigilancia observaron la escena.

Andrés estaba enfermo en la cama. Tenía hambre y hacía un frío insoportable. Cerca de él estaba su madre tomándose un gran vaso de leche recién ordeñada.

-Dame un sorbito, mamá.

Pero ella se volvió y le dijo:

-Ya está bien de pedir. Esta leche es mía. Si quieres, sal tú a ordeñar la vaca. No voy a ir yo con el frío que hace. Está nevando. ¡Qué niño! No paras de molestarme.

-¿La cambiamos o la dejamos tal cual? -quiso saber Florindo.

-No. A ella no -respondió Andrés acordándose de los momentos en que su madre le había cuidado con amor, olvidándose de su propio cansancio-. Pero llévame a ver a mi padre.

El padre de Andrés estaba cortando ramas para hacer leña, la espalda doblada de tanto acarrear haces. Terminó su faena y se dirigió hacia la casa. Nada más llegar, encendió la chimenea y se acomodó en el balancín, junto a su esposa.

En lugar de llamar a los niños para que fueran a leer cuentos con ellos cerca de la lumbre como normalmente hacía, les gritó:

-¡Largo de aquí, rufianes! ¡A la calle! ¡Dejarnos tranquilos!

Florindo volvió a preguntarle:

-¿Le cambiamos o le dejamos tal cual?

Pero antes de que abriera la boca, le pidió que esperara a la mañana siguiente para dar su respuesta.

-Así lo pensarás mejor. Hay que dejar pasar un tiempo para madurar las decisiones importantes.

VII

Al despertar el nuevo día, Andrés se fue a la fuente de los pinos enanos tan deprisa como pudo. Llamó a Florindo y lo encontró en la enredadera de la fuente. Había vuelto a recobrar su tamaño diminuto, el que tenía cuando lo vio por primera vez. Se acercó a él satisfecho y le dijo:

-Gracias por tu ayuda, Florindo. He decidido que los quiero tal cual. Me he dado cuenta de que el que tiene que cambiar soy yo. No se merecen que esté siempre enfadado y quejándome por todo. Desde hoy voy a ser diferente.

Florindo exclamó con la seriedad propia de los momentos importantes:

-Bien, amigo mío. Pero no lo olvides. Habíamos quedado en

que tu decisión iba a ser irreversible.

-Ya lo sé. Y he decidido cambiar.

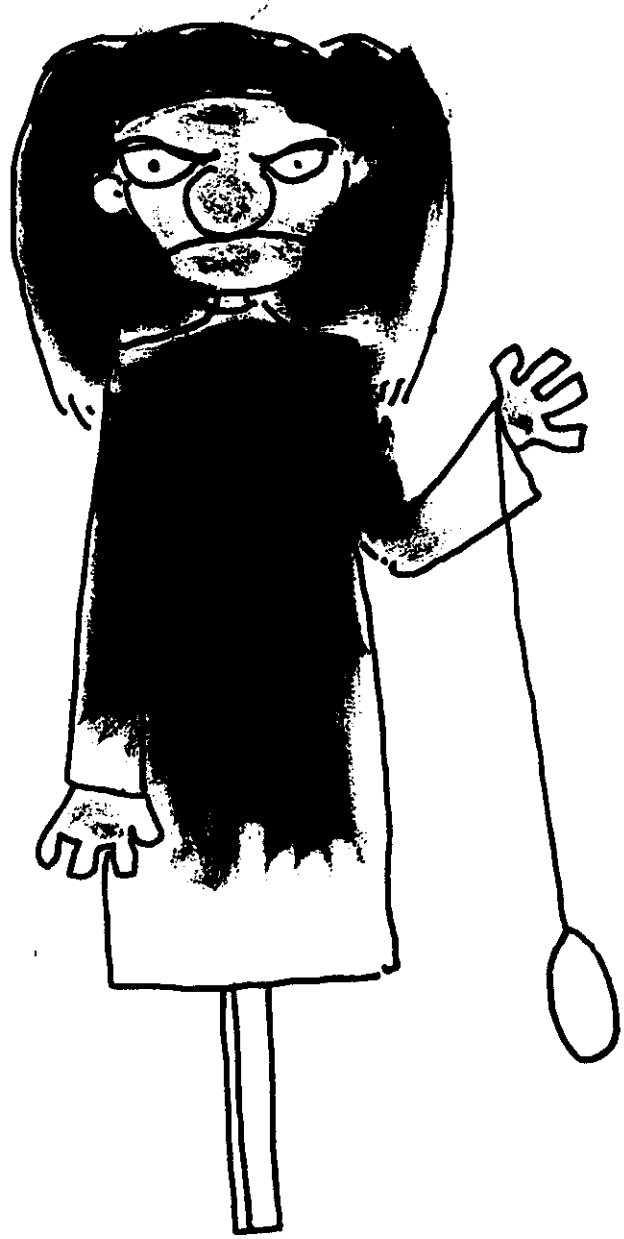
Y dicho y hecho. Andrés dejó de ser amargado y molesto y se transformó en un chico alegre y preocupado de hacer feliz a los suyos. Contó a sus padres y hermanos lo que le había sucedido para que también ellos pudieran conocer a Florindo y disfrutar de su amistad. Y desde entonces, cada atardecer iban a verle a la fuente de los pinos enanos.

Fue pasando el tiempo, y un día, como ya no era necesario en aquel lugar, Florindo se hizo chiquito, chiquito, chiquito, chiquito, y se perdió entre el ramaje.



Diseño = Alberto

(GUIÑOL)



Diseño = Filomena

(GUIÑOL)



Diseño: Joqui

(GUIÑOL)

OBRA DE GUIÑOL EN TRES ESCENAS

"LA VIDA NO ES VERDAD NI ES MENTIRA"

POR: AVELINA VEGA

LA VIDA NO ES VERDAD NI ES MENTIRA

ESCENA I

ALBERTO: (de un lado a otro del escenario y muy deprisa) -¡No tenía que haberme casado! ¡No tenía que haberme casado! (desaparece por la izquierda)

FILO: -¡No huyas, cobarde! ¡No huyas! (mira a los niños) ¡Andá, niños! ¡Hola! Ese que corría delante de mi es Alberto, mi marido el *científico*. Y yo soy Filomena, su *mujer*, aunque a veces no le guste... Je, je. Me casé con él cuando estaba dormido y ya no hay remedio... Bueno, era broma, ¿eh? ¿Dónde se habrá metido? (desaparece por el lado izquierdo).

ALBERTO: -¡No tenía que haberme casado! (aparece por la derecha) ¡No tenía que haberme casado! (se topa con su mujer) ¡Agrfhhhh! (se da media vuelta y huye)

FILO: -¡Pero qué exagerado! (a los niños) ¡Siempre está

igual! (a Alberto) ¡No huyas, cobarde! (desaparece detrás de él)

ALBERTO: (vuelven a aparecer uno detrás de otro) -¡Vale ya! ¡Hasta aquí hemos llegado!

FILO: -¡Tienes razón! ¡Hasta aquí! Pero me parece que tú te vas a ir un poco más allá. ¡Toma! (Le da una bofetada)

ALBERTO: -¡Pero Filomena!

FILO: -Ni Filomena ni nada... Te he dicho que no y es que no...

ALBERTO: -¿Y para decirme que no me tienes que pegar?

FILO: -Es que así soy más convincente.

ALBERTO: -¡Por fa!

FILO: -¡No!

ALBERTO: -Andaaaaa...

FILO: -¡No!... (a los niños) ¿Sabéis? El loco de mi marido es un científico chiflado y se ha traído un experimento del laboratorio para hacer en casa...

ALBERTO: -Pero si es sólo uno...

FILO: -Sí. Se empieza por uno y luego ya no se acaba... ¡Un experimento! Ni que esto fuera... ¡Vamos, hombre! No, no, y mil veces no...

ALBERTO: -Eso. Yo no puedo hacer experimentos, pero tú sí...

FILO: -¿Yooooooo...?

ALBERTO: -Sí, tú. ¿Acaso no es un experimento echarle mermelada a los huevos fritos para ver cómo saben?

FILO: -Hombre, pues...

ALBERTO: -¡Claro! Como el que tiene que probarlos luego soy yo...

FILO: -No digas más tonterías... He dicho que no y es que no, y es que no, y es que no, y es que no...

ALBERTO: -¡No tenía que haberme casado! ¡No tenía que haberme casado! (da vueltas como un loco)

FILO: -¡No empieces otra vez!... (a los niños) Cuando le da el ataque no hay quien lo soporte... (a él) ¿Y en qué consiste ese experimento?...

ALBERTO: (parándose en seco) -¡Voy a inventar unas gafas de sol!

FILO: (con burla) -Pero... ¡Si eso ya está inventado!

ALBERTO: -Es que son unas gafas especiales...

FILO: -¿Y cómo es eso?

ALBERTO: -Son unas gafas para ver las mentiras de los demás...

FILO: -¿Las *mentiraaaas*?

ALBERTO: -Es que llevan unos cristales especiales...

FILO: -Ya, ya... Todo muy especial... pero por muy especiales que sean los cristales... ¿Cómo vas a ver las mentiras?

ALBERTO: -Que te digo que sí. ¿Es que no confías en la ciencia?

FILO: -En la ciencia sí, pero en ti no... Explícame un poquito más...

ALBERTO: -Pues el que se ponga las gafas puede preguntar lo que quiera a quien tenga delante, porque siempre sabrá si le está mintiendo o no. Por *ejemplo: Yo me pongo las gafas de ver mentiras y* te pregunto cuando dinero tienes en el bolsillo... Si me mientes, veré la mentira flotando sobre tu cabeza y te diré: "Eh, sé que *me estás mintiendo y sé cuánto dinero tienes en* el bolsillo porque lo veo sobre tu cabeza, de modo que deja de mentirme, pilla, más que pilla"...

FILO: -¡Qué interesante! (al público) Unas gafas de esas me harían falta a mí para controlar a este

loco. No tendría más que ponérmelas para averiguar cualquier cosa que quisiera saber de él, de nosotros... (a él)... Bueno. Dejaré que hagas el experimento...

ALBERTO: -¿Síiii? ¿De veras? Gracias, gracias, gracias, mi amorcito... Voy corriendo...

FILO: -Sí. Sí. Corre. Yo también corro a preparar mi plan...

ESCENA II

JOQUI: -¡Don Alberto! ¡Don Alberto!

ALBERTO: (apareciendo) -Chiiiissssst. ¿Es que quieres que te escuche mi mujer?

JOQUI: -Que ya he hecho lo que me mandó...

ALBERTO: -Bien, bien. ¿No te habrá visto?

JOQUI: -No. Sssseñor.

ALBERTO: -Estupendo. Como discípulo eres un desastre, pero como pillastre...

JOQUI: -¡Hago lo que puedo, don Alberto! Pero usted tampoco es un santo, ¿eh? Porque para mí que está tramando una gorda... ¡Menudo rollo le ha soltado a su mujer!

ALBERTO: -Era necesario...

JOQUI: -¡Claro! ¡Espero que todo salga bien!

ALBERTO: -Tenlo por seguro. ¿Colocaste las quince monedas en su bolso?

JOQUI: -Quince moneditas. Ni una más, ni una menos...

ALBERTO: -Bien. Y... ¿compraste las gafas de sol?

JOQUI: -Por supuesto.

ALBERTO: -Pues entonces... el plan no puede fallar. Si después de esto sigue tratándome mal, me meto en un cohete y me voy a la luna... ¡Qué mujer!

JOQUI: -Pues a mí en el fondo me cae simpática...

ALBERTO: -Y a mí también. Pero es que tiene unos detalles...

JOQUI: -Y... ¿podría explicarme de nuevo el plan ese? Ya sabe usted que soy un poco zoquete...

ALBERTO: -Atiende bien: primero me pongo las gafas, simulo que me las pruebo y le hacemos la pregunta que hemos preparado... Luego ella querrá (le susurra al oído): bzzz, bzzz, bzzz...

JOQUI: (a voz en grito) -¡Es usted un genio, don Alberto!

FILO: (voz en off) -¡Qué voces son esas?

ALBERTO: -¡Eres un desastre! ¡Nos ha oído! ¡Corre! (le empuja y se van los dos)

FILO: -Juraría que he oído voces... (hay entradas y salidas de los tres personajes. Finalmente queda Filomena sola en el escenario) -Pues serían

imaginaciones mías. (a los niños) -¿Habéis visto a mi marido? ¿Alguno de vosotros le ha visto? ¿Qué? ¿Quién le ha visto? ¡El pobre es tan tonto! ¡Ay, cuando yo me ponga esas gafas!... Cuando me ponga esas gafas... ¡Ya no podrá mentirme nunca! ¡Nunca! ¡Nunca! Y entonces sabré si se arrepiente de haberse casado conmigo, sabré si me quiere de verdad, y hasta sabré si los huevos fritos con mermelada le disgustan tanto como dice... ¡Estoy impaciente!... ¡Hoy va a ser un gran día! Pero... ¿por qué tendré tan mal carácter? ¿Será porque soy fea? (a los niños) ¿Vosotros creéis que soy fea?... Bueno, mejor no pensarlo... (se va cantando el "Vamos a contar mentiras")

ESCENA III

ALBERTO: (trae puestas las gafas) -Ya está. Ya está.

FILO: -¡Por fin!

ALBERTO: -¿Qué tal me sientan?

FILO: -¡Horribles!

ALBERTO: -¡Vaya! ¡Siempre tan simpática!

FILO: -Pero... ¿de verdad funcionan?

ALBERTO: -Habrá que probarlas... Bien... Te voy a hacer una pregunta. (al público) Espero que Joqui no me falle.

JOQUI: (asomándose detrás suyo) -Tranquilo, jefe. Tranqui.

ALBERTO: -¡Escóndete! ¡Ay, lo vas a fastidiar todo!

FILO: -¿Con quién hablas?

ALBERTO: -Con nadie. ¿Con quién voy a hablar? Son cosas mías. A ver, la pregunta. ¿Cuántas son dos y dos?

FILO: -¿Quéééé? ¿Te burlas de *mí*? Cuatro, son cuatro. Pero... ¿qué necesidad hay de las gafas para saber si miento o no? Te digo que dos y dos son

cien mil y todo el mundo sabe que no es verdad. Hasta estos niños que no llevan gafas de ver mentiras lo saben. (a los niños) A ver niños, ¿dos más dos son cuatrocientas mil? ¡Menudo rollo!

ALBERTO: (al público) -Ya ha picado. Je. Je. (a Filomena) Entonces te haré una pregunta más difícil: ¿Cuántas monedas hay en tu bolso?

FILO: -Espera, que voy a contarlas.

ALBERTO: (a los niños) -Se va a quedar patidifusa.

JOQUI: -¿Va todo bien, jefe?

ALBERTO: -¡Pero escóndete, que viene!

FILO: -De modo que cuántas monedas tengo en el bolso, ¿eh? Pues hay siete monedas. Y ahora averigua si es verdad o mentira.

ALBERTO: -Mentira.

FILO: -¿Y cómo lo sabes?

ALBERTO: -Pues con estas gafas, que pareces boba.

FILO: -Ya, ya. Pero... ¿cómo?

ALBERTO: -Con estas gafas puedo ver encima de tu cabeza el número de monedas que hay en tu bolso...

FILO: -¿Ah, síiii? (incrédula) ¿Y cuál es, tío listorro?

ALBERTO: -En tu bolso hay quince monedas.

FILO: -Sí. Sí. Sí. ¡Funciona! (pidiéndole las gafas) ¡Déjame probar! ¡Déjame probar!

ALBERTO: -Por supuesto. Ven conmigo, que te las dejaré probar. (se van los dos)

FILO: (aparece con las gafas puestas y Alberto va detrás) -Vamos a ver...

JOQUI: -Tranqui, jefe, que estoy aquí.

ALBERTO: -¡Ay, madre mía! ¡Escóndete!

FILO: -A ver, a ver... ¿Te gustan mis huevos fritos con mermelada?

ALBERTO: -¡No! (sobre su cabeza aparece un cartel que dice: "sí")

FILO: -¡Estás mintiendo! (contenta) Mientes. Mientes. Mientes. Estoy viendo un "sí" sobre tu cabeza. ¿Siempre has mentido entonces?

ALBERTO: -Tienes razón. Sí. Me gustan tus huevos fritos con mermelada. Te decía que no para fastidiarte... Como tú a mí no me dejas hacer experimentos...

FILO: (al público) -Estoy emocionada. ¡Le gustan mis huevos fritos con mermelada! ¡Es un ángel! ¡Un solete de marido! (va hacia él y le abraza) ¿Así que me mentías sólo porque no te dejaba hacer experimentos?...

ALBERTO: -Es que eres muy marimandona, Filo...

FILO: -Bueno, bueno... Otra pregunta... ¿Te casarías otra vez conmigo?

ALBERTO: -¡No! (aparece el "sí" sobre su cabeza)

FILO: (eufórica) -Vuelves a mentir. ¡Mientes, mientes! Veo un sí sobre tu cabeza. ¿Por qué me mientes, Albertito de mi vida?

ALBERTO: -Porque a veces eres insoportable, Filo...

FILO: -Claro, claro... (al público) Este tontito volvería a casarse conmigo... creo que voy a llorar... Estoy emocionadísima. (a él) Bueno... otra preguntita... ¿Y después de tantos años de casados... (a los niños) ¡Qué emoción! (a él) ¿Estás enamorado de mí?

ALBERTO: -Sí, Filo. Como el primer día...

FILO: -¡Como el primer día! (se tapa los ojos) ¡Ay, no me atrevo a mirar!... Ojalá que haya dicho la verdad, que haya dicho la verdad, que no haya un horrible "no" sobre su cabeza. (a los niños) ¿Hay algo encima de su cabeza? ¿Hay un "no" sobre su cabeza? (a Alberto) ¡No hay nada! ¡Has dicho la verdad! ¿Alberto! ¡Albertito! ¡Albertito de

mi vida! Me quieres como el primer día. ¡Ven a mis brazos, científico de mi vida!

ALBERTO: -Sí. Pero antes quítate esas gafas horribles.

FILO: -Tienes razón. Ya no son necesarias. Nunca volveré a dudar de ti. (se abrazan) (ruido de cristales al romperse las gafas)

ALBERTO: -¿Verdad que a partir de ahora me tratarás mejor?

FILO: -¡Como a un rey! Sabiendo lo que me quieres y lo mal que me he portado contigo...

ALBERTO: -¿Y podré hacer experimentos en casa?

FILO: -Pues claro que sí, mi amor...

JOQUI: -¡Hurra, jefe! ¡Todo ha salido a la perfección!

FILO: -¿Y éste de dónde sale?

ALBERTO: (nerviosísimo) -Es un discípulo mío. Me ha ayudado con el experimento...

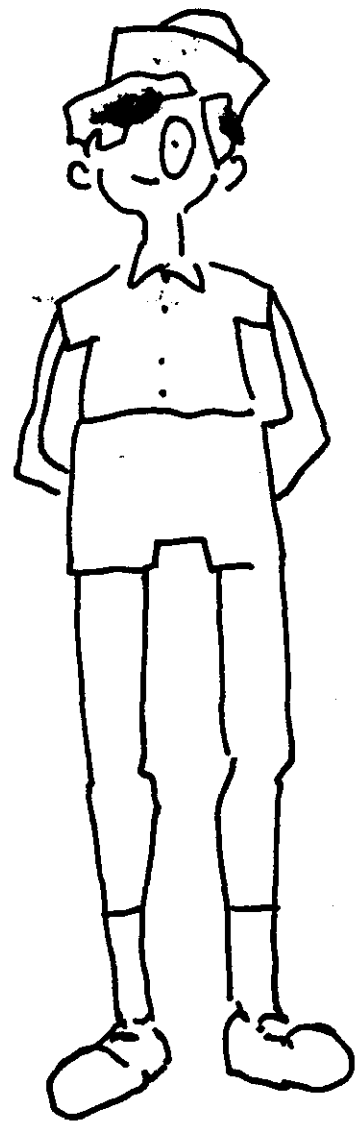
FILO: -¿Y ese cartel? ¿Qué pone ese cartel?

ALBERTO: -¡Ay, Joqui! Vas a fastidiarlo todo, ahora que íbamos a ser felices...

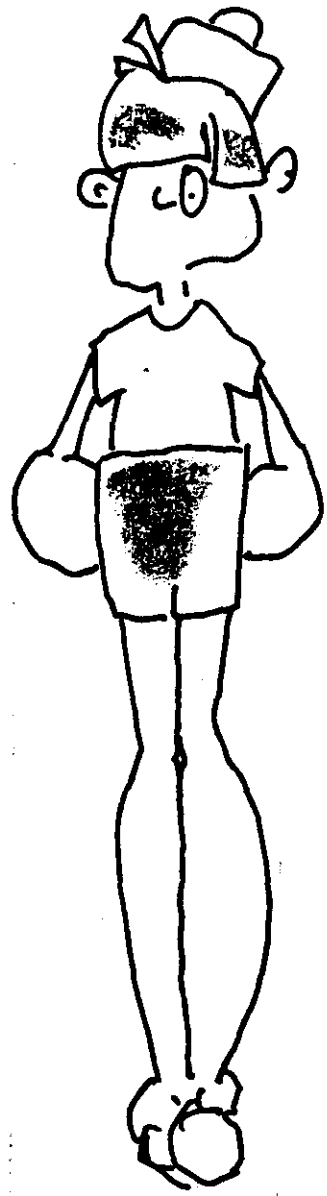
JOQUI: -Tranqui, jefe, que ya estaba todo previsto. Mire usted, Filomena, lo que pone el cartelito. (saca el cartel, el mismo, que por atrás tiene la palabra: "FIN".



Diseño = Isadora



Diseño = Pepe



Pedro

Diseño =



Diseño: Jorobado



Diseño = Dios del Sueño



Diseño: Abuelo



Diseño = El "autor"

OBRA DE TEATRO EN CUATRO ACTOS

"EL ENCANTAMIENTO DE LOS TRISTES"

POR: AVELINA VEGA

PERSONAJES:

PEDRO Y PEPE

ISADORA

ABUELO: personaje de continuidad de todo el programa.

AUTOR

DIOS DEL SUEÑO

JOROBADO

TELON

ACTO I

(Por el lado izquierdo del escenario aparece Isadora. Es una mujer de aspecto agradable, vestida con ropas de color claro. Viene paseando distraída, con aire soñador. Al llegar al centro del escenario sonríe y se vuelve hacia el público. Siempre ha sabido que la estaban observando, digamos).

ISADORA: ¡Pero qué hermosura! ¡Cuántos niños! ¡Cómo me gustan los niños! ¡Pero cómo me gustan los...! Bueno, todos no. Porque hay algunos que... En fin, para qué engañaros: hay bastantes niños que no me gustan. Pero claro, entre vosotros no hay ninguno que... Bueno... (Mira a uno, a otro, a otro, y se le va poniendo cara de vinagre). En realidad, pensándolo bien, me gustan sólo algunos niños, muy pocos, casi ninguno. (Sonríe encantadora, de nuevo). Y podéis quitarle el casi. Pero ¿verdad que no se me nota que soy mala? (Alza los hombros sin dejar de sonreir en un claro gesto de coquetería) No os fiéis de las apariencias... Nada es lo que parece, sino

lo contrario... (Da la espalda al público, aguarda unos instantes y se vuelve mostrando un rostro horrible; da de nuevo la espalda y al volverse otra vez hacia el público tiene una sonrisa dulce; repite la sucesión cada vez más rápido hasta que todo se confunde. Cuando le parece que lo ha explicado convenientemente se alisa las ropas con meticulosidad y carraspea antes de ponerse en la cara la más tierna y dulce de las sonrisas). Una vez tuve un hijo... El muy tonto creía que porque yo era su madre tenía que quererlo... El pobre se murió de un constipado, aunque yo creo que se me murió de aburrimiento. No le dejaba hacer nada. Es que yo no quería que se lastimara jugando por ahí, claro. Yo, en cuestiones de salud, tengo muchos detalles con los niños... Hummm, y hablando de eso... Precisamente ahora tengo dos vecinos nuevos... Dos niños (una gran sonrisa) re-pug-nan-tes...

(Aparecen Pedro y Pepe por la derecha del escenario y quedan a la espalda de Isadora. No se les escucha. Por su mímica, parece quue se cuentan cosas, bromean, se ríen de lo lindo)

Ahí los tenéis. Mirad qué estúpidos (señala hacia ellos). Todo el día riendo. Como si no hubiera otra forma de decirle al mundo que son felices. ¡Qué empalagosos!

(Pedro y Pepe continúan haciéndose bromas)

¡Y encima hermanos! (Se tapa los oídos. Ella sí puede oírlos. El sonido es insoportable. De pronto, cambia su mueca de dolor por su sonrisa de siempre. Ha tomado una decisión). En fin. Creo que ya va siendo hora de darles una lección. (Gira rápidamente y al enfrentar de nuevo su rostro al público, un rostro horrible, dice: ¡La última! (otra vuelta y, de nuevo, sonrisa encantadora). Voy a aprovechar vuestra distinguida (irónica) presencia para haceros testigos de un encantamiento... ¡Uy! ¡Qué palabra más fuerte. Cualquiera podría decir que soy una bruja. (Se tapa la boca para ocultar la risa). Llamémosle... travesura Sí. Seréis testigos de una travesura. Veréis... He descubierto un

defecto horrible en esas dos criaturas, un defecto que puede resultarles mortal (ésta última palabra la pronuncia con voz de falsete. Están todito el día diciendo unas... palabrotas feas como sapos recién levantados, feas como una gallina bizca, feas como... feas como... Bueno.
Palabrotas horribles como éstas:

(Entra un jorobado horrendo con un pito. Lo hace sonar fortísimo a su lado. Un pitido por cada palabra: BROMAS, RISA, ALEGRIA, FELICIDAD). Isadora las vocaliza sin pronunciarlas. Cuando termina, el jorobado hace mutis.

¿Verdad que son horribles? De modo que... (Se acuclilla misteriosamente y alza los brazos. Silencio). A partir de ahora, como me llamo Isadora (Al público), ese es mi nombre, (Da una palmada) a cada palabrota que digan delante de *mi* se les irá muriendo una parte del cuerpo. Irán cayendo despacio, irán perdiendo fuerzas... y llegará un momento, el que yo más quiero, en que tocarán el suelo con su trasero (Da otra palmada). Entonces morirán (Patea el suelo

con el pie izquierdo). (Se incorpora). Ya está hecho el encant... la travesura... Y nada podrá impedir que acabe con ellos... Bueno, algo sí podría salvarles... Pero por muy cotilla que sea yo... No voy a contaros el remedio así como así... Aunque parezca mentira también sé estar calladita... (Mira hacia ellos). Y, ya que los tengo tan cerca, voy a aprovechar la oportunidad. (Al público) Pendientes, que empieza el espectáculo... (Los atrae con el poder de sus manos y ellos se acercan con naturalidad).

ISADORA: ¡Hola vecinitos!

PEPE y PEDRO: (A la vez) ¡Hola!

ISADORA: ¿Qué hacíais?

PEPE: Nada. Estábamos aquí...

ISADORA: Pero ¿haciendo qué? (Mira al público). Ahora dirán la palabrota...

PEPE y PEDRO: (A la vez) BROMAS. (Suena el redoble de tambor). (Ríen).

ISADORA: (Al público) La primera palabrota. No soporto las bromas, no soporto a los que hacen bromas, no soporto la palabra broma... (A Pepe y Pedro) Muy bien, muy bien. (Sale apresuradamente).

PEDRO: Qué mujer más rara, ¿eh, Pepe?

PEPE: Sí. Y con ese peinado. (Quiere mesarse el cabello con las dos manos, pero el brazo derecho no le responde).

PEDRO: ¿Qué te pasa?

PEPE: No lo sé. No puedo mover el brazo derecho.

PEDRO: A ver... (Hace ademán de tocarle el brazo con su mano derecha). ¡Yo tampoco!
(Ambos se alarman). (Intentan mover el brazo derecho sin conseguirlo).

PEPE: ¡Vámonos a casa, Pedro!

PEDRO: Si, Pepe. Mamá sabrá lo que nos pasa... (Salen. La cabeza gacha, muy despacio).

ACTO II

(CARTEL: "AL DIA SIGUIENTE")

ISADORA: ¡Qué! ¿Me creéis ahora? ¡Qué ricículos con sus brazos paralizados... (Llega al centro del escenario) Los llevaron al hospital, les hicieron radiografías, electroencefilagrumas, no electroenfilaquetegrapo, tampoco, electroencelafogramos... Bueno, qué más da. Los miraron de arriba abajo. Les hicieron de todo... Pero, por mí, les podían haber hecho un moño... El encantamiento es infalible y... la ciencia moderna no puede nada contra él... Nada puede deterne al ENCANTAMIENTO DE LOS TRISTES... Bueno, ya sabéis que sí, pero

no pienso deciros que el remedio está relacionado con vosotros, nnnnau-ssseabundo y encantador público, y con un baile absurdo (hace ademán de agachar el culo para inciar un twist, pero se contiene).

(Por la derecha aparecen Pepe y Pedro chocando entre risas sus brazos muertos)

¡Por ahí vienen! ¡Y vienen riendo! (Quiere taparse los oídos, pero se contiene). (A Pepe y Pedro) Volvemos al ataque... (Isadora observa desde una esquinita los juegos de pelota)

(Pepe y Pedro juegan a la pelota).

PEPE: Así, con un solo brazo, es mejor.

PEDRO: ¡Y que lo digas!

PEPE: ¡Toma!

PEDRO: ¡Hop!

(Se van tirando la pelota hacia el brazo muerto para hacerlo más difícil).

PEPE: ¡Tíramela *muy* alto!

PEPE: ¡Ahí va!

PEPE: Aggg (salta). ¡Mía! Ahora tú.

PEDRO: (Recibiéndola) ¡Qué RISA! (Suenan tambores. Isadora da un salto de júbilo en su esquina. El brazo de Pedro cae muerto y la pelota se va botando hacia el público. Los dos quedan paralelos, impotentes, tristísimos, mirando cómo la pelota se aleja botando. Isadora hace la señal de la victoria hacia la platea y se va. Pedro y Pepe se miran y lentamente se acercan al borde del escenario. Han comprendido que algo muy extraño les está pasando.

PEPE: (Hablando consigo mismo). Volvamos a casa. Ya se ha nublado el día.

PEDRO: O algo así. (Se van despacio, muy tristes.

ACTO III

CARTEL: "UNOS DIAS MAS TARDE"

ISADORA: (Andando presuntuosa y amanerada -es vanidosa hasta romperse- llega al centro del escenario y aguarda unos instantes, gustándose, para empezar a hablar) ¡Nunca falla! Dijeron RISA y ¡zas! Sus padres los llevaron a los mejores médicos del país. Incluso fueron a ver a un curandero... Y nada. El ENCANTAMIENTO DE LOS TRISTES es infalible... (se entusiasma, da unos pasitos de ballet, se hace carantoñas, recorre todo el escenario con gestos histriónicos de puro contenta. De pronto se detiene. Hay algo que la ha dejado paralizada). Sin embargo... (Se acerca al público. Por atrás aparecen Pedro y Pepe, saltando a la pata coja. Conforme isadora habla, ellos se van quedando dormidos). Hay una cosa que me preocupa... Mis espías me han informado de que los niños duermen ahora profundamente, duermen mucho, se pasan el día durmiendo, duermen demasiado,

duermen, duermen, ¡DUERMEN!... (Grita como loca). ¡Y eso es malo!... ¡No! ¡No deberían dormir tanto!... ¡Dentro del sueño se acaba mi poder y empieza el poder del Dios del Sueño, mi gran enemigo! Creo que esto es obra suya... ¡Están durmiendo demasiado!... ¡Duermen demasiado! ¡Duermen demasiado!... (Queda de nuevo en una esquina. Suena la música del Dios del Sueño. Se produce niebla con hielo seco). Pedro y Pepe están tendidos en el suelo. La niebla producide por el hielo seco los cubre hasta hacerlos desaparecer).

DIOS DEL SUEÑO: (Es un joven cubierto de velos y gasas de diversos colores. Rodea a los niños, los mira con amor. Sopla sobre ellos y comienza a hablar. Los niños se levantan despacio pero, milagro del sueño, tienen movilidad en todos sus miembros). Ya están profundamente dormidos. Ya han entrado en mi reino. Aquí todo es fácil y bueno. Pueden moverse, reir. Mientras duerman nada podrá hacer Isadora contra ellos. (Se dirige a los niños, que flotan y se

esparcen, digamos) ¡Hola soñadores!

PEPE y PEDRO: Ho-ho-la... (Están admirados).

DIOS DEL SUEÑO: Nada temáis. Yo soy el Dios del Sueño y habéis entrado en mi reino.

PEPE: ¡Pedro! ¡Podemos mover los brazos!

PEDRO: ¡Y la pierna derecha!

PEPE: ¡Cuando nos acostamos no podíamos moverla!

DIOS DEL SUEÑO: Porque pronunciasteis la palabra ALEGRIA.

PEPE y PEDRO: ¿Por qué qué?

DIOS DEL SUEÑO: Ayer por la tarde pronunciasteis una de las palabras malditas en el ENCANTAMIENTO DE LOS TRISTES...

PEPE: ¿El encantamiento de los quéééé?

DIOS DEL SUEÑO: El ENCANTAMIENTO DE LOS TRISTES. Una brujería vieja como el mundo, una sombra

maligna que cae sobre las personas que demuestran alegría y ganas de vivir cuando hay alguna bruja cerca. Poco a poco se os va muriendo el cuerpo y sois condenados a vivir en el reino de lo quieto y triste. Nada se mueve en ese país, nada ni nadie se ríe. Los pájaros que entran por error en ese mundo quedan detenidos en el aire, como clavados en un papel transparente. Hasta el viento contiene la respiración en ese reino horrible. De todos sus seres y habitantes, quietos como estutuas, mana la tristeza como el agua de una fuente (El tono de su voz es solemne y sereno)

PEPE: ¿Y nosotros hemos sido condenados a morir de esa forma?

DIOS DEL SUEÑO: Sí.

PEDRO: ¡Esto no es real! (Mirando a su alrededor, pellizcándose) ¡Esto es una pesadilla!

DIOS DEL SUEÑO: No es una pesadilla. Es un sueño bueno. No olvides que yo soy el Dios del Sueño. Las

pesadillas las envía el Diablo del Sueño, un tipejo muy malo, malo de verdad, pero con menos poder que yo. A quien hay que temer es a Isadora...

PEDRO: ¡Nuestra vecina!

PEPE: ¡Esa viejita tan rara!

DIOS DEL SUEÑO: Sí. Es rara porque es una bruja moderna. Somos enemigos desde el principio de los tiempos. Cuando sus víctimas están despiertas yo no puedo hacer nada, pero cuando estáis dormidos es ella la que no puede hacer nada. Recordarlo, ahora estáis dormidos. Podeis moveros con toda libertad. Despiertos, volvería la parálisis...

PEPE: ¡No!

PEDRO: ¡Es horrible! Como si fuéramos piedras.

PEPE: Piedras vivas.

PEDRO: Y sólo pensamientos tristes, ideas tristes. No hay colores, no hay alegría...

PEPE: No poder tocar, no poder coger flores, no poder botar una pelota...

PEDRO: No te olvides de que tampoco podemos mover una pierna...

PEPE: No poder correr contra el viento...

PEDRO: ¡No queremos despertar!

PEPE: No. (Ambos se tienden de nuevo en el suelo a dormir)

DIOS DEL SUEÑO: Es inútil. Tarde o temprano tengo que despertaros. Ahí acaba mi poder. Sin embargo puedo hacer algo. Intentar que os acordéis de este sueño cuando hayáis despertado. Recordad, recordad, recordad. Miradme, miradme ahora. Voy a revelaros el remedio contra el ENCANTAMIENTO DE LOS TRISTES: hay una música, vosotros la llamáis twist; hay un grupo, Los Beatles,

-que, por cierto, me gustan mucho- que tocan una canción conocida como TWIST AND SHOUT. Pues bien, es inevitable que lleguéis al momento horrible de la parálisis total. Cuando vuestros tra... cuando vuestras posaderas vayan a dar en el suelo... Entonces, sólo entonces, si hay corazones buenos y puros bailando esa música a vuestro alrededor durante unos instantes, el encantamiento quedará roto para siempre y estaréis a salvo... (mira hacia arriba). Ya se está haciendo de Día es la hora de despertar... Todavía os queda una pierna... Recordad, recordad, recordad... (se va yendo, mientras Pepe y Pedro caen despacio sobre la niebla).

(Vuelve a sonar la música del principio)

PEPE: Sí. sssí...recor... dar... recor... d... a... r. Twist... and...

PEDRO: Shout... Shout... Shshshhhhh... (Quedan dormidos profundamente).

ISADORA: Algo ha ocurrido. Algo está pasando. Lo noto en el aire... Maldita sea... No sé que es... Hay malas vibraciones en el aire... Ya me he enterado de que ayer dijeron ALEGRIA y que se les paró una pierna, pero sé que algo pasa, algo pasa... Presiento que algo amenaza... (Pepe y Pedro se van despertando y se ponen a saltar a la pata coja).

PEDRO: Cuatrocientas veintiuna.

PEPE: Cuatrocientas ventidós.

PEDRO: Cuatrocientas veintiocho.

PEPE: ¡Eh! ¡No hagas trampas!

PEDRO: ¡Y por qué no! A las baldosas les da igual...

ISADORA: ¡Hola, niños!

PEDRO: Ho-hola...

PEPE: Ho-hola...

ISADORA: ¿Qué hacéis ahora?

PEDRO: Contábamos baldosas... Pero... No sé, Pepe... Veníamos contando baldosas desde casa...

PEPE: Nada... más... despertarnos... salimos a la calle...

PEDRO: (Confidencialmente) Me siento raro delante de esta mujer.

PEPE: Yo también. De pronto me he acordado de algo... pero no sé de qué...

ISADORA: (Nerviosa) Bueno, bueno... No andéis cuchicheando, que es de mala educación...

PEPE: ¿No sería de lo que hemos soñado esta noche?

PEDRO: Sí. Yo tengo la misma sensación...

ISADORA: ¡Que os olvidéis de eso!

PEPE: Sí. Un sueño hermoso. Con un personaje bueno que intentaba ayudarnos...

PEDRO: ¡Hemos soñado lo mismo!

PEPE: ¡Y había un encantamiento o algo parecido! ¿Verdad?

ISADORA: (Hablando consigo misma). Tengo que darme prisa. Sólo les queda una palabra. Tengo que obligarles a decir FELICIDAD antes de que se acuerden de todo... (al público) ¡Y vosotros, muy calladitos, ¿eh?

PEDRO: ¡Era el Dios del Sueño!

ISADORA: ¡Maldita sea! Ej. Ejem. A ver niños. Lo más importante de esta vida es la feee...

PEPE: ¿Eh? Sí. Y nos dijo cuál era el remedio para lo que nos pasa...

PEDRO: Síii... Una música...

ISADORA: ¿Verdad que el dinero no da la feee...?

PEPE: ¿Cómo? Sí, una música... ¡Y un baile!...

PEDRO: ¡¡¡Algo de los Beatles!!!

PEPE: Sí, ahora me acuerdo. ¡Era algo de los Beatles!

ISADORA: Para vuestros padres lo más importante es vuestra fee...

PEDRO: Era el Twist and... ¿Para nuestros padres? Pues claro. Lo más importante es nuestra FELICIDAD. (Tambores. Caen las cabezas sobre el pecho y comienzan a descender muy lentamente).

ISADORA: (Grita de júbilo) ¡Ya son míos! ¡Ya comienzan a caer! Y cuando sus traseros toquen el suelo tendrán su merecido... ¡Ya han dejado de acordarse de las estupideces del DIOS DEL SUEÑO... Esta vez no podrá nada contra mí. Estos dos están condenados

sin remedio... Bueno, ejem (Con grandes aspavientos), yo voy a esconderme por ahí, que estos dos pasmarotes pueden llamar la atención de alguien y no quiero que me vean a su lado. No... Por nada... Un capricho mío... Ejem (disimulando, se dirige al encargado del telón). Bueno, esto está casi terminado, así que pueden ir bajando el telón... (Se va, sin dejar de disimular).

(Cae el telón)

(Pasan unos instantes. De pronto aparece el abuelo, manoteando alarmado)

ACTO IV

ABUELO: ¡Pero qué es esto! ¿Cómo puede acabar así una obra de teatro?... Ay, estos niños (Vuelve a subir el telón) Están a punto de tocar el suelo con el trasero... Si la tal Isadora tenía razón, van a morir... Ay... ¿Es que nadie puede hacer nada? ¿Qué decía

del remedio la bruja? ¡Se le escaparon algunos detalles! ¿Nadie los recuerda? ¡Ay! (Mirando a Pepe y Pedro) ¡Que están a punto de tocar el suelo! ¿Qué dijo esa bruja?... Sí... ¡Un baile! Corazones puros, niños del público bailando aquí en el escenario, al lado de ellos... Pero qué música... ¿Alguien la recuerda?... ¡Sólo si alguien soñó lo mismo que ellos lo sabremos con certeza...! ¿Hay alguien que soñara con ellos?

(Algunos niños del público lo saben. Es "Twist and Shout". Suben arriba y suena la música a toda potencia unos segundos. Sin embargo Pepe y Pedro siguen cayendo).

ABUELO: ¡Pero si siguen cayendo! (Cesa la música) No nos hemos podido equivocar. Estoy convencido de que éste es el remedio. ¿Entonces?... Esto no tiene ni pies ni cabeza... (Enfadadísimo) ¿Quién ha sido el animal que ha escrito esta obra de teatro? ¡Hay que encontrar al autor antes de que suceda una desgracia! ¡El autor, que venga el autor!

(Aparece un señor con pinta de cursi)

AUTOR: Yo soy ese animal. (Está indignado).

ABUELO: ¡De modo que usted!

AUTOR: Sí. Yo soy el autor. Generalmente no suelo asistir a la representación de mis obras, pero hoy estaba aburrido y, la verdad, han tenido suerte de que les honrara con mi presencia, porque yo, modestia aparte, soy uno de los más afamados autores de tea...

ABUELO: ¡Cállese! ¡Olvídese de sus monsergas! ¿No ve que...?

AUTOR: Vayamos al grano (interrumpiéndole) ¿Para qué se requería mi presencia? ¿Qué ocurre?

ABUELO: ¿Que qué ocurre? ¡Pero si lo está usted viendo! Estamos en la última escena. Cuando los niños descubren el remedio para romper el encantamiento. Ya han bailado el twist y ¡nada! ¡Siguen cayendo! ¿Le parece a

usted bonito?

AUTOR: (Comprueba que, efectivamente, siguen cayendo) Pues es verdad. No lo entiendo. Yo lo había escrito así para que todo fuera bien fácil. Isadora lo contaba casi todo y después de la escena del sueño, ya no quedaban dudas.

ABUELO: ¡Pues algo ha fallado, diantre!

AUTOR: Sigo opinando que con el Twist and Shout deberían estar buenos ya...

ABUELO: ¡Ya lo hemos probado y no funciona!

AUTOR: A no ser... (Se da una palmada en la mano) A no ser que alguien haya cambiado el final. Hace un ratito estaba ahí, sentado entre el público... ¡Ahora lo tengo! Casualmente me traje el manuscrito y lo he dejado olvidado entre las sillas. ¡Hay que encontrarlo! ¡Deprisa! ¡Debe estar entre las sillas! ¿O me lo dejé en el taxi?

ABUELO: ¡Rápido! Hay que encontrar esos papeles. ¡Tenemos que leer el final antes de que toquen el suelo!

(Aparece el manuscrito. El niño que lo ha encontrado sube al escenario).

AUTOR: ¿Han añadido algo en la última escena? ¿Han tachado algo?

ABUELO: En la última escena pone: Pepe y Pedro se van poniendo buenos conforme los niños del público bailan el Twist and Shout. ¡Aquí hay algo escrito con bolígrafo! Dice: "EN MI PRESENCIA".

AUTOR: ¿Pone "en mi presencia"? Pues yo no he escrito eso. ¿Quién lo habrá escrito?

(Por un lateral, sale disimuladamente Isadora con una maleta. Huye).

ABUELO: (Al público) ¿Sabe alguien quién ha sido? ¡Ayudadnos, por favor!

AUTOR: ¡Ya está! Sólo ha podido cambiarlo la bruja Isadora. No sé cómo lo ha hecho, pero seguro que ha sido ella. ¡Seguro!

ABUELO: ¡Y ahora la única solución es bailar el Twist en su presencia! ¡Por eso se fue del escenario antes de que acabara la obra...!

AUTOR: Pero ¿dónde está esa bruja tramposa?

(La descubren en un pasillo tratando de escapar)

ABUELO: ¡Cogedla! ¡Que no escape! ¡Pronto! ¡Subidla aquí! ¡Que no escape! ¡Que no escape! ¡Sujetadla bien! ¡Hacedla que baile! ¡Que baile! ¡Baile Isadora!

(La obligan a subir al escenario entre todos y vuelve a sonar el twist. Pedro y Pepe dejan de caer, suben lentamente, recuperan la movilidad de sus miembros y ellos también se ponen a bailar. APOTEOSIS. Al final acaba bailando hasta Isadora).

FIN

VII.10. PUESTA EN ESCENA DE ¡CUENTAMELO TU!

El programa ¡CUENTAMELO TU! ha sido presentado en el Colegio de las RR. MM. Irlandesas en Madrid el día 22 de septiembre de 1992.

Asistieron a la representación profesores, tutores, la dirección del colegio, psicólogos y TODOS los alumnos del centro de edades comprendidas entre los 5-6 años y los 11 incluídos (unos mil alumnos).

La participación de los niños en el programa fue extraordinaria. Dentro de un ambiente de entera libertad, respondieron a las preguntas que se les fueron haciendo, subieron al escenario, bailaron y cantaron cuando ellos creían que era necesario hacerlo (en las obras se les pedía participación).

VII.10.1. EL CUENTO

Llamó la atención de los adultos asistentes al acto, el hecho de que cuando se preguntó a los niños si querían que se les contara un cuento, gran parte de los presentes

respondiera que no, siendo que, al cabo de breves minutos estaban maravillados escuchando lo que el narrador (el abuelo) les decía.

Al terminar la narración, contestaron a las preguntas del abuelo y la mascota Florindo, inventando ellos distintos finales para el cuento.

Para este programa piloto y para el que pudiera ser el primero, caso de emitirse por televisión, el doctorando escribió un cuento en el que el protagonista es la mascota del programa ¡Cuéntamelo tú!, Florindo, para que de ese modo, los pequeños comprendieran las razones de la existencia de este peculiar personaje (ver vídeo adjunto).

Antes de que comenzaran los poemas, pidieron a los niños que escribieran cuentos y se los dieran a sus profesores para que ellos los hicieran llegar a la dirección del programa.

VII.10.2. LOS POEMAS

De nuevo la sorpresa asomó a slos rostros de los adultos cuando los niños demostraron no saber poemas. Ni siquiera la única niña que salió a contar uno que había dicho que conocía.

Pero se rieron a carcajadas cuando el abuelo les recitó algunos en los que destacaba el disparate, o se entristecieron con otros más sentimentales, creados por el doctorando para la ocasión.

Se comprometieron en crear un poema y entregárselo a su profesor al día siguiente. (ver vídeo adjunto).

VII.10.3. EL GUIÑOL.

El autor de esta Tesis escribió una obra de guiñol, "La vida no es verdad ni es mentira", para ser representada por tres personajes. Estudió la forma de realizar los títeres conforme al diseño adjunto y tras muchas horas de ensayo se presentó a los niños del colegio de las RR. MM. Irlandesas.

En esta ocasión, desde el primer momento, todos los niños mostraron su interés. Respondieron a todas las preguntas, demostraron haber comprendido los papeles de de bueno y malo, apoyando al primero y rechazando al último y ayudando al malo cuando quiso hacerse bueno.

Al terminar la representación pidieron "otra", "otra", pero enseguida empezó el teatro y guardaron silencio.

En la charla posterior al programa, sólo unos pocos

confesaron haber visto guiñol en "El Retiro", la mayor parte de los pequeños no lo habían visto nunca, aunque sabían de qué se trataba.

Se les dijo a los niños que cuando se emitiera el programa, ellos tendrían que elegir un títere para darle vida, hablar por él, imitando su voz, etc. Todos querían hacerlo.

VII.10.4. EL TEATRO

Teniendo en cuenta que el teatro es el trabajo de grupo más enriquecedor para el niño, porque en él intervienen el cuerpo y las emociones, la expresión corporal, oral, gestual, etc., el doctorando escribió la obra "El encantamiento de los tristes" para el programa piloto. Tras cuatro semanas de ensayos, realización del atrezzo, decisión de maquillajes y actuaciones, pudo realizarse la función.

Hasta los más pequeños permanecieron espectantes y participaron cuando se les requirió para ello.

Entendieron todo lo que se decía simbólicamente. Esto quedó patente cuando los niños participaron en la salvación de los protagonistas con sus bailes.

Captaron igualmente los papeles malo/bueno de los personajes, apoyando a los niños en contra de la malvada joven.

Supieron también identificar el mundo del sueño y el de la realidad.

Se les dijo que en programas sucesivos ellos tendrían que representar, después de la función a un personaje, para lo que tendrían que disfrazarse, maquillarse, hablar, moverse, cambiar la voz para adecuarla a la del personaje, vivir distintas aventuras, distintas épocas. Les gustó mucho la idea.

Cuando la función terminó, no se querían marchar y pedían que se repitiera, quejándose de que no se les ofreciera más funciones en el teatro del colegio, único teatro al que decían haber asistido los niños entrevistados posteriormente.

VII.10.5. CREATIVIDAD.

Se pidió a los niños que realizaran, sin que nadie les ayudase, lo que quisieran de las cosas que a continuación se detallan:

1. un dibujo sobre aquello que quisieran que estuvieran

relacionado con el programa que acababan de ver. Unos dibujaron al abuelo, otros a Florindo, muy pocos eligieron a los otros personajes. (Les extrañó mucho que no se les dijera lo que tenían que pintar).

2. un poema.
3. un cuento.
4. que pensaran el argumento de una obra de guiñol para comentarla en clase con los compañeros y el profesor.
5. lo mismo para una obra de teatro.
6. que escribieran en el folio de los dibujos sus datos para que el día que el programa se emitiera fueran ellos los primeros socios del Club Florindo, que les proporcionará descuentos en libros, teatros infantiles, actos sociales, etc.
7. que escribieran tres cosas que quisieran cambiar del mundo que les rodea, sus padres, compañeros, colegio, etc.

Los dibujos han sido recogidos y se guardarán hasta el día que el primer programa sea emitido. Con ellos se adornará el muro del plató. Los niños que asistieron al programa piloto serán los primeros participantes en el programa ¡CUENTAMELO TU!

VII.10.6. FINAL DEL ¡CUENTAMELO TU!

Florindo recordó a los niños que enviaran los dibujos relacionados con el cuento que les contó el abuelo o con cualquiera de las cosas que vieron, advirtiéndoles que, con ellos se decoraría el muro derruido del plató y que todos podrían ver sus obras por televisión.

También les pidió que dijeran lo que les había parecido el programa, el cuento, los poemas, el guiñol, el teatro; si hubieran preferido otro final, cómo les hubiera gustado que fueran los personajes, cuál de ellos les había gustado más, qué hubieran hecho ellos de haber sido los protagonistas, etc. Les dijo que inventaran, porque todo está permitido en ¡CUENTAMELO TU!

VII.10.7 ¿COMO MANDAR SUS IDEAS O CREACIONES?

Florindo les informó acerca de lo que debían hacer para mandar sus creaciones o ideas.

En la parte posterior de folio de los dibujos, el autor deberá escribir en lugar bien visible:

. Nombre

. Apellidos

. Edad

. Sexo

. Dirección

. Teléfono

. Colegio

. Título de la obra comentada (cuento, poema, guiñol, teatro)

. Título y clase de la obra propia

Los temas y la extensión de los trabajos serán libres para favorecer su espontaneidad y no limitar su imaginación.

Deberán estar escritos a manos por el niño, sin ayuda de padres ni maestros (esto ayudará a los educadores a conocer los problemas inherents a la educación actual).

En lo referente a las cosas que los niños desean cambiar, pueden mandar sus ideas sin poner datos personales para no ser identificados por nadie. Conociendo los problemas que les afectan, sus intereses, necesidades, se les podrá ayudar a resolverlos.

VII.10.8. EL JURADO.

El Jurado estará formado por personalidades de las Letras y la Cultura españolas.

Los trabajos seleccionados (una vez corregidos debidamente, ya fuera de concurso) se publicarán en una obra conjunta con los mejores dibujos de los que se hayan ido exponiendo en el muro.

La selección de éstos también se llevará a cabo teniendo en cuenta criterios de ilustradores, escritores, dibujantes, psicólogos y pedagogos.

VII.11. DICTAMEN DE ESPECIALISTA EN PSICOLOGIA

ENTREVISTA CON LA PSICOLOGA SUSANA VILLEJOS

La entrevistada, doctora Villejos, asistió a la puesta en escena del programa piloto que tuvo lugar en el Colegio de las RR. MM. Irlandesas (La Moraleja), con asistencia de unos mil alumnos de edades comprendidas entre los seis y los once años.

Una vez terminada la representación, la doctora Villegas hizo los siguientes comentarios acerca del programa "Cuéntamelo tú".

P. -¿Qué opinión, desde el punto de vista de la psicología, le ha producido el programa "¡Cuéntamelo tú!" en su conjunto?

R. -El programa está bien pensado, ya que incluye varias áreas importantes ligadas a fomentar la lectura y la expresión oral de un modo creativo. Así, cuentos, poemas, guiñol, dibujos y teatro constituyen un conjunto que fomentan la expresividad del niño.

P. -¿Cree usted que la elección del personaje-abuelo y la mascota Florindo son acertadas?

R. -Me ha parecido muy oportuna la elección de un personaje-abuelo para la conducción del programa. Hay en esta elección un conocimiento profundo de la necesidad del niño de su crecimiento evolutivo, ya que encierra el abuelo el arquetipo de viejo-sabio tan conocido en los mitos. Se convierte, este conductor del programa, en un aliado al yo del niño que le permite acceder a una sabiduría no temporal, una más universal que condensa conocimientos de generaciones tras generaciones con raíces profundas. No se ha elegido un personaje basado en aspectos superficiales, tales como bellas/os jóvenes, sino en la paciencia, el afecto y la transmisión de contenidos y valores importantes de la humanidad que sólo un personaje abuelo puede transmitir.

El abuelo junto a la mascota logran una unidad creativa. El primero en la función antes señalada y la mascota en la gracia musical que de ella emana unida a su imagen simbólica: su figura es de una alta condensación, pez, libélula, oso, elefante, cuernos incipientes, cuatro extremidades inferiores y, sobre todo, ojos humanos de un color azul que transporta simbólicamente a la idea de afectos claros y libertad de entendimiento. Este conjunto ayuda al niño a tener metas con ideales más allá de su vida cotidiana."

P. -¿Qúe la ha llamado más la atención de la respuesta de los niños a las diferentes partes del programa, cuentos, poemas, dibujos, guiñol y teatro?

R. -Me ha llamado la atención que cuando el abuelo propone contar un cuento los niños no están bien dispuestos, probablemente, porque no están acostumbrados a escucharlos y esto es también un reflejo de la educación que damos a los pequeños. No obstante, cuando comienza la narración los niños se sumergen en la historia y pueden identificarse rápidamente con el personaje principal, Andrés, niño enfadado y celoso de sus hermanos.

La intervención mágica de Florindo le ayuda a replantearse el conflicto encontrando una solución que favorece la individuación del niño. Una vez que Andrés resuelve su conflicto puede Florindo retirarse sencillamente porque el niño ya no lo necesita por su adquisición de mayor libertad.

El personaje del abuelo conquista con la narración la participación total de los niños. Es decir, que en un inicio los cuentos son rechazados por el público (esto merece una alta consideración de parte de los adultos que intervenimos en la formación de los niños).

Lo mismo sucede con los poemas. No pueden expresar ningún poema, aunque suponemos que muchos niños los saben y les

gustan.

La respuesta al guiñol es asombrosa. La participación de los niños y la captación rápida que se produce con los personajes claramente diferenciados en buenos y malos. Se identifican y ayudan al personaje bueno y rechazan al malo.

La participación de los niños en la función del teatro fue total y de una amplia comprensión de los roles de los personajes. La figura de la bruja es clara, no ofrece dudas en cuanto a sus intenciones y además lo muestra con riqueza y fuerza en sus posturas y movimientos. La intervención del dios del sueño prepara a los espectadores a ser activos en la solución del problema y es así que todos los niños bailan para salvar a los protagonistas. Esta salvación es, también, formativa para el niño, ya que reconocen elementos esenciales tales como la risa, alegría, juego, felicidad, es decir, que la obra transmite un mensaje de vitalidad y valores humanos.

Decía al principio que la programación está detenidamente pensada y esto también se refleja cuando el abuelo pide a los niños que hagan un dibujo sobre lo visto. Esto significa la confianza que se deposita en el niño como personaje principal a quien va dirigido el programa. Esto es, que el niño no queda pasivo con lo recibido, sino que lo transforma sumbólicamente en su expresividad.

También Florindo les pide opiniones sobre lo que desean cambiar de sus vidas, esto favorece el despliegue de deseos e ideales de los niños que si bien no siempre son posibles, no es menos cierto que ayuda a la creación de ideales que le orientarán en su futura vida y en la concienciación inmediata de su cotidianeidad con sentido crítico.

VII.12. COMENTARIOS GENERALES DESPUES DE LA PUESTA EN ESCENA.

Pudieron comprobarse determinadas hipótesis del trabajo de investigación, unas durante el transcurso del programa y otras a muy corto plazo. Gran parte de ellas se espera poder ver realizadas a largo plazo.

INMEDIATAS:

.El programa movilizó y motivó a los alumnos.

.Comentaron con los profesores y compañeros lo que habían visto y lo que pensaban dibujar.

.Se detectó cierto espíritu de integración con el profesor y los compañeros infrecuente al comienzo del curso.

A CORTISIMO PLAZO

.Se verificó una mayor participación en la clase por parte de los niños que habían asistido al acto y participado en él.

.Los niños realizaron trabajos dinámicos y personales.

.La asistencia a clase fue completa.

.Los profesores pudieron detectar alegría en las clases.

A LARGO PLAZO

.Se espera, si se llegase a emitir el programa, una mejora en la lectura y las distintas formas de expresión, oral, escrita, plástica, música, canto, corporal, etc.

.Conocer las preocupaciones de los niños a través de los cambios que quieren realizar en su entorno para una vez analizadas y obtenidos porcentajes tratar de solucionarlas.

.Comprobar las limitaciones de la enseñanza mediante el análisis de los cuentos, poemas y distintas formas de expresión que los niños envíen. Razón por la que en el programa deberá haber pedagogos, psicólogos que hagan de él un programa educativo sin que ésto sea advertido por los pequeños.

Visto que sólo una parte muy pequeña de la programación infantil tanto nacional como extranjera reúne las condiciones idóneas para el desarrollo armónico y completo de una audiencia como la infantil, en extremo susceptible de aceptar todo tipo de mensajes, y en función de los estudios realizados, queda manifiesta la necesidad fundamental de la propuesta cultural alternativa que establece en su forma y en su contenido el modelo ideal de programa infantil ¡CUENTAMELO TU! cuyo rigor y aceptación, no sólo han sido unánimes entre los expertos sino que, y mucho más importante, ha logrado un

clamoroso éxito entre el público infantil que asistió a su puesta en escena.

Punto por punto, el programa resuelve las carencias y excesos de la programación infantil al uso.

1. Se ha logrado la identificación de los contenidos con las espectativas de la audiencia a la que se dirigen sin infravalorarla por ello.

2. Al considerar tanto a los niños con defectos de audición como de ceguera, al incluir a niños inmigrantes y emigrantes, niños de distintas razas y, en definitiva, a todo, todo el colectivo que compone la audiencia investigada, ¡CUENTAMELO TU! es un programa de integración.

3. ¡CUENTAMELO TU! ha insistido en los valores auténticos que componen el verdadero esqueleto del ser humano en su sentido más genuino, olvidándose de valores residuales o suscitados por deformaciones de la sociedad de consumo tales como el poder, la fuerza, el dinero, etc.

4. En ¡CUENTAMELO TU! se ha respetado íntegramente al niño, evitando las posibles represalias irónicas a la participación individual en el contenido del programa,

enriqueciendo así el grado de tolerancia y el sentido general de lo que debe ser una convivencia en armonía.

5. Dado que los personajes protagonistas del programa predicaron con su ejemplo la gustosa necesidad de respetar para sentirse respetados, los niños aumentaron su experiencia con la percepción de modelos a imitar.

6. En ¡CUENTAMELO TU! se ha valorado el esfuerzo personal de cada niño como acto de respeto y agradecimiento a la mayor y mejor entrega que puede dar un ser humano a otro por simple entusiasmo.

7. Se ha animado a los niños a imbuirse del espíritu tendente a considerar más importante la participación en sí que la ganancia o la pérdida que pueda derivarse de su acción. Esto es, contra la competición: participación.

8. Se les ha estimulado y ayudado en sus estudios, proponiéndoles el mundo de la lectura como trampolín a su afán de conocimiento y como descanso del fárrago de vulgaridades que pudiera rodearles en un momento dado.

9. Utilizando su tiempo de ocio como palanca, ¡CUENTAMELO TU! les ha propuesto el desarrollo de su inteligencia, de sus

sentimientos y, en suma, de su creatividad, para que su integración en sociedad se produzca de la forma más efectiva y generosa posible.

10. ¡CUENTAMELO TU! ha divulgado a través del juego la idiosincrasia general de los medios audiovisuales para que su aceptación y utilización puedan devenir naturalmente, esto es, sin los tropiezos y prejuicios que supone su enseñanza por otros medios extraños a la condición eminentemente lúdica de la infancia.

11. Se ha conseguido que los niños muestren su personalidad sin máscaras ni comportamientos vicarios durante su imprescindible y enriquecedora participación en el desarrollo del programa.

12. ¡CUENTAMELO TU! ha animado y conseguido que los niños se expresen oralmente en público, individual y colectivamente sin miedo al ridículo y sin pudores heredados de los adultos.

13. La mascota del programa, Florindo, desde su condición de criatura polimorfa, sobrenatural, extraña, desconcertante, ha proporcionado con su ejemplo la figura que integra al mismo tiempo enormes rarezas y enormes virtudes,

haciéndose querer, a pesar de ello y gracias a ello, con lo que dejó patente que todos los seres vivos, en sus defectos y en sus mejores atributos, son amables por igual.

14. Se ha recurrido a la figura del abuelo como mejor guía del niño al permitirle acceder en presente a una sabuduría con raíces profundas inaccesibles, hoy en día, para un niño semi-alienado por los mensajes de estupidización consumista que le ofrece la televisión.

15. Se ha implicado a los colegios en la lucha por una infancia mejor y más culta, ofreciéndoles la oportunidad de participar en un espacio televisivo libre de otras intenciones que las de contribuir a la formación desde la alegría de todos aquellos niños que entren en persona o desde casa en la magia de su propuesta.

CAPITULO VIII

VIII. CONCLUSIONES DE LA TESIS:

1. LOS CREADORES DE PROGRAMAS INFANTILES DEBEN TENER EN CUENTA QUE EL CALIFICATIVO INFANTIL IMPLICA NIÑEZ, PERO NO IDIOTEZ.

2. EL PUBLICO INFANTIL, COMO CUALQUIER OTRO PUBLICO, ES MERECEDOR DE RESPETO. Y ESTE HAY QUE ANTEPONERLO A INTERESES ECONOMICOS O POLITICOS.

3. *LA PROGRAMACION INFANTIL DEBE PROMOCIONAR AQUELLO QUE* SEA BUENO PARA EL NIÑO, DEPORTE, JUEGO, LECTURA, ESCRITURA, DIBUJO, CREATIVIDAD, PARTICIPACION, EVITANDO LA COMPETITIVIDAD, LA VIOLENCIA, LA HUMILLACION, EL MITO DEL SUPERHOMBRE, EL MEJOR, EL QUE DOMINA, EL PRIMERO.

4. LA INFORMACION LE LLEGA AL NIÑO DESDE UN "MIEMBRO DE LA FAMILIA" QUE, ADEMAS, NUNCA ESTA AUSENTE: LA TELEVISION. SI EL NIÑO "IMITA" A SUS MAYORES, IMITARA TAMBIEN A LA TELEVISION.

5. NO DEBERIAN IGNORARSE LOS DAÑOS FISICOS QUE PRODUCEN EN

LOS NIÑOS LOS MEDIOS DE COMUNICACION POR SU USO INDISCRIMINADO. HABRIA QUE ENSEÑARLES SU UTILIZACION DE CARA A UN MEJOR APROVECHAMIENTO.

6. LA PROGRAMACION INFANTIL DEBE DIRIGIRSE A LA INTEGRACION DEL NIÑO SEA CUAL SEA SU LENGUA, CULTURA, NACIONALIDAD.

7. LA PROGRAMACION INFANTIL DEBE INCULCAR EN SU AUDIENCIA VALORES DE IGUALDAD Y RESPETO, Y EVITAR TODO AQUELLO QUE VAYA EN CONTRA DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES DEL HOMBRE, DISCRIMINACIONES SEXUALES O RACIALES.

8. LA PROGRAMACION INFANTIL DEBE TENER EN CUENTA LAS LIMITACIONES DE LOS TELEVIDENTES Y TRATAR DE COMPENSARLAS CON LOS MEDIOS TECNOLOGICOS EXISTENTES.

9. EXISTEN GRANDES OBRAS LITERARIAS PARA NIÑOS: POEMAS, CUENTOS, OBRAS DE GUIÑOL, DE TEATRO, JUNTO A UN VACIO EN LO QUE A GRANDES OBRAS TELEVISIVAS SE REFIERE.

10 LA TELEVISION DEBE INCIDIR EN LA CULTURIZACION DE LA SOCIEDAD POR MEDIO DE PROGRAMAS QUE PROMOCIONEN LA LECTURA, LA EXPRESION ORAL, ESCRITA, MUSICAL: LA CREATIVIDAD A TRAVES DEL ENTRETENIMIENTO.

BIBLIOGRAFIA

A.

ABADI, M.: Renacimiento de Edipo. Nova. Buenos Aires, 1960.

ABC: Hispasat para todos. ABC, 11-9-92. Madrid.

ACHENBACH, Th.: Research in development psychology: Concepts, Strategies, Methods. The Free Press. N. York, 1978.

ADLAR P. Richard: Understanding Television. Essays on Television as a Social and Cultural Force. Praeger Publishers. Nueva York, 1981.

AEBLI, Hans: Una didáctica fundada en la psicología de Jean Piaget. Ed. Kapelusz. Buenos Aires, 1973.

AGEE K. Warren y otros: Reporting and Writing the News. Harper & Row. Nueva York, 1983.

AGUESSY, Honorat: Ritmos a destiempo. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril. 1991.

AGUILERA, Joaquín de: Principios de historia de los medios audiovisuales. Ed. Tecnos. Madrid, 1980.

AGUILERA, Joaquín de y AGUILERA, Miguel de: Nueva dimensión de los medios audiovisuales. Ed. Mitre. Barcelona, 1989.

AGUILERA, M.: El Telediario: un proceso informativo. Ed. Mitre. Barcelona, 1985.

AGUILERA, M y VIVAR, H.: La infografía; las nuevas imágenes de la comunicación audiovisual. Ed. Fundesco. Madrid, 1990.

AINSA, Fernando: En busca del presente. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

ALBERO ANDRES, Magdalena: La televisión didáctica. Ed. Mitre. Barcelona, 1984.

ALEY, P.: Jugendliterateur im Dritten Reich. Bertelsmann, Bertelsmann, 1967.

ALLPORT, G.W.: Desarrollo y cambio. Paidós. Buenos Aires, 1976.

ALMENDROS, H.: Estudios sobre la literatura infantil. Nueva Biblioteca Pedagógica. México, 1971.

ALONSO, Manuel; MATILLA, Luis y VAZQUEZ, Miguel: Los teleniños. Ed. Laia. Barcelona, 1981.

ALONSO ERAUSQUIN, Manuel: La información en televisión. Evolución y tendencias. 1990

ALONSO FERNANDEZ, F.

(Ed.).: Cuerpo y comunicación. Ed. Pirámide. Madrid, 1982.

AMO, M. del: Rastro de Dios. Ed. S.M. Colección el Barco de Vapor Azul. Madrid, 1982.

AMONACHVILI, Chalva: Un impulso vital. El juego. En: El Correo de la UNESCO. n. 11. Mayo, 1991.

ANDERSON, D.R.; LEVIN, S.R. & LORCH, E.P.: The effects of TV program pacing on the behaviour of preschool children. En: AV Communication Review, 1977.

ANDERSON INBERT: Teoría y técnica del cuento. Marymarr, Buenos Aires, 1979.

ANDREAE, G.: The dawn of juvenile literature in England. H.J. París. Amsterdam, 1925.

ANTON, M.: Tesis doctoral. Universidad

Complutense. Madrid.

APARICI, Roberto y
GARCIA MATILLA, Agustín: Imagen, vídeo y educación. Fondo de Cultura Económica. México, 1987.

APARICI,R. y
GARCIA, A.: Lectura de imágenes. Ed. de la Torre. Madrid, 1989.

APARICI, R.; VALDIVIA,
M. y GARCIA MATILLA, A.: La Imagen. UNED. Madrid, 1987.

ARANDA, R.: Actividades extraescolares para la edad preescolar. Escuela Española. Madrid, 1980.

ARIAS RUIZ, Aníbal: El mundo de la televisión. Ed. Guadarrama. Madrid, 1971.

ARIETI, S.: Creativity the magic synthesis. Basic Books, Nueva York, 1976.

ARLEN J. Michael: The Camera Age. Essays on

Television. Penguin. Nueva York, 1982.

ASOCIACION CULTURAL HISPANO-NORTEAMERICANA, con la colaboración de FUNDESCO: La comunicación: problema social. Coloquios de El Escorial. Ed. Achna. Madrid, 1980.

AUSUBEL, D.P.: Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo. Trillas. México, 1976.

AUSUBEL, David; NOVAC Joseph; HANESIAN, Helen: Psicología Educativa. Ed. Trilles. México, 1983.

AVILA, Raúl: La lengua y los hablantes. Ed. Trillas. México D.F., 1973.

B.

BAGGALEY, J.P. y

DUCK, S.W.: Analisis del mensaje televisivo. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BALANDIER, Georges: Images, images, images. En AA.VV.: Nouvelles images, nouveau réel. Cahiers internationaux de sociologie. Presses Universitaires de France. París, 1987.

BALD, P.: La información televisiva. En: Telos, n. 12.

BALDWIN, Huntley: Creating Effective TV Commercials. Crain. Chicago, 1982.

BALLESTAR, BERNARDO: Claves para la televisión infantil. En: Mensaje y Medios. n. 7. Instituto Oficial de Radiodifusión y Televisión.

BAMBERGER, R.: Der österreichische Jugendschriftsteller und sein Erk. Osterreichischer Buchklub der Jugend, Vienne, 1965.

Trends in der modernen Jugendliteratur. Leinmüller, Vienne, 1971.

BANGERI, D.: Televisión europea, un poco más cerca. Comunidad Europea, 1985.

BARBANO: Psicología della letteratura infantile. Ragazzo d'oggi. Roma, 1952.

BARCUS, F.: Weekend commercial children's television. En: Newton MA. Action for children's television. Octubre, 1975.

BARDET, J. y SARAZANAS, R.: El niño y sus jueguetes. Narcea. 2. ed. Madrid, 1985.

BARGELLINI, P.: Canto alle rondini: panorama storico della letteratura infantile. Mursia. Milán, 1967.

BARRIENTOS, C.: Descubrimiento de la poesía en el aula.

BARROWS, D.: El hombre contra el mito. Leviatán. Buenos Aires, 1956.

BARTOLOME CRESPO, D.: La prensa en las aulas. Publicaciones ICCE. Madrid, 1983.

BATTISTELLI, V.: Il libro del fanciullo: la letteratura per l'infanzia. La nuova Italia, Florncia, 1968.

BAUMGAERTNER, A.C.: Le livre allemand pour la jeunesse actualle. Friedrich, Vlg. Velber, 1974.

BAY, A.: Histoire des Littératures III. Littérature enfantine. Gallimard. París, 1958.

BEAUDET, Louise: L'art du cinéma d'animation. Musée des beaux-arts de Montreal. Montreal, 1982.

BENITO, Angel: Información y nuevas tecnologías. Fundación Universitaria San Pablo/ CEU. Valencia, 1987.

Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Ed. Paulinas. Madrid, 1991.

BETTELHEIM, Bruno: Los Cuentos de Perrault. Ed. Crítica, Grupo Editorial Grijalbo. Barcelona, 1980.

Psychanalyse des contes de fées. Lafont. París, 1976.

Psicología de los cuentos de hadas, la extraordinaria importancia de los cuentos de hadas para la formación moral e intelectual de los niños. Grupo Editorial Grijalbo. Barcelona, 1977.

Los cuentos de Las mil y una noches. Grijalbo. Barcelona, 1980.

BETTETINI, Gianfranco: Cine, Lengua y Escritura. Fondo de Cultura Económica. México, 1975.

Producción Significante y Puesta en Escena. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1977.

Tempo del Senso, La Logica Temporale dei Testi Audiovisi. Bompiani. Milán, 1977.

Nuove dimensione televisive. ERI. Turin, 1984.

BIDOU, Jacques: Télévision en liberté. Ed Sociales. París, 1982.

BIJOU Y BAER.: Psicología del desarrollo infantil. Teoría empírica y sistemática de la conducta. Trilles. México, 1975.

BINGMING, Xiong: Inocencia y memoria. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la

UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

BIRDWHISTELL L. RAY: El lenguaje de la Expresión Corporal. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BIRDWHISTELL L. RAY: Ensayos sobre la comunicación gestual. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BITTELLI, G.: Piccola guida alla conoscenza della letteratura infantile. Paravia. Turín, 1963.

BOHM, David, y
PEAT, David: Ciencia, orden, creatividad. Ed. Kairós. Barcelona, 1988.

BONAFIN, O.: La letteratura per l'infanzia. La Scuola. Brescia, 1967.

BONNER, P. y otros: The Third Age of Television. Faber and Faber. Londres, 1982.

BOOTH CLIBBORN, Eduard y

BARONI, Daniel: The language of the graphics. Ed. Abrahams Publisher. Nueva York, 1991.

BOSS S., Richard: Information Technologies and Space Planning for Libraries and Information Centers.

BOKIN, Jane; ELMANDJRA, Mahdi y MALITEA Mircea: Aprender, horizonte sin límites. Ed. Santillana. Madrid, 1979.

BOURGEOIS, Isabelle: Allemagne: vers le paysage audiovisuel unifié. En: Médiaspouvoirs. n. 20. 4 trimestre, 1990.

BOURNEUF, Denyse, et all.: Pedagogía y lectura. Animación de un rincón de lectura. Ed. Kapelusz Colombiana S.A. Bogotá, 1984.

BOURRON, Ives: Audiovisuel: Pedagogie et communication. Editions d'organisation. Paris, 1980.

BRAJNOVI, Luka: Tecnología de la Información. EUNSA. Pamplona, 1979.

BRAVO VILLASANTE, C.: Historia y antología de la literatura infantil iberoamericana. Doncel. Madrid, 1966.

Historia de la literatura infantil universal. Doncel. Madrid, 1971.

Historia de la literatura infantil española. Doncel. 4. Ed. Madrid, 1983.

Una, Dola, Tela, Catola. El libro del folklore infantil. Ed. Susaeta. 6 Ed. Madrid, 1990.

BROGLIE, Gabriel de: Une image vaut dis mille mots.

BIBLIOGRAFIA

A.

ABADI, M.: Renacimiento de Edipo. Nova. Buenos Aires, 1960.

ABC: Hispasat para todos. ABC, 11-9-92. Madrid.

ACHENBACH, Th.: Research in development psychology: Concepts, Strategies, Methods. The Free Press. N. York, 1978.

ADLAR P. Richard: Understanding Television. Essays on Television as a Social and Cultural Force. Praeger Publishers. Nueva York, 1981.

AEBLI, Hans: Una didáctica fundada en la psicología de Jean Piaget. Ed. Kapelusz. Buenos Aires, 1973.

AGEE K. Warren y otros: Reporting and Writing the News. Harper & Row. Nueva York, 1983.

AGUESSY, Honorat: Ritmos a destiempo. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril. 1991.

AGUILERA, Joaquín de: Principios de historia de los medios audiovisuales. Ed. Tecnos. Madrid, 1980.

AGUILERA, Joaquín de y AGUILERA, Miguel de: Nueva dimensión de los medios audiovisuales. Ed. Mitre. Barcelona, 1989.

AGUILERA, M.: El Telediario: un proceso informativo. Ed. Mitre. Barcelona, 1985.

AGUILERA, M y VIVAR, H.: La infografía; las nuevas imágenes de la comunicación audiovisual. Ed. Fundesco. Madrid, 1990.

AINSA, Fernando: En busca del presente. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

ALBERO ANDRES, Magdalena: La televisión didáctica. Ed. Mitre. Barcelona, 1984.

ALEY, P.: Jugendliterateur im Dritten Reich. Bertelsmann, Bertelsmann, 1967.

ALLPORT, G.W.: Desarrollo y cambio. Paidós. Buenos Aires, 1976.

ALMENDROS, H.: Estudios sobre la literatura infantil. Nueva Biblioteca Pedagógica. México, 1971.

ALONSO, Manuel; MATILLA, Luis y VAZQUEZ, Miguel: Los teleniños. Ed. Laia. Barcelona, 1981.

ALONSO ERAUSQUIN, Manuel: La información en televisión. Evolución y tendencias. 1990

ALONSO FERNANDEZ, F. (Ed.).: Cuerpo y comunicación. Ed. Pirámide. Madrid, 1982.

AMO, M. del: Rastro de Dios. Ed. S.M. Colección el Barco de Vapor Azul. Madrid, 1982.

AMONACHVILI, Chalva: Un impulso vital. El juego. En: El Correo de la UNESCO. n. 11. Mayo, 1991.

ANDERSON, D.R.; LEVIN, S.R. & LORCH, E.P.: The effects of TV program pacing on the behaviour of preschool children. En: AV Communication Review, 1977.

ANDERSON INBERT: Teoría y técnica del cuento. Marymarr, Buenos Aires, 1979.

ANDREAE, G.: The dawn of juvenile literature in England. H.J. París. Amsterdam, 1925.

ANTON, M.: Tesis doctoral. Universidad

Complutense. Madrid.

APARICI, Roberto y GARCIA MATILLA, Agustín: Imagen, vídeo y educación. Fondo de Cultura Económica. México, 1987.

APARICI,R. y GARCIA, A.: Lectura de imágenes. Ed. de la Torre. Madrid, 1989.

APARICI, R.; VALDIVIA, M. y GARCIA MATILLA, A.: La Imagen. UNED. Madrid, 1987.

ARANDA, R.: Actividades extraescolares para la edad preescolar. Escuela Española. Madrid, 1980.

ARIAS RUIZ, Anibal: El mundo de la televisión. Ed. Guadarrama. Madrid, 1971.

ARIETI, S.: Creativity the magic synthesis. Basic Books, Nueva York, 1976.

ARLEN J. Michael: The Camera Age. Essays on Television. Penguin. Nueva York, 1982.

ASOCIACION CULTURAL HISPANO-NORTEAMERICANA, con la colaboración de FUNDESCO: La comunicación: problema social. Coloquios de El Escorial. Ed. Achna. Madrid, 1980.

AUSUBEL, D.P.: Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo. Trillas. México, 1976.

AUSUBEL, David; NOVAC Joseph; HANESIAN, Helen: Psicología Educativa. Ed. Trilles. México, 1983.

AVILA, Raúl: La lengua y los hablantes. Ed. Trillas. México D.F., 1973.

B.

BAGGALEY, J.P. y

DUCK, S.W.: Analisis del mensaje televisivo. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BALANDIER, Georges: Images, images, images. En AA.VV.: Nouvelles images, nouveau réel. Cahiers internationaux de sociologie. Presses Universitaires de France. París, 1987.

BALD, P.: La información televisiva. En: Telos, n. 12.

BALDWIN, Huntley: Creating Effective TV Commercials. Crain. Chicago, 1982.

BALLESTAR, BERNARDO: Claves para la televisión infantil. En: Mensaje y Medios. n. 7. Instituto Oficial de Radiodifusión y Televisión.

BAMBERGER, R.: Der österreichische Jugendschriftsteller und sein Erk. Osterreichischer Buchklub der Jugend, Vienne, 1965.

Trends in der modernen Jugendliteratur. Leinmüller, Vienne, 1971.

BANGERI, D.: Televisión europea, un poco más cerca. Comunidad Europea, 1985.

BARBANO: Psicología della letteratura infantile. Ragazzo d'oggi. Roma, 1952.

BARCUS, F.: Weekend commercial children's television. En: Newton MA. Action for children's television. Octubre, 1975.

BARDET, J. y SARAZANAS, R.: El niño y sus juguetes. Narcea. 2. ed. Madrid, 1985.

BARGELLINI, P.: Canto alle rondini: panorama storico della letteratura infantile. Mursia. Milán, 1967.

BARRIENTOS, C.: Descubrimiento de la poesía en el aula.

BARROWS, D.: El hombre contra el mito. Leviatán. Buenos Aires, 1956.

BARTOLOME CRESPO, D.: La prensa en las aulas. Publicaciones ICCE. Madrid, 1983.

BATTISTELLI, V.: Il libro del fanciullo: la letteratura per l'infanzia. La nuova Italia, Florncia, 1968.

BAUMGAERTNER, A.C.: Le livre allemand pour la jeunesse actualle. Friedrich, Vlg. Velber, 1974.

BAY, A.: Histoire des Littératures III. Littérature enfantine. Gallimard. París, 1958.

BEAUDET, Louise: L'art du cinéma d'animation. Musée des beaux-arts de Montreal. Montreal, 1982.

BENITO, Angel: Información y nuevas tecnologías. Fundación Universitaria San Pablo/ CEU. Valencia, 1987.

Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Ed. Paulinas. Madrid, 1991.

BETTELHEIM, Bruno: Los Cuentos de Perrault. Ed. Crítica, Grupo Editorial Grijalbo. Barcelona, 1980.

Psychanalyse des contes de fées. Lafont. París, 1976.

Psicología de los cuentos de hadas, la extraordinaria importancia de los cuentos de hadas para la formación moral e intelectual de los niños. Grupo Editorial Grijalbo. Barcelona, 1977.

Los cuentos de Las mil y una noches. Grijalbo. Barcelona, 1980.

BETTETINI, Gianfranco: Cine, Lengua y Escritura. Fondo de Cultura Económica. México, 1975.

Producción Significante y Puesta en Escena. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1977.

Tempo del Senso, La Logica Temporale dei Testi Audiovisi. Bompiani. Milán, 1977.

Nuove dimensione televisive. ERI. Turín, 1984.

BIDOU, Jacques: Télévision en liberté. Ed Sociales. París, 1982.

BIJOU Y BAER.: Psicología del desarrollo infantil. Teoría empírica y sistemática de la conducta. Trilles. México, 1975.

BINGMING, Xiong: Inocencia y memoria. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

BIRDWHISTELL L. RAY: El lenguaje de la Expresión Corporal. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BIRDWHISTELL L. RAY: Ensayos sobre la comunicación gestual. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

BITTELLI, G.: Piccola guida alla conoscenza della letteratura infantile. Paravia. Turín, 1963.

BOHM, David, y PEAT, David: Ciencia, orden, creatividad. Ed. Kairós. Barcelona, 1988.

BONAFIN, O.: La letteratura per l'infanzia. La Scuola. Brescia, 1967.

BONNER, P. y otros: The Third Age of Television. Faber and Faber. Londres, 1982.

BOOTH CLIBBORN, Eduard y

BARONI, Daniel: The language of the graphics. Ed. Abrahams Publisher. Nueva York, 1991.

BOSS S., Richard: Information Technologies and Space Planning for Libraries and Information Centers.

BOKIN, Jane; ELMANDJRA, Mahdi y MALITEA Mircea: Aprender, horizonte sin límites. Ed. Santillana. Madrid, 1979.

BOURGEOIS, Isabelle: Allemagne: vers le paysage audiovisuel unifié. En: Médiaspouvoirs. n. 20. 4 trimestre, 1990.

BOURNEUF, Denyse, et all.: Pedagogía y lectura. Animación de un rincón de lectura. Ed. Kapelusz Colombiana S.A. Bogotá, 1984.

BOURRON, Ives: Audiovisuel: Pedagogie et communication. Editions d'organisation. París, 1980.

BRAJNOVI, Luka: Tecnología de la Información. EUNSA. Pamplona, 1979.

BRAVO VILLASANTE, C.: Historia y antología de la literatura infantil iberoamericana. Doncel. Madrid, 1966.

Historia de la literatura infantil universal. Doncel. Madrid, 1971.

Historia de la literatura infantil española. Doncel. 4. Ed. Madrid, 1983.

Una, Dola, Tela, Catola. El libro del folklore infantil. Ed. Susaeta. 6 Ed. Madrid, 1990.

BROGLIE, Gabriel de: Une image vaut dis mille mots. Essai sur la télévision. Librairie Plon. París, 1982.

BRONFRENBRENNER, V.: Two worlds of childhood. Russel Sage Foundation. Nueva York, 1977.

BROUSSARD, E. Joseph, HOLGATE, Jack: Writing and Reporting Broadcast News. Mac Millan. Nueva York, 1982.

BRYANT, Jennings & ANDERSEN R. Daniel: Children's understanding of television. Academic Press Inc. Londres, 1983.

BUSCOMS G. Charles: Television: Theory and Servicing. Reston Publishing. Virginia, 1984.

BUSQUETS I. y GRABULOSA, LL.: Para leer la imagen. Mass-Media y educación. ICCE. Madrid, 1977.

C.

CAMBELL, M.: El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito. F.C.E. México, 1959.

CAMPO, Alicia del: Evaluación de la televisión educativa. Impacto de la televisión educativa en la infancia. UNESCO. N. 40.

CARADEC, F.: Histoire de la littérature enfantine en France. Albin-Michel. París, 1977.

CARO BAROJA, Pío: Apuntes sobre la Expresión Subjetiva en el Cine y en la TV. Departamento Perfeccionamiento Profesional de TV. Madrid, 1969.

CARRASCO, I. y otros: Amor y violencia en TVE. En: Mensaje y Medios. Abri, 1979.

CARRETER, Lázaro: En: Vida Escolar. N. 26. Marzo, 1981.

CARVALHO-NETO, P.: Folklore y Psicoanálisis. Joaquín Mórtiz. México, 1968.

CASTELLS, Manuel et alt.: El desafío tecnológico. España y

las nuevas tecnologías (3 vols.). Ed. Alianza. Madrid, 1986.

CASTRO ALONSO, C.: Didáctica de la literatura. Anaya. Salamanca, 1971.

Clásicos de la literatura infantil. Lex Nova. Valladolid, 1977.

Clásicos de la literatura juvenil. Lex Nova. Valladolid, 1982.

CAZENEUVE, Jean: Sociología de la radio-televisión. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1967.

El hombre telespectador. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1977.

CEBRIAN HERREROS, Mariano: Introducción al lenguaje de la televisión. Ed. Pirámide. Madrid, 1973.

Introducción al Lenguaje de la *Televisión. Una Perspectiva* Semiótica. Ed. Pirámide. Marid, 1978.

El teletexto en el ecosistema comunicativo español. Telos. Enero. 1985.

CEGOS, Equipo: Retrospective et prospective: l'impact de la fonction de communication sur les structures sociales. Occasional Papers, n. 112. Ed. Comisión de las Comunidades Europeas. Bruselas, 1986.

CELORRIO IBAÑEZ, Rafael: La influencia de la televisión en el rendimiento escolar. En: Revista de Ciencias de la Educación. Abril-junio. Madrid, 1989.

CENDAN PAZOS, Fernando: Medio siglo de libros infantiles y juveniles en España (1935-1985). Fundación Germán Sánchez Ruiperez. Madrid, 1987.

CENTRE D'ESTUDES ET DE COMMUNICATION: L'enfant. La television. Les dessins animes. Les loisirs-enfants en 1989. Ministère de la Jeunesse et des Sports. Ministère de la Culture. INSEE. UNAT. VVF. CENAM. Association Française du livre. CNDP. INA. CEC. Fédération sportives. 1989.

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS): Actitudes y opiniones de los españoles ante la infancia. Octubre, 1961.

CERVERA, J.: Historia crítica del teatro infantil español. Ed. Nacional. Madrid, 1984.

La literatura infantil en la educación básica. Ed. Cincel. Madrid, 1984.

El teatro infantil y la renovación literaria. En: Teoría de la literatura infantil. Mensajero. Bilbao, 1991.

CIBALDI, A.: Storia della letteratura per l'infanzia e l'adolescenza. La Scuola. Brescia, 1967.

CIDE: Utilización del equipamiento didáctico en el aula. Madrid, 1986.

CIORANESCU, Alexandre: El apremiante deseo de durar. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. Abril, 1991.

CIPRIANI, Ivano: La television. Ed. de Serval. Barcelona, 1982.

CLANCIER, A.: Psicoanálisis, Literatura, Crítica. Cátedra. Madrid, 1976.

CLAPAREDE, E.: Psichologie de l'enfant et pédagogie expérimentale. Delachaux et Niestlé. Neuchatel, 1951.

CLARK, John O.E.: Television. J.M. Bent & Son Ltd. Londres, 1976.

CLAYSSEN, D., LOBSTEIN, D., ZEITOUN, J.: Les nouvelles images. Bordas. Paris, 1987.

COELHO, VG.: La televisión como profesor. India. Nueva Delhi, 1978.

COHEN, Odile: Les émissions pour enfants à la télévision française. Université de Droit. D'Economie et Sciences Sociales. Paris. 1980.

COLL, C.: La conducta experimental en el niño. CEAC. Barcelona, 1978.

COLLET, Peter: How people watch TV. The Viewers viewed. En: The Listener. May 22, 1986.

COLLET RESEARCH: Twenty questions about TV ads. Collet Research. Independent Media Consultants. Oxfor Enterprise Center.

COLOMBO, Furio: Rabia y televisión. Reflexiones sobre los efectos imprevistos de la televisión. Gustavo Gili. Madrid, 1983.

COMOE-KROU, Barthélem: El juego y lo sagrado en Africa. El juego. El Correo de la UNESCO. N. 11. Mayo, 1991.

COMSTOCK, George; CHAFFEE Steven: KATZMAN, Natan; McCOMBS, Maxwell y ROBERTS DONALD: Television and Human Behaviour. Columbia University Press, Nueva York, 1978.

COMUNIDADES EUROPEAS: La política audiovisual de la Comunidad. Boletín de las Comunidades Europeas. Suplemento 5/1986.

CONNORS, Mary: Catching TV Viewers in the Act of

Being Themselves. What are they doing anyway? Psychologist Says Almost Everything. En: Adweek. March 9, 1987.

CONRAD, Peter: Television: The Medium and its Manners. Routledge & Kegan Paul. Boston, 1982.

CONVENCION SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO: Articulo 13. 2 Septiembre 1990.

COPPEN, Helen: Utilización didáctica de los medios audiovisuales. Ed. Anaya. Salamanca, 1978.

CREMOUX, Raúl: ¿Televisión o prisión electrónica? Fondo de Cultura Económica. México, 1974.

CRESTA DE LEGUIZAMON, María Luisa: El niño, la literatura infantil y los medios de comunicación masivos. Ed. Plus Ultra. Buenos Aires, 1984.

CROUCH, M.: Treasure deekers and borrowers: children's books in Britain, 1900-1960. The Library Association. 2. ed. Londres, 1970.

CUADERNOS DE PEDAGOGIA: Número monográfico: La Tele-escuela, n. 157. Mayo, 1986.

CUBELLS, F.: Lectura del niño y literatura infantil. ICCE. Madrid, 1973.

CUETO, Juan: Prólogo al libro de Isaac Asimov. Momentos estelares de la ciencia. Ed. Salvat. Barcelona, 1984.

CURRAN, Charles y otros: Television Today and Tomorrow. Granada Publishing. Londres, 1977.

CH.

CHALOUPKA, O.: Le livre pour enfants en Tchécoslovaquie. Orbis. Praga, 1978.

CHALVON, M.; CORSET, P. y SOUCHON, M.: L'enfant devant la télévision. Carterman. París, 1979.

CHALVON, Mireille, CORSET, Pierre, SOUCHON, Michel: El niño ante la televisión. Ed. Juventud. Barcelona, 1982.

CHARREN, P.: Changing Channels: Living with Television. Reading Mass. Addison-Wesley, 1983.

CHATEAU, Jean: Psicología de los juegos infantiles. Ed. Kapelusz. Buenos Aires, 1958.

D.

D'ORMESON, Jean: Entre la alegría y el esfuerzo. El juego. En: El Correo de la UNESCO. n. 11. Mayo, 1991.

DARTON, F.J.: Children's books in England: five centuries of social life. University Press. Cambridge, 1958.

DAVIS, Flora: La comunicación no verbal. Ed. Alianza. Madrid, 1976.

DECAIGNY, T.: La tecnología aplicada a la educación. Ed. Ateneo. Buenos Aires, 1980.

DELGADO CLAVERA, Eduardo: La dinamización cultural del entorno territorial. En: Infancia y Sociedad. Cultura. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid, 1991.

DeLUCA M. Stuart: Television's Transformation: The next 25 Years. Barnes and Company. San Diego-Nueva York, 1980.

DE MAURO, T.: I Linguaggio Televisivo e la sua Influenza, en il Linguaggio Settoriali in Italia. Bompiani. Milán, 1975.

DENKEN, Joseph: Imágenes de ordenador (La informática gráfica en la ciencia y el arte). Fundación BCD. Ed. Icaria. Barcelona, 1986.

DESCOEUDRES, A.: La educación en los niños anormales. Ed. Beltrán. Madrid, 1936.

DIARIO 16: Los españoles, más adictos a la televisión en invierno. 4 mayo 1992.

DIARIO EXPANSION: La televisión tiene hoy más autoridad sobre los niños que los propios padres. Agosto.

DIARIO OFICIAL DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: Capítulo IV. Artículo 10. N.L. 298/28. 17.10.89.

DIEUZEIDE, Henry: Les techniques audio-visuelles dans l'enseignement. PUF. París, 1965.

DIJK, VAN T.: Texto y contexto. Ed. Cátedra. Madrid, 1980.

Estructura y funciones del discurso. Siglo XXI. México, 1980.

La ciencia del texto. Ed. Paidós. Barcelona, 1983.

DILIGENT, Andrée: La télévision. Progrès ou dècadence? Ed. La Nouvelle Encyclopédie. Hachette. París, 1965.

DINELLO, Raimundo: Las ludotecas en América Latina. El juego. En: El Correo de la UNESCO. n. 11. Mayo. 1991.

DIZARD P. Wilson. The Coming Information Age. An Overview of Technology. Economics and Politics. Longman. Nueva York, 1982.

DOBBELAERE, G.,

SARAGOUSSI, P.: Técnicas de expresión. Ed. Oidá. Barcelona, 1974.

DOBIECKI, Bernard: Guide pratique pour communiquer par écrit. Ed. Ouvrière. París. 1984.

DODERER, K.: Jugendliteratur heute. Main: Institut für Jugendbuchforshung. Francfurt, 1965.

Klassiche Kinder und Jugendbücher. Kritische Betrachtungen. Beltz. Weinheim, 1970.

DOUGLAS, Torin: Taking a look at viewers. Media Analysis. En: Marketing week. May 9, 1986.

DOVIFAT, Emil: Periodismo (2 tomos). UTEHA. México, 1959 y 1960.

DOWNING, J. y THACKRAY, D.V.: Madurez para la lectura. Kapelusz. Buenos Aires, 1974.

DOYLE, B.: The who's who of children literature. Redwood Press Ltd. Trowbridge et Londres, 1971.

DRETSKE, F. I.: Conocimiento e información. Ed. Salvat. Barcelona, 1989.

DRUCKMAN, Daniel y otros: Nonverbal Communication: Survey, Theory and Research. Sage. Beverly Hills, 1982.

DUBROVSKI, S.: ¿Pourquoi la nouvelle critique? En: Mercurie de France. París, 1976.

DUCROCQ, Albert: Vers une Société de Communication. Hachette. París, 1981.

DUMAINE, Brian: Who's gypping whom in TV ads? En: Fortune. July, 6. 1987.

DUMAZEDIER, J. y otros: Televisión y educación popular. Los teleclubs en Francia. Unesco. París, 1956.

E.

ECO, Humberto: Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Ed. Lumen. Barcelona, 1968.

Lector in Fabula. (La cooperación interpretativa en el texto narrativo). Ed. Lumen. Barcelona, 1981.

Obra abierta. Ed. Planeta-Agostini. Barcelona, 1984.

ECO, H. y BONAZZI, M.: Las verdades que mienten. Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires, 1974.

EDO, C.: Un poder de seducción que acaba en teledependencia. Los niños: esos teleadictos. Diario Ya.

ELIOT, Mark: Television: One Season in American Television. St. Martins. Nueva York, 1983.

ELIZAGARAY, Alga Marina: En torno a la literatura infantil Unión de escritores y artistas de Cuba. La Habana, 1975.

Niños, autores y libros. Ed. Gente Nueva. La Habana, 1981.

Por el reino de la fantasía. Ed. Letras Cubanas. La Habana, 1983.

La poesía para niños. Colección Plegables. n. 71. La Habana, 1985.

ELLIS, A.: A history of children's readings and literature. Pergamon Press. Oxford, 1968.

ELY DONALD, P.: Los dos mundos de los alumnos en la educación en materia de comunicación. Compilador Morsy Zaghloul. Unesco. París, 1984.

ENGLER, Robi: Les ateliers de cinéma

d'animations: film et video. Pierre-Marcel Favre. Lausanne, 1982.

ENZENSBERGER, H.M.: Elementos para una teoría de los medios de comunicación. Ed. Anagrama. Barcelona, 1974.

ESCARPIT, Denise: L'enfant, l'image et le recit. Mouton Librairie de la Nouvelle Faculté. París, 1978.

La littérature d'enfance et de jeunesses. P.U.F. París, 1981.

ESCORIZA, J.: Madurez lectora. Ed. PPU. Barcelona, 1968.

ESSLIN, Martin: The Age of Television. Freemanbook. Oxford, 1982.

EUDES Y.: La colonización de las conciencias. Las centrales USA de exportación cultural. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1984.

EYRE, F.: British children's books in the twentieth century. Longmans. Londres, N.Y., Toronto, 1971.

F.

FAHRMAN, Wili, et all.: El niño y los libros. Ed. S.M. Madrid, 1979.

FANCIULLI, G.: Scrittori e libri per l'infanzia. Soc. Edit. International. Turín, 1960.

FAUS, A.: La información televisiva y su tecnología. Ed. Eunsa. Pamplona, 1980.

FEILITZEN, Celia von: Tres tesis sobre los niños y los medios de comunicación. En: Infancia y sociedad. N. 3. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid, 1990.

FERNANDEZ BEAUMONT, José: El lenguaje del periodismo moderno. SGEL. Madrid, 1987.

Ensayo de la aldea global en la Expo 92. En: Fundesco. n. 131. Julio-Agosto. 1992.

FERNANDEZ DEL MORAL, Javier: Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada. Ed. Dossar, S.A. Madrid,

FERNANDEZ SOSA, Luis: Gramática de la Comunicación. South-Western Publishing. Cincinnati, 1980.

FERNANDEZ DE LA TORRIENTE, G.: La comunicación escrita. Ed. Playor. Madrid, 1984.

FERNANDEZ DE LA TORRIENTE, G.: La Comunicación Oral. Ed. Playor. Madrid, 1984.

FERRARO, D.: Panorama di letteratura per l'infanzia. Galatea. Palermo, 1969.

FISHMAN, Joshua: Sociología del lenguaje. Ed. Cátedra. Madrid, 1979.

FLAVELL, John: La psicología evolutiva de Jean Piaget. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1976.

FRANCOIS, E. William: Beginning News Writing: A Programmed Text. University Press of America. Washington, D.C., 1982.

FREUD, S.: Introducción al psicoanálisis. Alianza. Madrid, 1970.

FROMM, E.: El lenguaje olvidado. Hachette. Buenos Aires, 1966.

FUENTES, Jorge: La unidad europea. Ed. Tecnos. 1991.

FUKUDA, Tariho: El estrés infantil o la obsesión del fracaso. La infancia en peligro. En: El Correo de la UNESCO. n. 12. Octubre, 1991.

FULDA, Anne et HALARY Christine: Pub TV: le spectateur taxé d'inattention. En: Strategies. n. 619. 1988.

G.

G. MYERS, Robert: Para los doce supervivientes. La infancia en peligro. En: El Correo de la UNESCO. N. 12. Octubre, 1991.

GALBRAITH, J.K.: La sociedad opulenta. Ariel. Barcelona, 1969.

GARCIA MARQUEZ, Gabriel: Entrevista realizada por Manuel Osorio. En: El Correo de la UNESCO. n. 12. Octubre, 1991.

GARCIA NOBLEJAS, J. José: Poética del texto audiovisual (Introducción al discurso narrativo de la imagen). EUNSA. Pamplona, 1982.

GARCIA SANCHEZ, J.L.: Lenguaje audiovisual. Alhambra. Madrid, 1987.

GARITAONANDIA, C.: La televisión europea y las regiones.

GAUTHIER, Guy et PILARD, Philippe: Télévision Passive, Télévision Active. Tema. París, 1972.

GAUTHIER, Guy: Vingt leçons sur l'image et la sens. Ediling. París, 1982.

GEA, Francisco: El vídeo, un sistema aplicable al sistema de enseñanza e investigación. Ed. Universitaria. Barcelona, 1983.

GEIS, Michael: The Language of Television Advertising. Academic Press. Nueva

York, 1982.

GENERALIDAD VALENCIANA: Informática y Comunicación (Foro Internacional sobre Prensa e Informatica-Pressinfo. Valencia, 1985.

GERBNER, G. & GROSS, L.: Living with television: The violence profile. En: Journal of Communication, 1976.

GERIN, Elisabeth: Los jóvenes y la Televisión. Ed. Atenas. Madrid, 1966.

Televisión amiga. Ed. Nova Terra. Barcelona, 1965.

GESELL, A.: The child from five to ten. Harper. N. York/Londres, 1946.

Youth the years from ten to sixteen. H. Hamilton. London, 1965.

GIANNETTI, Louis: Understanding Movies 3rd. Prentice-Hall. N.J., 1982.

GIL MUÑOZ, C.: Exploración de la imaginación. Studium. Madrid, 1973.

GILI GAYA, Samuel: Elementos de Fonética General. Ed. Gredos. Madrid, 1966.

GITLIN, T.: Looking through the screen. En: Watching Television. Pantheon Books. Nueva York, 1986.

GLICK O. Ira: Vivere con la televisione. Franco Angeli. Milán, 1975.

GOMEZ DEL MANZANO, M.: El protagonista niño en la literatura infantil. Incidencias en la personalidad del niño lector. Narcea. Madrid, 1987.

Entrevista personal adjunta. 1992.

GONZALEZ PORTAL, N.D.: Dificultades en el aprendizaje de la lectura. SP del MEC. Madrid, 1985.

GORDON N., George: The Languages of Communication. Hasting House. Nueva York, 1969.

GORTARI DRETS, Carlos: Especificidad del Lenguaje Televisivo. Departamento de Perfeccionamiento Profesional de TV. Madrid, 1969.

GREEN, R.: Tellers of tales: children's book and their authors from 1800 to 1964. Edmund Wark. Londres, 1965.

GREENBORG, S. y REEVES, B.: Los niños y la percepción de la realidad de la televisión. International Communication Association. Nueva Orleans, 1974.

GREIMAS ALGIRDAS, Julien: Pratiques et Langages Gestuels. Didie-Larousse. París, 1967.

GRESSNER, Robert: The Moving Image. Cassell. Londres, 1968.

GROOMBRIDGE, Brian: Television and the people.

GROSSMAN, Gary: Saturday Morning TV. Dell. Nueva York, 1981.

GUEVARA, D.: Psicopedagogía y psicopatología del cuento infantil. Casa de la Cultura. Ecuador, 1965.

GUIRAUD, Pierre: Le langage du corps. Puf. París, 1980.

GUREVITCH, Michael y otros (Eds.): Culture, Society and the Media. Methuen. Londres, 1982.

GUTIERREZ, Alfonso: La televisión y los niños. ¿Una relación incomprendida? En: Comunicación, Lenguaje y Educación. n. 5. 1990.

GUTIERREZ ESPADA, Luis: Narrativa fílmica. Teoría y técnica del guión cinematográfico. Ed. Pirámide. Madrid, 1978.

GUTIERREZ ESPADA, Luis: Historia de los medios audiovisuales (1838-1926). Ed. Pirámide. Madrid, 1979.

H.

HABERMAS, Jürgen: Teoría de la acción comunicativa I y II. Ed. Taurus. Madrid, 1987.

HALAS, John: Masters of Animations. BBC Enterprises Ltd. London, 1987.

HALL, Edouard: Más allá de la cultura. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1978.

HALLIN, C.: We keep America on top of the world. En: Watching Television. Pantheon Books. Nueva York, 1986.

HALLORAN, D. James: Les moyens d'information dans la société. UNESCO. París, 1970.

Los efectos de la televisión. Ed. Nacional. Madrid, 1970.

HASNAWI, Ahmad: Perspectivas múltiples. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

HELBO, André y otros: Semiología de la representación. Teatro, televisión, comic. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1978.

HELD, Jacqueline: Los niños y la literatura fantástica. Función y poder de lo imaginario. Paidós. Buenos Aires, 1981.

Los niños y la literatura fantástica. Función y poder de lo imaginario. Ed. Paidós. Barcelona, 1985.

HENRIOT, Jean-Jacques: L'enfant, límage et les media. Collection Santé et Vie. París, 1982.

HERANS DIAZ, C.: Juego/vida. Teatro/niños y niñas.

En: Infancia y Sociedad. Cultura. Ministerio de Asuntos Sociales. Enero-Febrero 1991.

HERANS, C. y otros: Teatro, imagen, animación. Laia. Barcelona, 1983.

HILLIARD, Robert: Writing for Television and Radio. Hastings House Publishers. Nueva York, 1974.

HIMMELSTEIN, Hall: On the Small Screen. Praeger Publishers. Nueva York, 1981.

HOHENGERG, John: Ciencias y técnicas de la Información. Ed. Interamericana. México, 1982.

HOLTZ-BONNEAU, Françoise: La imagen y el ordenador. Fundesco. Ed. Tecnos. Madrid, 1986.

HOMANS C. George: Social Behaviour: Its elementary Forms. Harcourt, Brace and World. Nueva York, 1961.

HORMANN, H.: Psicología del lenguaje. Gredos. Madrid, 1973.

HOWE, L.W. & SOLOMON, B.: How to raise children in a TV world. Hart. Nueva York, 1979.

HUBERT, Pauline: La Télévision pour Enfants. Armand Dolin. París, 1982.

HUBERT, R.: La croissance mentale. PEF. París, 1949.

HUNT, Albert: The Language of Television. Eyre Methuen. Londres, 1981.

HURLIMANN, B.: Tres siglos de literatura infantil europea. Juventud. Barcelona, 1965.

HURLOCK, E.: Desarrollo psicológico del niño. Libros de Mc Graw-Hill de México. México, 1978.

HUZINGA, J.: Homo Ludens. Essai sur la fonction

sociale du jeu. Gallimard. París, 1951.

I.

IBAÑEZ MARTIN, J.A.: Hacia una formación humanística. Ed. Herder. Barcelona, 1975.

IBBY: Declaración en el Año Internacional del Niño. 1979.

ICE DE VALENCIA: Circuito cerrado de televisión y enseñanza. Servicio de publicaciones del Ministerio de Educación y Ciencia. Madrid, 1975.

I.E.P.S.: La poesía en el aula. Narcea. Marid, 1985.

INIZAN, A.: Cuándo enseñar a leer. Ed. Pablo del Río. Madrid, 1976.

Manual de 27 frases para enseñar a leer. Ed. Pablo del Río. Madrid, 1980.

INSTITUTO OFICIAL DE RTVE: Televisión sin fronteras. Libro verde sobre la creación del Mercado Común de la Radiodifusión por satélite y por cable, Madrid, 1987.

IPSOS MEDIA: Estudio coordinado por el CICM. 1991.

J.

JACQUINOT, Geneviéve: Image et Pedagogie. PUF. París, 1977.

JAN, I.: Essai sur la littérature enfantine. Ed. Ouvrières. París, 1969.

La littérature enfantine. Ed. Ouvrières. París, 1977.

Andersen et ses contes. Aubier-Montaigne. París, 1977.

JARAQUEMADA, G.: Método para una correcta iniciación al aprendizaje de la lectura y la escritura. Escuela Española. Madrid, 1977.

JAY, Martín: La imaginación dialéctica. Ed. Taurus. Madrid, 1974.

JENKINS, J.: Mass Media for Health and Education. International Extension College. Cambridge, 1983.

JONES, R.: La fantasía y el sentimiento en la educación. Nova Terra. Barcelona, 1975.

K.

KATZ, S. and McGOWAN, Frank: Communication Research and the Image of Society: Convergence of Two Traditions. En: American Journal of Sociology. n. 65. 1960.

KLAPPER HOPE, Lumin: Children's Perceptions of the Televised Fiction: New Wine in Old Bottles. New York University, 1978.

KNAPP, Mark L.: La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno. Ed. Paidós Ibérica. Barcelona, 1983.

KRAMARAE, Cheris (Ed.): Language and Power. Sage. Londres, 1984.

KUCHARSKI, Rosa María: La música, vehículo de expresión cultural. Ministerio de Cultura. Madrid, 1980.

KYRATONIS, D. and VONHOFF, R.: Multi-Media Systems in Adult Education: Twelve Project Descriptions in Nine Countries.

International Central Institute for Youth and Educational Television. Munich, 1972.

L

LAIN ENTRALGO, Pedro: La aventura de leer. Espasa Calpe. Madrid, 1964.

LANGE, F.: El lenguaje del rostro. Ed. Miracle. Barcelona, 1942.

LANGER M.: Fantasías eternas a la luz del psicoanálisis. Paidós. Buenos Aires, 1966.

LANIER, J.: Virtual reality. En: IMAGINA'88. Montecarlo, 1988.

LATZARUS, M.T.: La littératura pour la jeunesse. En: Europe, 1968.

La littérature enfantine en France dans la seconde moitié du XIX siécle. P.U.F. París, 1973.

LAZARSFELD, P.F. y STANTON, F.: Communication research. Harper's. Nueva York, 1949.

LAZOTTI FONTANA, Lucía: Comunicación visual y escuela. Aspecto psicopedagógico del lenguaje visual. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1983.

LE GUERN, Michel: La metáfora y la metonimia. Ed. Catedra. Madrid, 1976.

LEBRERO, M.P.: Metodología de la lectura y escritura. En: Rev. Ciencias de la Educación. n. 115. 1983.

LEFEVRE, Henri: La vida cotidiana en el mundo moderno. Ed. Alianza. Madrid, 1972.

LEFRANC, R. y otros: Las técnicas audiovisuales al servicio de la enseñanza. Ed. Ateneo. Buenos Aires, 1978.

LEIPP, E.: Acoustique et musique. Masson. París, 1980.

LERNER, Daniel and SCHRAMM, Wilbur: Communication and Change in the Developing Countries. Honolulu: University Press of Hawaii, 1972.

LEVINE, Kenneth: El abecedario electrónico. Mil Millones de Analfabetos. El Desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

LIEBERMAN, Philip: On the origins of language. An introduction to the evolution of human speech. McMillan. Nueva York, 1975.

LIEBERT y otros: La televisión y los niños. Ed. Fontanella S.A. Barcelona, 1976.

LIST, Gudula: Introducción a la psicolingüística. Ed. Gredos. Madrid, 1977.

LOURIE, Sylvain: El verbo y la acción. Mil millones de analfabetos. El desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

LURIA, A.R.: Cerebro y lenguaje. Ed. Fontanella. Barcelona, 1978.

LUSTIN, Milton: Music Editing for Motion Pictures. Hasting House Publishers. Nueva York, 1980.

LYONS, John: Lenguaje, significado y contexto. Ed. Paidós. Barcelona, 1983.

M.

MAGER, R.F.: Developing Attitude toward Learning. Fearon Publishers. Palo Alto. California, 1968.

MAGNANE, Georges: Deporte y juego. El juego. En: El Correo de la UNESCO. n. 11. Mayo, 1991.

MAGNENAT-THALMANN, N., THALMANN, D.: Computar Animation. Theory and Practice. Springer-Verlag. Tokyo-Berlin-Heidelberg-New York. 1985.

MAGNENAT-THALMANN, N., THALMANN, D.: IMAGE SYNTHESIS. Springer-Verlag. 1985.

MALETZKE, Gerhardt: Psicología de la comunicación colectiva. Ciespal. Quito, 1965.

Interkulturele komunication und publicistikwissenschaft. En: Publizistik. 1966.

MALLAS CASAS, Santiago: Medios audiovisuales y pedagogía activa. CEAC. Barcelona, 1979,

MALTESE, C.: Semiología del mensaje objetual. Comunicación. Serie B. N. 22. Madrid, 1976. pág. 46.

MAMERE, Noel: Telle esta la télé. Meguelis. París, 1982.

MANCIAUX, Michel: El derecho a expresarse. La infancia en peligro. En: El Correo de la UNESCO. n. 12. Octubre, 1991.

MANDER, J.: Four arguments for the elimination of television. Norrow Quill Paperpacs. Nueva York, 1978.

MAREUIL, A.: Le livre et la construction de la personalité de l'enfant. Casterman. París, 1977.

MARILL, H. Alvin: Movies made for television. Da Capo. Nueva York, 1980.

MARTIN LOPEZ, Enrique: Sociología de la Comunicación Humana. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 1977.

MARTIN MARTIN, Aurora y GUARDIA GONZALEZ, Soledad: Comunicación audiovisual y educación. Ed. Anaya. Salamanca, 1976.

MARTIN SERRANO, Manuel: El uso de la comunicación social por los españoles. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, 1983.

La producción social de comunicación. Ed. Alianza. Madrid, 1986.

La participación de los medios audiovisuales en la construcción de la visión del mundo de los niños. En: Infancia y Sociedad. N. 3. Medios de Comunicacion audiovisual. Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1990.

MARTINET, André: El lenguaje desde el punto de vista funcional. Ed. Gredos. Madrid, 1971.

Economía de los cambios fonéticos. Ed. Gredos. Madrid, 1974.

MARTINEZ ALBERTOS, Jose Luis: Curso general de redacción periodística. Ed. Mitre. Barcelona, 1983.

MARTINEZ BONATI, Félix: La estructura de la obra literaria. Ed. Seix Barral. Barcelona, 1972.

MARTINEZ DE SOUSA, José: Dudas y errores de lenguaje. Ed. Paraninfo. Madrid, 1983.

MASON, E.; MIZE M., J.: Teaching reading with television: a review. En: Educational Technology. New Jersey. US. Vol 18, 1978.

MASTERMAN, Len: Teaching about television. MacMillan. Londres, 1980.

MATRICON, Jean: Escalas y medidas. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

MATTELART, A.: La cultura como empresa multinacional. Ed. Era. México, 1974.

MATTELART, Armand y MERINO BELMONTE, Justo: Televisión educativa en España. Facultad de CC de la Información. Madrid, 1983.

MATTELART, A. y STOURDZE, Y.: Teconología, cultura y comunicación. Ed. Mitre. Barcelona, 1984.

MAURIRAS-BOUSQUET, Martine: Un oasis de dicha. El juego. En: El Correo de la UNESCO. N. 11. Mayo. 1991.

MAY F.B.: La enseñanza del lenguaje como comunicación. Paidós. Barcelona, 1975.

MAYER R. E.: Pensamiento, resolución de problemas y cognición. Paidós. Barcelona, 1986.

McKIM, R.: Experiences in Visual Thinking. Brooks-Cole. Belmont. California, 1973.

McLUHAN, M.: La comprensión de los medios como extensión del hombre. Diana. México, 1969.

McLUHAN, M.; CARPENTER, E. y otros: El aula sin muros. Ed. Laia. Barcelona, 1974.

MEDIA PLANNING-ECOTEL: Estudio sobre la estacionalidad de la audiencia de televisión en 1991.

MENCHEN, A.M.: Narraciones infantiles y cambio social. Ed. Taurus. Madrid, 1971.

MERCIER, P.A.; PLASSARD, F.; SCARDIGLI, V.: La societé digitale. Les nouvelles Technologies au futur quotidien. Seuil. Paris, 1984.

MERLO, J.C.: La literatura infantil y su problemática. El Ateneo. Buenos Aires, 1976.

MERRIL C., John y LOWENSTEIN, Ralph: Media, Messages and Men. McKay. New York, 1971

MERRIT, Douglas: Grafismo electrónico en televisión. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1987.

MERTON K. Robert: On theoretical sociology. Free Press. Nueva York, 1967.

METIS GRUPO: Encuesta de equipamiento, prácticas y consumos culturales de los españoles para el Ministerio de Cultura. Enero, 1991.

METZ, Christian: Lenguaje y cine. Ed. Planeta. Barcelona, 1973.

METZ, Christian: Psicoanálisis y Cine. El Significante Imaginario. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1979.

MEVES, Ch.: Los cuentos en la educación de los niños. Sal Terrae. Santander, 1982.

MEYER, Manfred (Ed.): Children and the Formal Features of Television. Saur. Nueva York, 1983.

MICHEL, J.: L'imaginaire de l'enfant, les

contes. F. Nathan. París, 1976.

MILLER A., George: Psicología de la comunicación. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1973.

MILLER, Jonathan: Home truths TV doesn't want you to see. Home News. En: The Sunday Times. January 19, 1992.

MILLERSON, Gerald: Técnicas de realización y producción en televisión. Inst. Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 1983.

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION: Les loisirs culturels des enfants et adolescents de 8 à 16 ans. Bulletin du Département des études et de la prospective. n. 88. novembre, 1990.

MINISTERIO DE CULTURA: Estudio realizado en 1978.

Los hábitos culturales de la población infantil. Secretaría técnica del Ministerio de Cultura. 1980.

MIRAVILLES, Luis: Iniciación al periodismo escolar. (Teoría y Práctica). Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Salamanca, 1983.

MIRO, Pilar: Discurso programático de la toma de posesión (1986) En: El Futuro de la TV Pública Central: Especialización y Territorialización. Jornadas sobre el papel de la TV Estatal en las Comunidades Autónomas. Madrid, 1990.

MITRY, Jean: D'un langage sans signes. En: Esthetique. XX. 1967.

MITRY, Jean: Estética y Psicología del Cine: 1. Las Estructuras: 2. Las Formas. Siglo XXI. Madrid, 1978.

MODOY, Kate: Growing up on Television. Times

Books. Nueva York, 1980.

MOLES A. Abraham: Sociodynamique de la Culture. Mouton. París-La Haya, 1967.

Théorie de l'information et perception esthetique. Denoël. París, 1972.

El Kitsch: El arte de la felicidad. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1973.

Teoría de los objetos. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1975.

L'image, communication fonctionelle. Castermman. París, 1981.

MORAGAS, J. de: La expresividad humana. Labor. Barcelona, 1965.

MORAGAS SPA, Miguel: Semiótica y Comunicación de Masas. Ed. Península. Barcelona, 1980.

MORRIS, Charles. Signos, lenguaje y conducta. Ed. Losada. Buenos Aires, 1962.

MOSTERIN, J.: Racionalidad y acción humana. Ed. Alianza. Madrid, 1978.

MOTT F., George: New Survey of Journalism, Barnes & Noble, 1958.

MUCHIELLI, R.: La personalidad del niño. Hogar del libro. Barcelona, 1983.

MUCHIELLI y BOURCIER: La dislexia. Causas, diagnóstico y reeducación. Ed. Cincel, 1985.

MULLER, Ph.: El desarrollo psicológico del niño. Guadarrama. Madrid, 1968.

MUNDZEK, H.: La televisión y su hijo.

MUÑOZ, M.: La poesía y el cuento en la escuela. Consejería de Educación y Juventud de la Comunidad de Madrid, 1983.

MURCIA, Marcial: El audiovisual europeo desde la E. P. de la educación. Madrid, 1991.

N.

NAISBITTT, John: Megatrends: The New Directions Transforming Our Lives. Ed. Mitre. Barcelona, 1983.

NEUMAN W., Russel (Ed.): The Social Impact of Television: A Research Agenda for the 1980's. Aspen Institute for Humanistic Studies. Nueva York, 1981.

NINYOLES: Idioma y poder social. Ed. Cambio 16. Madrid, 1975.

NORTON, Robert: Communicator Style Theory. Applications and Measures. Sage Publications. Londres, 1983.

NUÑEZ LADEVEZE, Luis: Lenguaje y comunicación. Ed. Pirámide. Madrid, 1977.

El lenguaje de los "media". Introducción a una teoría de la actividad periodística. Ed. Pirámide. Madrid, 1979.

O.

OFF THE RECORD S.A.: Sondeo de opinión. Julio, 1991.

OLIVEIRA LIMA, Lauro de: Mutaciones en educación. Ed. Humanitas. Buenos Aires, 1976.

ORIVE RIVA, Pedro: Comprensión, Credibilidad y efectos de los Telediarios en las Comunidades Autónomas de Madrid y el Principado de Asturias. (2 tomos). C.A.I.C.Y.T.

Estructura de la Información periodística. I. Aproximación al concepto y su metodología. Ed. Pirámide. Madrid, 1977.

Estructura de la Información. II. Comunicación y sociedad democrática. Ed. Pirámide. Madrid, 1978.

Diagnóstico sobre la información. Ed. Tecnos. Madrid, 1980.

La comunicación humana-social en la era del microordenador. Escuela Social de la Universidad de Oviedo. Torrelavega, 1983.

Los españoles ante los telediarios. AECAS. Madrid, 1988.

Europa: Guerra "Audiovisual". Ed. Eudema S.A. Madrid, 1990.

Relaciones entre los Media y el pueblo.

ORIVE RIVA, Pedro y FAGOAGA DE BARTOLOME, Concha: La especialización en el periodismo. Ed. Dossat. Madrid, 1974.

ORTIZ, J.M.: El niño y su mundo en la poesía castellana. Taurus. Madrid, 1959.

OSTERRIETH: Psicología infantil. Morata. Madrid, 1974.

OTR/IS: Sondeo de opinión sobre programación de televisión. Julio 1991.

OUANE, Adama: Lenguas Nacionales, Lenguas Maternas. Mil Millones de Analfabetos. El Desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

OXFORD UNIVERSITY PRESS: International Encyclopedia of communications. Nueva York, 1989.

P.

PALMER, Michael: Desregulación, autorregulación y espacio público. La publicidad y el audiovisual. Conferencia Internacional. Europa ante el Mercado Unico: Los nuevos escenarios de la Comunicación. Madrid, 1991.

PANCORBO, Luis: Los signos de la Esfinge. (Preguntas semióticas a la televisión). Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 1983.

PANOFSKY, Erwin: El significado de las artes visuales. Ed. Alianza. Madrid, 1980.

PAREDES, M.: Los estudiosos piden que los niños no vean demasiada televisión. En: Revista Tiempo.

PARIBATRA, Marsi: Vivir-jugar en el Lejano Oriente. El juego. En: El Correo de la UNESCO. N. 11. Mayo, 1991.

PARLAMENTO EUROPEO (*DOCUMENTO DE SESION*): *Informe de la Comisión de Cultura*, juventud, educación y medios de comunicación sobre la promoción del libro y el desarrollo de la cultua en Europa. Bruselas, 15 abril 1992.

PELEGRIN, Ana: Las aventuras de oír. Cuentos y memorias de tradición oral. Ed. Cincel. Madrid, 1984.

Cada cual atienda su juego. De tradición oral y literatura. Ed. Cincel. Madrid, 1984.

PELOWSKI, Anne: The world of children's literature. R.R. Bowker Company. N. York, London, 1968.

A la medida: los libros para niños en los países en desarrollo. ONU-UNESCO. París, 1980.

PELTZER, Gonzalo: Periodismo iconográfico. Ed. Rialp. Madrid, 1991.

PEREZ TORNERO, J.M.: La semiótica de la publicidad. Análisis del lenguaje publicitario. Ed. Mitre. Barcelona, 1982.

La renovación del discurso sobre televisión y jóvenes. En: Infancia y Sociedad. Cultura. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid, Enero-Febrero 1991.

PEREZ VILARIÑO: Dependencia y discriminación escolar en Galicia. Akal. Madrid, 1979.

PETRINI, E.: Estudio crítico de la literatura juvenil. Rialp. Madrid, 1963.

PETROVICK, S.B. y otros: Nonverbal Behaviour and Communication. Ed. Lawrence Erlbaum Associated Publishers. Nueva York, 1978.

PIAGET, Jean: Seis estudios de psicología. Seix y Barral. Barcelona, 1971.

L'equilibration des structures cognitives. PUF. París, 1975.

Introducción a la epistemología genética. El pensamiento matemático. Paidós. Buenos Aires, 1975.

Psicología del niño. Morata. Madrid, 1975.

Los estadios en la psicología del niño. Nueva Visión. Buenos Aires, 1977.

Psicología y Pedagogía. Ed. Planeta. Barcelona, 1986.

PIAGET y ASZEMINSKA: La genèse du nombre chez l'enfant. Dedachau & Niestlé, 1941.

PIAGET, J. & INHERDEN, B.: De la logique de l'enfant. M.S. Metz. Zurich, 1944.

L'image mentale chez l'enfant. P.U.F. París, 1960.

PIAGET, OSTERRIETH y otros: Le problème des stade4s en psicologie de l'enfant. P.U.F. París, 1965.

PIEMME, J.M.: La TV un medio en cuestión. Ed. Fontanella. Barcelona, 1980.

PIERRE, Evelyn, CHAGUIBOFF, Jean, CHAPELAIN, Brigitte: Les Nouveaux Téléspectateurs de 9 à 18 ans. Entretiens et Analyses. La Cocumentation Française. París, 1982.

PIGNOTTI, L.: La Super-nada. Fernando Torres. Valencia, 1977.

PIVETEAU, Jacques: L'extase de la television. Insep Ed. París, 1984.

POLSKY, R.M.: Getting to Sesame Street: Origins or the Children's Television Workshop. Praeger Publishers. Nueva York, 1974.

PONT, E.: El aprendizaje lector. En: Enciclopedia de la Educación Preescolar, II. Ed. Diagonal/Santillana. Madrid, 1986.

PORCHER, Louis y otros: L'Ecole et les Techniques Sonores. Armand Colin. Paris, 1975.

La escuela paralela. Ed. Kapeluz. Buenos Aires, 1976.

POVEDA, D.: Creatividad y teatro. Narcea. Madrid, 1976.

PRADO, D.: La capacidad creadora. En: "La escuela en acción". Vol. VIII. n. 10410. Mayo, 1980.

Manual de activación creativa. Enseñar/aprender con la imaginación. Centro de Estudios Creativos "Lubricán". Santiago de Compostela, 1986.

PROHASKA, L.: Pedagogía del encuentro. Herder. Barcelona, 1970.

PROSS, Harry: La violencia de los símbolos sociales. Ed. Anthropos. Barcelona, 1983.

R.

R.T.V.E. Televisión Española, 1970.

RTVE 1976.

Informe RTVE 1978.

Anuario RTVE 1982-1983.

Anuario RTVE 1983-1984.

Anuario RTVE 1987.

Anuario RTVE 1989.

Anuario RTVE 1991

RAI: Problemi Linguistici e Televisione. RAI. Roma, 1980.

RAMONET, Ignacio: La golosina visual. Imágenes sobre el consumo. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1983.

RANK, O.: El mito del nacimiento del héroe. Paidós. Buenos Aires, 1961.

M. RANKIN, Pauline; W. ROBERTS, CH.: Television and teaching. En: The Reading Teacher. Newark, US. Vol. 35. 1081.

RAPPOPORT, I.: La personalidad desde los 6 a los 12 años. Paidós. Buenos Aires,

1978.

RECASENS, M.: Cómo jugar con el lenguaje. CEAC. Barcelona, 1986.

REY, Javier del: Cultura y Mensaje. Ed. Pablo del Río. Madrid, 1976.

RIBAS J., Ignasi: El maremágnum de las memorias ópticas. Telos. Núm. 17. Fundesco. Madrid, 1989.

RIBOT, TH.: Ensayo acerca de la imaginación creadora. Paidós. Buenos Aires, 1958.

RICCI BITTI, Pio E. y CORTESI, Santa: Comportamiento no verbal y Comunicación. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1980.

RICHIERI, Giuseppe (Ed.): Il Video Negli Anni 80. De Donato. Bari, 1981.

La television: entre servicio público y negocio. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1983.

Panorama y tendencias de los medios. Sistema de comunicación, nuevos medios y grupos multimedia. Conferencia Internacional: Europa ante el Mercado Unico. Los nuevos escenarios de la Comunicación. Madrid, 1991.

RICOEUR, Paul: El tiempo relatado. Miradas sobre el tiempo. En: El Correo de la UNESCO. n. 9. Abril, 1991.

RITCHIE KEY, Mary. The relationship of verbal and nonverbal communication. Mouton. La Haya, 1980.

RIVERS L. William: News Editing in the 80s: Text and Exercises. Wadsworth. Belmont, 1983.

ROBERTS, Liz: Report paints a new picture of TV viewing. En Media Week. August 28,

1987.

RODRIGUEZ, F.: Conflicto lingüístico e ideología en Galicia. Ed. Xistral. Pontevedra, 1976.

RODRIGUEZ DIEGUEZ, J.L.: Las funcions de la imagen en la enseñanza. Semántica y didáctica. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1980.

RODRIGUEZ MENDEZ, José M.: Los teleadictos. Ed. Estela. 1971.

ROGERS, Carl: Las bandas de adolescentes. La infancia en peligro. En: El Correo de la UNESCO. n. 12. Octubre, 1991.

ROGERS M., Everet: Communication Strategies for Family Planning. The Free Press. Nueva York, 1973.

ROGERS, Rick: Television and the Family.UK Association for the International Year of the Child. Londres, 1980.

ROHEIM, F.: Psychanalyse et anthropologie. Gallimard. París, 1967.

ROJO SIERRA, M.: Psicología y psicopatología de la percepción, memoria y fantasía. Edit. Universitaria. Barcelona, 1980.

ROMERO, Flor: Hijos de la calle. La infancia en peligro. En: El Correo de la UNESCO. n. 12. Octubre, 1991.

ROSALES, Carlos: Didáctica de la comunicación verbal. Ed. Narcea. Salamanca, 1984.

ROSE, Anne: Un pequeño Dios. La infancia en peligro. En: El Correo de la UNESCO. n. 12. Octubre, 1991.

ROY-SINGH, RAJA: Una pedagogía del respeto. Mil Millones de Analfabetos. El Desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

ROZET, I.: Psicología de la Fantasía. A. Kal. Madrid, 1981.

RUITENBEEK, H.: Psicoanálisis y literatura. F.C.E. México, 1973.

RYAN, John: 1990, Año Internacional de la Alfabetización. Mantener una promesa. Mil millones de analfabetos. El desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

S.

SAENZ BARRIO, O. y MAS CANDELA, J.: Tecnología Educativa. Manual de medios audiovisuales. Ed. Edelvives. Zaragoza, 1979.

SAGREDO, Félix: La tecnología óptica-El papel digital. Primeras jornadas técnicas sobre nuevas tecnologías. Madrid, 1989.

SAINZ B.: La televisión produce violencia, pasividad y pesadillas en los niños según un estudio. La caja tonta agrava la demencia senil. En: El País. 23.12.1961.

SALINAS, Pedro: Los nuevos analfabetos. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

SANCHEZ OCAÑA, R.: El niño y la televisión. En: Rev. Tiempo. Septiembre, 1991.

SANDER, Ekkehard: Los medios de comunicación en la vida cotidiana de la familia. En: Medios de Comunicación Audiovisual. Revista de Estudios Infancia y Sociedad. Ministerio de Asuntos Sociales. n. 3. Madrid, 1990.

SANTOS GUERRA, Miguel A.: Imagen y educación. Ed. Anaya. Salamanca, 1984.

SAVATER, F.: La infancia recuperada. Taurus.

Madrid, 1980.

SCHEINES, G.: Las reglas del juego. El juego. El Correo de la UNESCO. Mayo, 1991.

SCHLESINGER, Philip: Identidades colectivas en una Europa cambiante. Conferencia Internacional: Europa ante el Mercado Unico: Los Nuevos Escenarios de la Comunicación. Madrid, 1991.

SCHRAMM, LYLE y PARKER: Television in the lives of our Children. 1961.

SCHRAMM Wilburg y otros: La televisión para niños. Ed. Hispano-europea de Ediciones. Barcelona, 1965.

SCHRAMM Wilbur and LERNER, Daniel: Communication and change. The last ten years-and the next. The University Press of Hawaii. Honolulu, 1976.

SCHULTZ DE MANTOVANI, F.: Nuevas corrientes de la literatura *infantil. Angel Estrada. Buenos* Aires, 1970.

SCIACCA, G.: El niño y el folklore. Losada. Buenos Aires, 1968.

SECADAS, F. y RODRIGUEZ, M.T.: Aspectos psicológicos del aprendizaje de la lectura. En: Studia Paedagogica. n. 7. Salamanca, 1981.

SECANELLA, Petra María: El Lid Fórmula Inicial de la Noticia. ATE. Barcelona, 1980.

El periodismo político en México. Ed. Mitre. Barcelona, 1983.

SEFCHOVICH, Galia: Hacia una pedagogía de la creatividad. Expresión Plástica. Ed. Trillas. México D.F., 1985.

SERRANO, Sebastián: La semiótica. Una introducción a la teoría de los signos. Ed.

Montesinos. Barcelona, 1981.

SERVAN-SCHREIBER, Jean Jacques: El Desafío Mundial. Ed. Plaza & Janés. Barcelona, 1980.

SHEINES, Graciela: Las reglas del juego. El juego. En: El correo de la UNESCO. N. 11. Mayo, 1991.

SHILLER, J.I.: El imperialismo USA en la comunicación de masas. Akal. Madrid, 1977.

SHORE, M.: The Rolling Stone Book of Rock Video. London, 1985.

SILVERSTONE, Roger: The Message of Television Myth and Narrative in Contemporary Culture. Heinemann Educational Books. Londres, 1981.

SIMON, Jean-Claude: La educación y la información de la sociedad. Ed. Narcea. Madrid, 1983.

SIMPSON, Rachel: TV research keeps eye on viewers. En: Marketing. September 3, 1987.

SING, B. Indu (Ed.): Telecommunications in the Year 2000. National and International Perspectives. Ablex. Nueva York, 1983.

SINGER, J. y SINGER, D.: Implication of Childhood Television Viewing.

Family Television Viewing Habits and the Spontaneous Play of Preschool Children. Amer. J. Ortopsychiat. 46. July, 1976.

Differential Effects of Television Programming on Preschoolers' Cognition, Imagination, and Social Play. Amer. J. Orthopsychiat. 49 (2). April, 1979.

SMITH, Anthony: Goodbye Gutenberg. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1983.

El Futuro del Periodismo. Decadencia del Cuarto Poder. En: Cuadernos de Comunicación. n. 44. Febrero. Madrid, 1979.

SMITH, J.: A critical approach to children's literature. Mc Graw Hill. N. York, 1967.

SNOW P. Robert: Creating media culture. Sage. Londres, 1983.

SOBRINO BLANCO, M.A.: Problemas teóricos y metodológicos que se plantean en la investigación de algunos de los nuevos productos informacionales de uso comunicativo. III Simposio de la A.I.C.E. La Investigación en la Comunicación. Madrid, Abril 1992.

SORIANO, M.: Les contes de Perrault. Gallimard. París, 1968.

Guide de littérature pour la jeunesse. Flammarion. París, 1975.

SOSA, J.: Literatura infantil. Losada. Buenos Aires, 1963.

SOUCHON, M.: La Télévision des Adolescents. Editions Ouvrières. París, 1969.

SPROTT, W.J.H. y YOUNG K.: La Muchedumbre y el Auditorio. Su Psicología y Sociología. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1967.

STAIGER, Ralph: Leer es un juego de niños. Mil Millones de Analfabetos. El Desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1990.

STEIN, A.H. y FRIEDICK, L.K.: Television content and young children's bahaviour. US Printing Office. Washington, 1976.

STEINBERG, H.: Reading and TV viewing:

complementary activities. En: Journal of Reading. Newark. Vol 26. US, 1983.

STEWARD, D. Daniel: Psicología de la comunicación. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1973.

STIGER, E.: Conceptos fundamentales de poética. Rialp. Madrid, 1966.

STOETZEL, J.: Psicología Social. Ed. Marfil. Alcoy, 1970.

STANKIEVICZ: Estilo del lenguaje. Cátedra. Madrid, 1974.

STRACZUNSKI J., Michael: The Complete Book of Scriptwriting. Digest Books. Cincinnati, 1982.

STUKE R. Franz y ZIMMERMANN, D.: Comunicación práctica. Ed. Pablo del Río. Madrid, 1978.

SUJOLINSKI: Nacimiento del ciudadano. Moscú, 1971.

SULTAN, Josette: Ecrire le Cinéma, le Temps et l'Espace d'un Film. Bordas Pedagogie. París, 1981.

SYPHER, Howard and APPLEGATE, James L.: Communication by Adults and Children. Sage. Londres, 1984.

SYFRET, Toby (Ed.): Television Today and Television Tomorrow. Walter Thompson. Londres, 1983.

T.

TERRADELLAS, R.: La enseñanza de la escritura. Enciclopecia de Educación preescolar. Diagonal/Santillana. Madrid, 1986.

THIBAULT-LAULAN, Anne-Marie: El lenguaje de la imagen. Estudio Psicolingüístico de las Imágenes

Visuales en Secuencias. Ed. Morova. Madrid, 1973.

Imagen y comunicación. Ed. Torres. Valencia, 1973.

TOFFLER, Alvin: La Tercera Ola. Ed. Plaza & Janés. Barcelona, 1983.

TONNUCCI, F.: La escuela como investigación. Reforma de la Escuela. Barcelona, 1979.

TORAN, L.E.: La información en TV. Ed. Mitre. Barcelona, 1982.

TORRE, S. de la: Educar en la creatividad. Recursos para desarrollar la creatividad en el medio escolar. Narcea. 2. ed. Madrid, 1987.

TOWSEND, J.: Written for children, an outline of English children's literature. Garnet Miller. Londres, 1965.

TRENAMAN, J.M.: Communication and comprehension. Longman. Londres, 1967.

TRIGON, J.: Histoire de la littérature enfantine de "Mare l'Oye" au "Roi Babar". Hachette. París, 1950.

TYLER, Ralph: Television around the world. En: Television Magazine. n. 32. October, 1966.

U.

ULLMANN, S.: Lenguaje y estilo. Aguilar. Madrid, 1968.

UNESCO: La información en el mundo. París, 1966.

La influencia de la televisión sobre los niños y los adolescentes. Estudios y documentos de información. n. 43. 1965.

UNION DE CONSUMIDORES DE CORDOBA: En: El País. 12.12.1991.

URBEZ, L.: Para una ética de la comunicación social. Coloquios de El Escorial. Pág. 143. Ed. Achna, 1980.

URRUTIA, Jorge: Imago litterae. Cine, literatura. Ed. Alfar. Sevilla, 1984.

V.

VALBUENA, Felicísimo: Receptores y Audiencias en el Proceso de la Comunicación. Ed. Pablo del Río. Madrid, 1976.

VALE, Eugene: The Technique of Screen and Television Writing. Prentice-Hall. Nueva Jersey, 1982.

VALLVERDU, F.: Ensayos sobre bilingüismo. Ariel. Barcelona, 1972.

VAZQUEZ FREIRE, Miguel: Televisión, niño y escuela. En: Cuadernos de Pedagogía. n. 61. Enero. 1980.

VAZQUEZ, J.M.: Los niños y la televisión. Encuesta sobre audiencia en programas de TVE. Imprenta del servicio de publicaciones del Ministerio de Información y Turismo. 1965.

VELIS, Jean-Pierre: Una voz de alarma. Mil Millones de Analfabetos. El Desafío. En: El Correo de la UNESCO. Julio, 1991.

VICTOROFF, David: La publicidad y la imagen. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1983.

VIGOTSKI: Investigaciones sociológicas escogidas. 1960.

VOLPICELLI: Dall'infanzia all'adolescenza. La Scuola, Bresia, 1957.

W.

WALLACE, CH.: Significado y estructura de la lengua. Planeta. Barcelona, 1976.

WALLON, H.: Psicología del niño, una comprensión dialéctica del desarrollo infantil. Pablo del Río. Madrid, 1980.

WALLON, H., PIAGET, Jean et all.: Los estadios en la psicología del niño. Ed. Nueva Visión. Buenos Aires, 1979.

WEAVER J., Clark: Broadcast Copywriting as Process: A Practical Approach to Copywriting for Radio and Television. Longman. N.J., 1984.

WELLS, W.: Children as consumers. In: Joseph W. Newman. On: Knowing the consumers. John Wiley and Sons. New York, 1966.

WEISBERG, R. W.: El genio y otros mitos. Labor. Barcelona, 1987.

WERNER, H.: Psicología comparada del desarrollo mental. Paidós. Buenos Aires, 1965.

WHITMAN, Richard, BOASE, H. Paul: Speech Communication: Principles and Contexts. Mac Millan. Nueva York, 1983.

WHORF, Benjamin Lee: Lenguaje, pensamiento y realidad. Ed. Barral Barcelona, 1971.

WIEMANN, John and HARRISON, Randall (Eds.): Nonverbal Interaction. Sage. Londres, 1983.

WILLIAMS, Ch.: Los orígenes de la forma. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1984.

WILLIAMS, Frederick: The Communications Revolution. Sage Publications. Londres, 1982.

WILLIS E. Edgard: Writing Television and Radio

Programs. Hastings. Nueva York, 1967.

WINN, Marie: TV, ¿Drogue? Fleurus. París, 1979.

WOLFHEIM, Nelly: Psicoanálisis y pedagogía infantil. Ed. Icaria. Barcelona, 1977.

Y.

YELA GRANIZO, Mariano: Psicología de la comunicación. La comunicación: problema social. Ed. Achna.

Z.

ZABALZA, M.: Didáctica de la educación infantil. Narcea. Madrid, 1987.

SISTEMA DE CAPTURA Y SELECCION DE DATOS

Ha sido empleado un ordenador compatible "IBM-PC" para completar todas las tareas de captura y selección de datos, a través de las siguientes herramientas:

-FILING ASSISTANT	Como sistema de introdución de datos y listados simples.
-LENGUAJE CLIPPER	Como herramienta para establecer porcentajes, cálculos y listados especiales.
-HARVARD GRAPHICS	Para obtención de gráficos.

Ha sido confeccionado un sistema de recuperación retrospectiva, realizado en lenguaje Clipper V.Summer-87, para la selección y cálculo de tablas necesarias para la obtención de conclusiones.

Se adjuntan disquetes con la siguiente información:

1.- Base de datos en formato **"FILING ASSISTANT"**

2.- Base de datos en formato **"DBASE"** (Extensión DBF)

La estructura de la base de datos "DBASE" es la siguiente:

Estructura de la base de datos: C:\CLIPPER\MIEL02.DBF
Número de registros : 597

Campo	Nombre	Tipo	Ancho	Dec	Indi.
1	SEMANA	Carácter	73		N
2	CANAL	Carácter	26		N
3	LUN_A_VI	Carácter	1		N
4	SAB_DOM	Carácter	1		N
5	PROGRAMA	Carácter	71		N
6	PRESENTA	Carácter	68		N
7	CONCURSO	Carácter	71		N
8	DOCUMENT	Carácter	69		N
9	PELICULA	Carácter	71		N
10	SERIE	Carácter	74		N
11	TITULO	Carácter	47		N
12	ANO	Carácter	5		N
13	PRODUCTORA	Carácter	69		N
14	CREADOR	Carácter	72		N
15	ESCRITOR	Carácter	71		N
16	GUIONISTA	Carácter	70		N
17	DIRECTOR	Carácter	71		N
18	DIR_ANIM	Carácter	58		N
19	DIR_PROD	Carácter	57		N
20	DIR_ARTI	Carácter	61		N
21	DIR_MUSI	Carácter	63		N
22	DIR_FOTO	Carácter	51		N
23	PRODUCTOR	Carácter	70		N
24	PRODUCTO1_	Carácter	60		N
25	MUSICA	Carácter	73		N
26	EFECTOS_ES	Carácter	61		N
27	REALIZACIO	Carácter	68		N
28	POSPRODUCC	Carácter	66		N
29	DISEÑADOR_	Carácter	59		N
30	ANIMACION	Carácter	70		N
31	PRODUCTOR_	Carácter	61		N
32	EDITOR	Carácter	73		N
33	PERSONAJES	Carácter	69		N
34	HEROE_1	Carácter	44		N
35	SEXO1	Carácter	1		N
36	HEROE_2	Carácter	44		N
37	SEXO2	Carácter	1		N
38	ANTIHERO2_	Carácter	40		N
39	SEXO3	Carácter	1		N
40	ANTIHERO3_	Carácter	40		N
41	SEXO4	Carácter	1		N
42	TEMA	Carácter	68		N
43	NACIONALID	Carácter	60		N
44	PSICOLOGOS	Carácter	69		N
45	NARRADOR	Carácter	20		N
** Total **			2340		

SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS ESPAÑOLAS

SERIE
BOBOBOBA D.A.
BOBOBOBS D.A.
DAVID THE GNOME D.A.
DELFY Y SUS AMIGOS D.A.
ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.
THE COBI TROUPE D.A.
THE COBI TROUPE D.A.

SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS EXTRANJERAS

SERIE

A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.
A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
ALEGRE JUVENTUD D.A.

AVENTURA DE LOS PICAPIEDRA D.A.
AVENTUREROS DEL AIRE D.A.
BABAR D.A.

BANNER Y FLAPPY D.A.

BATMAN Y ROBIN D.A.

BUCKY O'HARE D.A.

CALIMERO D.A.

CAPITAN AMERICA D.A.
CAPITAN PLANETA D.A.

CARTOON CLASICS D.A.

CARTOON CLASSICS D.A.

CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
CASPER Y SUS AMIGOS D.A.

CAZAFANTASMAS D.A.

CHIP Y CHOP D.A.
CLYDE D.A.

COMMANDER CRUMBCAKE D.A.
COOL MC COOL D.A.
D.A.

DADA & DODO; EL MANANTIAL; MR BOGUS; D.A.
DADA Y DODO D.A.
DENNIS D.A.

DESTELLO AZUL D.A.

DESTELLO AZUL. D.A.
EL CONDE QUACULA D.A.
EL DESPERTAR D.A.

EL DOCTOR SLUMP D.A.

EL INSPECTOR D.A.
EL OSO YOGI D.A.

ERASE UNA VEZ... EL ESPACIO D.A.
ERIKO D.A.

SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS EXTRANJERAS

SERIE

FORMULA UNO D.A.

GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.

HEP CAT SYMPHONY D.A.
INSPECTOR GADGET D.A.
IZVORAZUL D.A.
KIDS OF DEGRASSY STREET D.A.
LA BOLA DEL DRAGON D.A.
LA GRANJA D.A.
LA PANTERA ROSA D.A.

LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.
LA PEQUEÑA LULU D.A.

LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.
LA RANA VALIENTE D.A.

LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.

LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.

LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.

LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.

LAS RANAS CALLEJERAS D.A.

LAS TORTUGAS NINJA D.A.
LAS TORTUGAS NINJA D.A.

LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.

LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
LE PIAF D.A.
LOS BIONICOS D.A.

LOS CAZAFANTASMAS D.A.
LOS CAZAFANTASMAS D.A.

LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.

LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.
LOS OSITOS VOLADORES D.A.

LOS PICAPIEDRA D.A.

SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS EXTRANJERAS

SERIE

LOS PITUFOS (SMURES) D.A.
LOS RESCATADORES D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS TIGRES DEL MAR D.A.

LUCKY LUCK D.A.
LUPIN III D.A.

MERLIN AND THE DRAGONS D.A.
MERRIE MELODIES D.A.

MERRY MELODIES D.A.
MERRY MELODIES D.A.

MICKEY Y PLUTO D.A.
MR. BOGUS D.A.
MRS. PEPPERPOR D.A.

MUJERCITAS D.A.

NANET MAGIC D.A.

NOOZLES D.A.
PATO AVENTURAS D.A.
PEABBLES, DINO Y BAMM-BAMM D.A.
PETER PAN D.A.
PIGLEDY & FREDERICK D.A
PIRUETAS D.A.

POLICE ACADEMY D.A.

PRIMERA LINEA D.A.
RAMBO D.A.
SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.
SEABERT D.A.
SHARKY Y GEORGES D.A.

SHERLOCK HOUND D.A.

SILVERWAUKS D.A.

SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.

SPIDERMAN D.A.
STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.

STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.

SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS EXTRANJERAS

SERIE

THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.

THE ARCHIES D.A.

THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
THE NEW ARCHIES D.A.

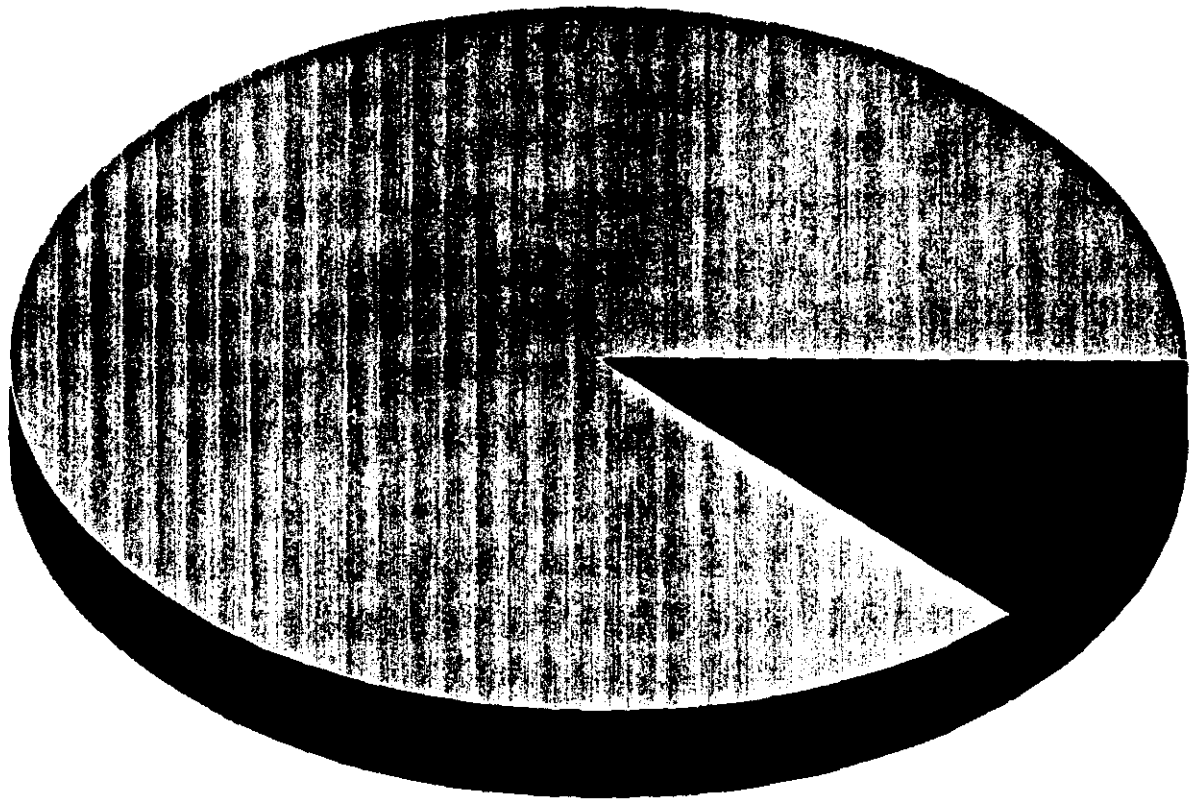
TIP Y TAP D.A.
TOM Y JERRY D.A.

TRANSFORMERS D.A.
VOLTRON D.A.

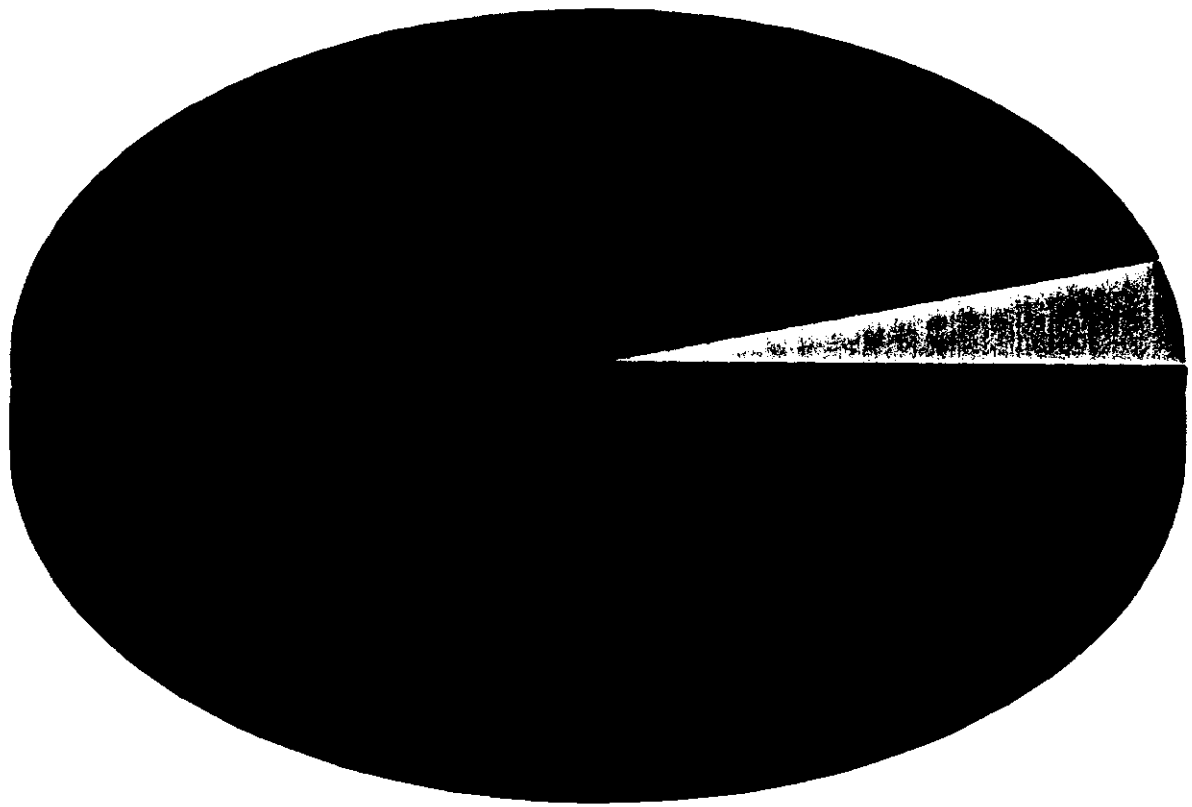
WIDGET D.A.
ZOO OLYMPICS D.A.

SERIES CON PERSONAJES

SERIES CON PERSONAJES HUMANOS



SERIES CON DIBUJOS ANIMADOS



RELACION DE PROGRAMAS O SERIES
CON DIBUJOS ANIMADOS

(CLASIFICADO POR PRODUCTORA, PROGRAMA)

El campo SERIE debe interpretarse :

S ..... Serie
P ..... Programa

CANAL	PROGRAMA	SERIE	PRODUCTORA	
SKY ONE	INSPECTOR GADGET D.A.	S	AIC; ASIA DOCUCKOO`S; DIC ENTERPRISES INC.; FR3; NELVANA FIELD	C
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.	
CHILDREN'S TELEVISION	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGROUPE; CANAL + FRANCIA	
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	
TELE5	PIRUETAS D.A.	S	ASAU; IZUMI SYUEISYA; TATSUNOKI PRO.	
TELE5	PIRUETAS D.A.	S	ASAU; IZUMI SYUEISYA; TATSUNOKI PRO.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	BOBOBOBA D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	
TVE1	CLUB DISNEY (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, CLASICOS WALT DISNEY)	P	BUENA VISTA PRODUCTIONS; NOSKI PRODUCTIONS; TVE S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.	
CHILDREN'S TELEVISION	LE PIAF D.A.	S	CDC PRODUCTION; STUDIO BRIZZI FILMS	
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.	
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.	

ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.	
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	
CANAL 9	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	CORAL PICTURES CORPORATION	
CANAL 9	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	CORAL PICTURES CORPORATION	
CANAL SUR	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	CORAL PICTURES CORP.	
RTL PLUS	LUCKY LUCK D.A.	S	DARGAUD FILMS; IDDH; GROUPE BRUNO; RENE HUCHEZ; FR3 PROGRAMMES;	M
ANTENA3	LA PANTERA ROSA D.A.	S	DE PATIE; MIRISCH FILMS INC.	
ANTENA3	LA PANTERA ROSA D.A.	S	DE PATIE; MIRISCH FILMS INC.	
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD	
SKY ONE	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD	
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	
TVG	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T

CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION; COLUMBIA PINTURES TELEVISION	
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TVE1	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.	S	D'OCON FILMS; TVE S.A.; RAI1; TF1	
TELEMADRID	THE COBI TROUPE D.A.	S	EL COMITE ORGANIZADOR DE LOS JUEGOS OLIMPICOS BARCELONA 92	
TELEMADRID	THE COBI TROUPE D.A.	S	EL COMITE ORGANIZADOR DE LOS JUEGOS OLIMPICOS BARCELONA 92	
ANTENA3	THE ARCHIES D.A.	S	FILMATION ASSOCIATES; TELEPROMPTER COMPANY; THE ARCHIE COMPANY;	T
ANTENA3	THE ARCHIES D.A.	S	FILMATION ASSOCIATES; TELEPROMPTER COMPANY; THE ARCHIE COMPANY;	T
ANTENA3	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	S	FILMATION PRODUCTION; VIACOM PRODUCTIONS INC.	
ANTENA3	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	S	FILMATION PRODUCTION; VIACOM PRODUCTIONS INC.	
ANTENA3	EL CONDE QUACULA D.A.	S	FILMATION PROD; VIACOM PRODUCTIONS INC.	
ANTENA3	EL INSPECTOR D.A.	S	FONOS UNITED ARTIST; MIRISCH, GEORGE, DEP.	
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
CHILDREN'S TELEVISION	NOOZLES D.A.	S	FUJI EIGHT CO. LTD.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
RTL PLUS	HANNA BARBERA PARTY (DIBUJOS ANIMADOS)	P	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELE5	LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELE5	LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	

TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
RTL PLUS	SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAINMENTS	
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTEIMENT	
SKY ONE	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	JAMBRE;	
SKY ONE	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	JAMBRE;	
CHILDREN'S TELEVISION	WIDGET D.A.	S	KBS MEDIA ENTERPRISES; SEI YOUNG ANIMATION CO. LTD.	
CHILDREN'S TELEVISION	COOL MC COOL D.A.	S	KING FEATURES CABALIST	
CANAL SUR	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTAINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION;	
TELEMADRID	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTAINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION;	D
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
SKY ONE	TRANSFORMERS D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS, LTD; SUNBOW PRODUCTIONS	
ANTENA3	BUCKY O'HARE D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS; IDDH; SUNBOW PRODUCTIONS INC.	
RTL PLUS	CAPITAN AMERICA D.A.	S	MARVEL UNIVERSUM	
TVG	LOS BIONICOS D.A.	S	MCA TELEVISION LIMITED	
TV-3	LOS BIONICOS D.A.	S	MCA TELEVISION LIMITED	
RAI DUE	LOS BIONICOS D.A.	S	MCA TELEVISION LIMITED	

TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
RAI DUE	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
TV-3	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
TVG	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)
ETB-1	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURACAMI, WOLF, SWENSON)
TELEMADRID	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)
TELEMADRID	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)
CANAL SUR	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	NATIONAL TELEFILM ASSOCIATES INC.
CHILDREN'S TELEVISION	LA GRANJA D.A.	S	NATIONAL TELEFILM ASSOCIATES INC.
CANAL 9	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	NELVANA PRODUCTIONS; LUCAS FILM LTD.
CANAL 9	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	NELVANA PRODUCTIONS; LUCAS FILM LTD.
TELEMADRID	STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	NELVANA PRODUCTION; LUCAS FILM LTD.
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	NIPPON ANIMATION CO. LTD.
RTL PLUS	PETER PAN D.A.	S	NIPPON ANIMATION CO. LTD.; SABAN ENTERTAINMENT; SABAN INTERNATIONAL S
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.	S	PARAFRANCE COMMUNICATION PRODUCTION
CHILDREN'S TELEVISION	ERASE UNA VEZ... EL ESPACIO D.A.	S	PROCIDIS PRODUCTION (PARIS)
TVE1	ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.	S	PRODICIS; TVE S.A.; FR3; CANAL + FRANCIA; WDR; SWF; RETEITALIA; S
RTL PLUS	CAPITAN PLANETA D.A.	S	PROGRAM TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.; RTL PLUS
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER

SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER	
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
CHILDREN'S TELEVISION	HEP CAT SYMPHONY D.A.	S	RCA	
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2;	C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2;	C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2;	C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2;	C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2;	C
CHILDREN'S TELEVISION	STORIES WITHOUT WORDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ROMANIA FILM; ANIMAFILM	
CHILDREN'S TELEVISION	ZOO OLYMPICS D.A.	S	ROOSTER; ALIGATOR; PICHA	
ETB-1	RAMBO D.A.	S	RUBY SPEARS ENTERPRISES; THE TAFT ENTERTAIMENT COMPANY	
TV-3	SEABERT D.A.	S	SEPP-INTER-BRUSSELS; ANTENNE2; FMI; SEPP-INTER-BZZ	
CHILDREN'S TELEVISION	MERLIN AND THE DRAGONS D.A.	S	SHANGAY ANIMATION FILM STUDIO; HI TOPS VIDEO MEDIA; HOME	E
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION	
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;	C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;	C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;	C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;	C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;	C
CANAL +	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; HBO; M6; FR3	
CHILDREN'S TELEVISION	BUCKY O'HARE D.A.	S	SUNBOW PRODUCTIONS INC.; ALRAMS GENTILE ENTERTAINMENT INC.	
ETB-1	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISE INC.	

CANAL 9	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISE INC.
TVG	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
CANAL 9	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
CANAL SUR	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY DEL DOMINGO (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY DEL SABADO (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
CHILDREN'S TELEVISION	KIDS OF DEGRASSY STREET D.A.	S	TELEFILM CANADA; CANADIAN BROADCASTING CORPORATION BY PLAYING WITH T
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA TIRA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
ANTENA3	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION SILVERHAWKS; SILVERHAWK;
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK

SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ARCHIES D.A.	S	THE NEW ARCHIES; DIC ANIMATION CITY INC.	
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ARCHIES D.A.	S	THE NEW ARCHIES; DIC ANIMATION CITY INC.	
TV-3	D.A.	S	THE SLEEPY KIDS COMPANY LIMITED; HANNA BARBERA PRODUCTIONS;	P
TV-3	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.	S	THE SLEEPY KIDS COMPANY LIMITED; HANNA BARBERA PRODUCTIONS;	P
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD	
TV-3	EL DOCTOR SLUMP D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	EL DOCTOR SLUMP D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LA BOLA DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	

CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
ETB-2	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TV-3	TIP Y TAP D.A.	S	TV DUPUIS; SEPP
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	UM & M TV CORPORATION
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASICS D.A.	S	UM & TV CORPORATION
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASICS D.A.	S	UM & TV CORPORATION
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	UM & TV CORPORTATION
CHILDREN'S TELEVISION	DAVID THE GNOME D.A.	S	UNIEBOEK,N.V.; BRB INTERNACIONAL, S.A.
CHILDREN'S TELEVISION	COMMANDER CRUMBCAKE D.A.	S	VTR PRODUCTIONS LIMITED TORONTO; EASTERN SOUND TORONTO; VIDEO R
TVE1	AVENTUREROS DEL AIRE D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION
TVE1	CHIP Y CHOP D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION
TVE1	MICKEY Y PLUTO D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION
TVE1	PATO AVENTURAS D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION
RTL PLUS	LOS PICAPIEDRA D.A.	S	WANG FILM PRODUCTIONS INC; CUCKOOS NEST STUDIOS
SKY ONE	LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.	S	WARNER BROS

TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTION CORPORATION
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTION CORPORATION
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION
TV-3	D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION ; ASSOCIATED ARTISTS PRODUCTIONS
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUTIONS CORPORATION
SKY ONE	POLICE ACADEMY D.A.	S	WARNER BROS; RUBY SPEARS ENTERPRISES
SKY ONE	POLICE ACADEMY D.A.	S	WARNER BROS; RUBY SPEARS ENTERPRISES
SKY ONE	THE NEW FAT ALBERT SHOW AND THE COSBY KIDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	WILLIAM K. COOBY JR; FILMATION ASSOCIATES; WARNER BROSS.
TV-3	A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	S	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA B
TV-3	A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.	S	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA B
TV-3	LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	S	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA B
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
TV-3	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	WORLD WIDE DISTRIBUTION; ROYAL COMMUNICATIONS INTERNATIONAL; JAMBRE
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT

SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS CON PSICOLOGOS O PEDAGOGOS

SERIE	. PSICOLOGOS
LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	ROBERT KUISIS PH.D.
LOS TIGRES DEL MAR D.A.	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
	DR. ROBERT KUISIS, PH.D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH.D.
	DR. ROBERT QUISIS, PH. D.; DRA. PATRICIA M. CAREY, PH. D.
SILVERWAUKS D.A.	ROBERT KUISIS PH.D. ROBERT KUISIS PH.D. ROBERT KUISIS PH.D. ROBERT KUISIS PH.D. ROBERT KUISIS PH.D.

RELACION DE PROGRAMAS CON PSICOLOGOS

PROGRAMA

A LA BABALA (CONCURSO, EDUCATIVA, JUEGOS)

THE NEW FAT ALBERT SHOW AND THE COSBY KIDS (DIBUJOS ANIMADOS)

RELACION DE DIRECTORES DE ANIMACION

ARNAUD SOURGENES	4
BARBARA DOMMASHKIN	2
BILL KEIL	9
BILL WOLF	4
BOB CLAMPET	1
BOB CLAMPETT	7
C&D	1
CHARLES A. NICHOLS	1
DAVE TENDLAR	4
DAVETENDLAR	1
ED FRIEDMAN	3
EMORY MYRICK	1
EZEQUIEL MARTIN	1
FRANK ANDRINA	1
GABI KANICS	1
GWEN WETZOER	2
GYORGY CSONKA	1
HU YHONG	1
I. SPARBER	3
I.SPARBER	2
IRVEN SPENCE	7
JAMES APPLETON	5
JAMES T. WALKER	1
JAY SARBRY	1
JAY SARBY	9
JEAN PIERRE TARDIVEL	5
JOANNA ROMERSE	2
JOHN KAFKA	15
JOHN KIMBALL	1
JOHN LAWRENCE COLLINS	5
JORDI GUASCH	7
KAZUHIDE TOMONAGA	5
KENNETH MUSE	7
KK	1
LAURENT CARDON	1
LOU CACHIVAS	1
LUCIANO MARZETTI	1
MASAKAZU HIGUCHI	9
MASAKAZU IBUCHI	5
MASAKAZU IGUCHI	14
MASANORI MIURA	5
MASHORI MIURAY	6
MASNORI MIURA	2
MAXWELL BEERAFT	2
MIGUEL OBIOLS	1
MIKE STUAR	1
MIKE STUART	11
NORIMO KASHIMA	6
OLIVER "LEFTY" CALLAHAN	1
OSAMU KOBA YASHI	7
OTROS	9
PACIFIC ANIMATION	6
PACIFIC ANIMATION CORPORA	4
PASCALINE BOUNAVE	1
PATRICK SCHWERDTLE	5
SERGE ELISSALDE	1
SEYMORE KNEITEL	5

RELACION DE DIRECTORES DE ANIMACION

SHINGO ARAKI	7
SIDNEY SUTHERLAND	8
TOHOKUSHINSHA FILM CO. LT	3
TONY LOVE	1
TSU TOMU SHIBAYAMA	7
TSUKASA TANNAI	5
VALERIE GIFFORD	1
VIDEO SYSTEM	1
VIRGIL ROSS	8
YASUO OTSUKA	27
YOSHIFUMI KONDOH	5
YOSHIO KURODA	1
YOSHISHICE KOSAKO	5
YOSHIYUKI MOMOSE	5
YUZO AOKI	7
TOTAL	316

RELACION DE SERIES POR AÑO, SERIE Y DIRECTOR DE ANIMACION

AÑO	SERIE	DIR_ANIM
		LUCIANO MARZETTI
	AVENTUREROS DEL AIRE D.A.	JOHN KIMBALL
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	LUPIN III D.A.	YUZO AOKI; SHINGO ARAKI
	PATO AVENTURAS D.A.	JAMES T. WALKER
1948	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE;
	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE;
	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE;
	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE
	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE
	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE
	TOM Y JERRY D.A.	KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE
1957	MERRIE MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
	MERRIE MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
	MERRIE MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
	MERRY MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPET
	MERRY MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
	MERRY MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
	MERRY MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
	MERRY MELODIES D.A.	SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT
1969	LOS PICAPIEDRA D.A.	JAY SARBRY; FRANK ANDRINA; OLIVER 'LEFTY' CALLAHAN
1972	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
1978	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
1979	BROWN HORNET	ED FRIEDMAN; LOU CACHIVAS; OTROS
	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	ED FRIEDMAN; GWEN WETZOER; OTROS

RELACION DE SERIES POR AÑO, SERIE Y DIRECTOR DE ANIMACION

AÑO	SERIE	DIR_ANIM
	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	ED FRIEDMAN; GWEN WETZOER; OTROS
1981	EL DESPERTAR D.A.	YOSHIYUKI MOMOSE; YOSHISHICE KOSAKO
	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
	LA RANA VALIENTE D.A.	OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	BILL WOLF; TONY LOVE; OTROS
1983	EL DESPERTAR D.A.	YOSHIYUKI MOMOSE; YOSHISHICE KOSAKO
	EL DESPERTAR D.A.	YOSHIYUKI MOMOSE; YOSHISHICE KOSAKO
	EL DESPERTAR D.A.	YOSHIYUKI MOMOSE; YOSHISHICE KOSAKO
	EL DESPERTAR D.A.	YOSHIYUKI MOMOSE; YOSHISHICE KOSAKO
1984	SHERLOCK HOUND D.A.	TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA
	SHERLOCK HOUND D.A.	TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA
	SHERLOCK HOUND D.A.	TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA
	SHERLOCK HOUND D.A.	TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA
	SHERLOCK HOUND D.A.	TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA
1985	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	BILL WOLF; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	BILL WOLF; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	BILL WOLF; JOHN KAFKA
1986	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	DENNIS D.A.	MASANORI MIURA
	DENNIS D.A.	MASANORI MIURA
	DENNIS D.A.	MASANORI MIURA
	DENNIS D.A.	MASANORI MIURA
	DENNIS D.A.	MASANORI MIURA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA

RELACION DE SERIES POR AÑO, SERIE Y DIRECTOR DE ANIMACION

AÑO	SERIE	DIR_ANIM
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	YASUO OTSUKA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IBUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IBUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IBUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IBUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IBUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU HIGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	MASAKAZU IGUCHI
	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	PACIFIC ANIMATION
	SILVERWAUKS D.A.	PACIFIC ANIMATION
	SILVERWAUKS D.A.	PACIFIC ANIMATION
	SILVERWAUKS D.A.	PACIFIC ANIMATION
	SILVERWAUKS D.A.	PACIFIC ANIMATION
	SILVERWAUKS D.A.	PACIFIC ANIMATION
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	PATRICK SCHWERDTLE; JEAN PIERRE TARDIVEL
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	PATRICK SCHWERDTLE; JEAN PIERRE TARDIVEL
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA	PATRICK SCHWERDTLE; JEAN PIERRE TARDIVEL

RELACION DE SERIES POR AÑO, SERIE Y DIRECTOR DE ANIMACION

AÑO	SERIE	DIR_ANIM
	D.A.	
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	PATRICK SCHWERDTLE; JEAN PIERRE TARDIVEL
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	PATRICK SCHWERDTLE; JEAN PIERRE TARDIVEL
1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	TOHOKUSHINSHA FILM CO. LTD.
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	TOHOKUSHINSHA FILM CO. LTD.
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	TOHOKUSHINSHA FILM CO. LTD.
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	PACIFIC ANIMATION CORPORATION
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	PACIFIC ANIMATION CORPORATION
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	PACIFIC ANIMATION CORPORATION
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	PACIFIC ANIMATION CORPORATION
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASNORI MIURA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	MASNORI MIURA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
1988		PASCALINE BOUNAVE; VIDEO SYSTEM
	JANOSCHS TRAUM-STUDE	GYORGY CSONKA; GABI KANICS
1989	BABAR D.A.	JOHN LAWRENCE COLLINS
	BABAR D.A.	JOHN LAWRENCE COLLINS
	BABAR D.A.	JOHN LAWRENCE COLLINS
	BABAR D.A.	JOHN LAWRENCE COLLINS
	BABAR D.A.	JOHN LAWRENCE COLLINS
	SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.	CHARLES A. NICHOLS
1990	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	SEYMORE KNEITEL; I. SPARBER; DAVE TENDLAR
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	SEYMORE KNEITEL; I. SPARBER; DAVE TENDLAR
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	SEYMORE KNEITEL; I. SPARBER; DAVE TENDLAR
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	SEYMORE KNEITEL; I.SPARBER; DAVE TENDLAR
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	SEYMORE KNEITEL; I.SPARBER; DAVETENDLAR
	D.A.	JOANNA ROMERSE; OTROS
	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.	JOANNA ROMERSE; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL

RELACION DE SERIES POR AÑO, SERIE Y DIRECTOR DE ANIMACION

AÑO	SERIE	DIR_ANIM
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	JAY SARBY; BILL KEIL
	MERLIN AND THE DRAGONS D.A.	HU YHONG
	PETER PAN D.A.	YOSHIO KURODA
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ARNAUD SOURGENES
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ARNAUD SOURGENES
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ARNAUD SOURGENES
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ARNAUD SOURGENES
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE COBI TROUPE D.A.	JORDI GUASCH
	THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.	KK; C&D
1991		MIGUEL OBIOLS
	BUCKY O'HARE D.A.	MAXWELL BEERAFT; BARBARA DOMMASHKIN; OTROS
	BUCKY O'HARE D.A.	MAXWELL BEERAFT; BARBARA DOMMASHKIN; OTROS
	CLYDE D.A.	JAMES APPLETON
	CLYDE D.A.	JAMES APPLETON
	CLYDE D.A.	JAMES APPLETON
	CLYDE D.A.	JAMES APPLETON
	CLYDE D.A.	JAMES APPLETON
	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.	EZEQUIEL MARTIN
	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.	SERGE ELISSALDE; LAURENT CARDON
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUAR; JOHN KAFKA

RELACION DE SERIES POR AÑO, SERIE Y DIRECTOR DE ANIMACION

AÑO	SERIE	DIR_ANIM
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MIKE STUART; JOHN KAFKA
	WIDGET D.A.	EMORY MYRICK; VALERIE GIFFORD; OTROS

RELACION DE FICHAS CON DIRECTOR DE ANIMACION

DIR_ANIM	AÑO	SERIE
ARNAUD SOURGENES	1990	SHARKY Y GEORGES D.A.
	1990	SHARKY Y GEORGES D.A.
	1990	SHARKY Y GEORGES D.A.
	1990	SHARKY Y GEORGES D.A.
BILL WOLF; JOHN KAFKA	1985	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1985	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1985	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
BILL WOLF; TONY LOVE; OTROS	1981	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
CHARLES A. NICHOLS	1989	SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.
ED FRIEDMAN; GWEN WETZOER; OTROS	1979	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.
	1979	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.
ED FRIEDMAN; LOU CACHIVAS; OTROS	1979	BROWN HORNET
EMORY MYRICK; VALERIE GIFFORD; OTROS	1991	WIDGET D.A.
EZEQUIEL MARTIN	1991	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.
GYORGY CSONKA; GABI KANICS	1988	JANOSCHS TRAUM-STUDE
HU YHONG	1990	MERLIN AND THE DRAGONS D.A.
JAMES APPLETON	1991	CLYDE D.A.
	1991	CLYDE D.A.
	1991	CLYDE D.A.
	1991	CLYDE D.A.
	1991	CLYDE D.A.
JAMES T. WALKER		PATO AVENTURAS D.A.
JAY SARBRY; FRANK ANDRINA; OLIVER "LEFTY" CALLAHAN	1969	LOS PICAPIEDRA D.A.
JAY SARBY; BILL KEIL	1987	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

RELACION DE FICHAS CON DIRECTOR DE ANIMACION

DIR_ANIM	AÑO	SERIE
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
JOANNA ROMERSE; OTROS	1990	D.A.
	1990	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.
JOHN KIMBALL		AVENTUREROS DEL AIRE D.A.
JOHN LAWRENCE COLLINS	1989	BABAR D.A.
	1989	BABAR D.A.
	1989	BABAR D.A.
	1989	BABAR D.A.
	1989	BABAR D.A.
JORDI GUASCH	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE	1948	TOM Y JERRY D.A.
	1948	TOM Y JERRY D.A.
	1948	TOM Y JERRY D.A.
	1948	TOM Y JERRY D.A.
KENNETH MUSE; IRVEN SPENCE;	1948	TOM Y JERRY D.A.
	1948	TOM Y JERRY D.A.
	1948	TOM Y JERRY D.A.
KK; C&D	1990	THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
LUCIANO MARZETTI		
MASAKAZU HIGUCHI	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
MASAKAZU IBUCHI	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
MASAKAZU IGUCHI	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.

RELACION DE FICHAS CON DIRECTOR DE ANIMACION

DIR_ANIM	AÑO	SERIE
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
MASANORI MIURA	1986	DENNIS D.A.
	1986	DENNIS D.A.
	1986	DENNIS D.A.
	1986	DENNIS D.A.
	1986	DENNIS D.A.
MASHORI MIURAY; NORIMO KASHIMA	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
MASNORI MIURA	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
	1987	LOS DINOSAUCERS D.A.
MAXWELL BEERAFT; BARBARA DOMMASHKIN; OTROS	1991	BUCKY O'HARE D.A.
MAXWELL BEERAFT; BARBARA DOMMASHKIN; OTROS	1991	BUCKY O'HARE D.A.
MIGUEL OBIOLS	1991	
MIKE STUAR; JOHN KAFKA	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
MIKE STUART; JOHN KAFKA	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
	1991	LAS TORTUGAS NINJA D.A.
OSAMU KOBA YASHI; TSU TOMU SHIBAYAMA	1972	LA RANA VALIENTE D.A.
	1972	LA RANA VALIENTE D.A.
	1972	LA RANA VALIENTE D.A.
	1981	LA RANA VALIENTE D.A.
	1981	LA RANA VALIENTE D.A.
	1981	LA RANA VALIENTE D.A.
	1981	LA RANA VALIENTE D.A.

RELACION DE FICHAS CON DIRECTOR DE ANIMACION

DIR_ANIM	AÑO	SERIE
PACIFIC ANIMATION	1986	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
PACIFIC ANIMATION CORPORATION	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
PASCALINE BOUNAVE; VIDEO SYSTEM	1988	
PATRICK SCHWERDTLE; JEAN PIERRE TARDIVEL	1986	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.
	1986	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.
	1986	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.
	1986	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.
	1986	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.
SERGE ELISSALDE; LAURENT CARDON	1991	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.
SEYMORE KNEITEL; I. SPARBER; DAVE TENDLAR	1990	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
SEYMORE KNEITEL; I. SPARBER; DAVE TENDLAR	1990	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
SEYMORE KNEITEL; I. SPARBER; DAVE TENDLAR	1990	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
SEYMORE KNEITEL; I.SPARBER; DAVE TENDLAR	1990	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
SEYMORE KNEITEL; I.SPARBER; DAVETENDLAR	1990	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPET	1957	MERRY MELODIES D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT	1957	MERRY MELODIES D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT	1957	MERRY MELODIES D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB	1957	MERRY MELODIES D.A.

RELACION DE FICHAS CON DIRECTOR DE ANIMACION

DIR_ANIM	AÑO	SERIE
CLAMPETT		
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT	1957	MERRY MELODIES D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT	1957	MERRIE MELODIES D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT	1957	MERRIE MELODIES D.A.
SIDNEY SUTHERLAND; VIRGIL ROSS; BOB CLAMPETT	1957	MERRIE MELODIES D.A.
TOHOKUSHINSHA FILM CO. LTD.	1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.
	1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.
	1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.
TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
TSUKASA TANNAI; YOSHIFUMI KONDOH; KAZUHIDE TOMONAGA	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
YASUO OTSUKA	1978	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.

RELACION DE FICHAS CON DIRECTOR DE ANIMACION

DIR_ANIM	AÑO	SERIE
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
	1986	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
YOSHIO KURODA	1990	PETER PAN D.A.
YOSHIYUKI MOMOSE; YOSHISHICE KOSAKO	1981	EL DESPERTAR D.A.
	1983	EL DESPERTAR D.A.
	1983	EL DESPERTAR D.A.
	1983	EL DESPERTAR D.A.
	1983	EL DESPERTAR D.A.
YUZO AOKI; SHINGO ARAKI		LUPIN III D.A.
		LUPIN III D.A.
		LUPIN III D.A.
		LUPIN III D.A.
		LUPIN III D.A.
		LUPIN III D.A.
		LUPIN III D.A.

RELACION DE MUSICA

A. VALERI MANERA	2
AKIHIRO KOMORI	2
ALAIN LE DOUVARIN	1
ALAIN LE DOVARIN	5
ANDRE PERREAULT	3
ANDREW DIMITROFF	2
ARCHIE MANNE	1
ARTHUR KEMPEL	1
ARTIE KANE	1
BERNARD HOFFER	14
BERNIE ALAN	1
BERNY GREEN	1
BOB ROTHBERG	2
BOBBY HALES	2
BRIAN WADE	10
BRUCE BABCOCK	1
BRUNO BERTHER	1
BRUNO BOTEMPELLI	1
C. TOROS	2
CARL BRANDT	1
CARL M. STALLING	1
CARL W. SATALLING	1
CARLOS GOMEZ	1
CHRISTOPHER L. STONE	1
CHUCK LORRE	16
CONEC	5
CRHISTIAN VIC	2
DALE SCHACKER	3
DALE SCHAKER	1
DEL RIO	1
DENNIS DREITH	1
DENNIS G. BROWN	15
DENNIS MCCARTHY	1
DEREK HOLT	1
DIC. BROWN	1
DICK DEBENEDICTIS	1
DIDIER VISEUX	1
DON KIRSHNER	2
DOUG KATSAROS	2
DURAN DURAN	1
ERIC JUPP	3
ERICK MONGUEL	2
FERNANDINO ONESTI	1
FERNANDO BETI S.L.	1
FERNANDO C. MORCILLO	1
FRANK MARSALS	1
FRED MOLLIN	5
FRED STEINER	1
FREDERIC WEBER	1
GEORGE COPACI	1
GEORGE JAMES	1
GEORGE MAHANA	1
GIANNI FERRIO	1
GLEN DAUM	1
GLEN GLENN PAP	27
GREGORY BRUCE	5
GUIDO DE ANGELIS	5

RELACION DE MUSICA

HAIM SABAN	57
HENRY MANCINI	3
HERVE POSTIC	1
HOWARD GOODALL	1
HUEY LEWIS & THE NEWS	1
IAN DAVIDSON	1
JERONIMO MAESSO	5
JERRY GOLDSMITH	1
JIM MORGAN	1
JOANNE MILLER	11
JOHN DEBNEY	2
JOSEP ROIG	1
JUANJO CASTILLO "ARTE FAC	1
JULIO MENGOD	7
KEBE	1
KENJIRO HIROSE	7
KENTAROH HANEDA	5
KLAUS BLASQUIZ	4
KOICHI IKE	1
KOICHI SUGIYAMA	5
LARRY JURIS	5
LEON ARONSON	5
LEWIS MANNE	1
MAURIZIO DE ANGELIS	5
MESTRE-ZERO	8
MICHAEL LEGRAND	1
MICHAEL TAVERO	2
MIKE POST	3
MILAN KYMLICKS	5
MURRAY MCFADDEN	12
N. CASSETE	2
NELSON RIDDLE	4
NELSON RIDLE	1
NORMAN SPENCER	8
OLIVER WALLACE	1
OTROS	16
PATRIC VIAN	1
PAUL DY	1
PAUL ZAZA	6
PETE CARPENTER	1
PETER GOSLING	5
PHILIPPE BOUVET	3
PHLIPPE BOUVET	1
QUINCY JONES III	1
RAY PARKER	1
RICHARD ALLEN	9
RICHARD SCORE	1
ROBERT HARTLEY	1
ROBERT WAXMAN	1
ROCKWELL	1
RON JONES	1
SAMMY TIMBERG	2
SCOTT BRADLEY	7
SEPP-BRUSSELS	1
SERGE BABKINE	1
SHINICHIRO	1
SHUKI LEVY	51
SHUKY LEVY	7

RELACION DE MUSICA

SHUNSUKE KIKUCHI	2
STEVEN P. LAURIN	1
STEVEN R. MITCHEL	5
STUART COPELAND	3
TAJ PRODUCTIONS	5
TAKESHI IKE	1
TAKESHI IKE	34
TEKESHI IKE	2
THOMAS CHASE & STEVE RUCK	3
TIMOTHY MULHOLLAN	1
TOM GRETTO	5
TONY RUSSEL	1
VLADIMIR COSMA	5
WALTER GREEN	1
WENDY WATSON	1
WESTERN ELECTRIC SOUND SY	7
WINSTON SHARPLES	3
WOLFRAM BRUNKE	1
XAVIER CAPELLAS	7
YSHUKY LEVY	1
YUJI OHNO	7
TOTAL	565

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
		OLIVER WALLACE
		MIKE POST
		TONY RUSSEL
	240-ROBERT	MIKE POST; PETE CARPENTER
	AVENTUREROS DEL AIRE D.A.	CHRISTOPHER L. STONE
	BANNER Y FLAPPY D.A.	AKIHIRO KOMORI
	BANNER Y FLAPPY D.A.	AKIHIRO KOMORI
	BATMAN	NELSON RIDDLE
	BATMAN	NELSON RIDDLE
	BATMAN	NELSON RIDDLE
	BATMAN	NELSON RIDDLE
	BATMAN Y ROBIN	NELSON RIDLE
	CARTOON CLASSICS D.A.	CARL M. STALLING
	CHIP Y CHOP D.A.	GLEN DAUM
	COMMANDER CRUMBCAKE D.A.	GEORGE JAMES
	EL INSPECTOR D.A.	HENRY MANCINI; WALTER GREEN
	FORMULA UNO D.A.	ANDREW DIMITROFF; SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	FORMULA UNO D.A.	ANDREW DIMITROFF; SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	HEP CAT SYMPHONY D.A.	WINSTON SHARPLES
	IZVORAZUL D.A.	GEORGE COPACI
	KATTE O CAN	PAUL ZAZA
	KATTE O CAN	PAUL ZAZA
	KATTE O CAN	PAUL ZAZA
	KATTE O CAN	PAUL ZAZA
	KATTE O CAN	PAUL ZAZA
	KATTE O CAN	PAUL ZAZA
	LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.	SHUKI LEVY;
	LAS AVENTURAS DEL DICK TRACY	CARL BRANDT
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	LUPIN III D.A.	YUJI OHNO
	ONCE A HERO	DENNIS DREITH
	PARAISO	BRUCE BABCOCK
	PATO AVENTURAS D.A.	RON JONES
	PIRUETAS D.A.	C. TOROS; A. VALERI MANERA; N. CASSETE
	PIRUETAS D.A.	C. TOROS; A. VALERI MANERA; N. CASSETE
	RAMBO D.A.	JERRY GOLDSMITH; YSHUKY LEVY; OTROS
1936	CARTOON CLASICS D.A.	CARL W. SATALLING
	CARTOON CLASICS D.A.	FRANK MARSALS
	CARTOON CLASSICS D.A.	SAMMY TIMBERG; BOB ROTHBERG
	CARTOON CLASSICS D.A.	SAMMY TIMBERG; BOB ROTHBERG
1948	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM
	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM
	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM
	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM
	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM
	TOM Y JERRY D.A.	SCOTT BRADLEY; WESTERN ELECTRIC SOUND SYSTEM
1949	CARTOON CLASSICS D.A.	WINSTON SHARPLES
	LA GRANJA D.A.	WINSTON SHARPLES
1957	MERRIE MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRIE MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRIE MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRY MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRY MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRY MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRY MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
	MERRY MELODIES D.A.	NORMAN SPENCER
1959	LA PANTERA ROSA D.A.	HENRY MANCINI
	LA PANTERA ROSA D.A.	HENRY MANCINI
1965	COOL MC COOL D.A.	BERNY GREEN
	LOS HEROES DE HOGAN	FRED STEINER
1967	SKIPPY, EL CANGURO	ERIC JUPP
	SKIPPY, EL CANGURO	ERIC JUPP
	SKIPPY, EL CANGURO	ERIC JUPP
1969	THE ARCHIES D.A.	DON KIRSHNER
	THE ARCHIES D.A.	DON KIRSHNER
1971	TIP Y TAP D.A.	PAUL DY
1972	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE
	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE
	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE
1973	LAS AVENTURAS DEL CAPITAN NEMO	GIANNI FERRIO
1978	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	SHINICHIRO; KEBE
1979	BROWN HORNET	GEORGE MAHANA; ROBERT WAXMAN
1981		BERNIE ALAN
	EL DESPERTAR D.A.	KOICHI SUGIYAMA
	EL DOCTOR SLUMP D.A.	SHUNSUKE KIKUCHI
	EL DOCTOR SLUMP D.A.	SHUNSUKE KIKUCHI
	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE
	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE
	LA RANA VALIENTE D.A.	KENJIRO HIROSE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DIC. BROWN; CHUCK LORRE
1983	EL DESPERTAR D.A.	KOICHI SUGIYAMA
	EL DESPERTAR D.A.	KOICHI SUGIYAMA
	EL DESPERTAR D.A.	KOICHI SUGIYAMA
	EL DESPERTAR D.A.	KOICHI SUGIYAMA
	EMMA & GRANPA	ROBERT HARTLEY
	INSPECTOR GADGET D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
1984	KIDD VIDEO	HUEY LEWIS & THE NEWS; ROCKWELL; DURAN DURAN
	KIDS OF DEGRASSY STREET D.A.	LEWIS MANNE; WENDY WATSON; ARCHIE MANNE
	SEIKOTE ALAIA	SHUKY LEVY; HAIM SABAN
	SHERLOCK HOUND D.A.	KENTAROH HANEDA
	SHERLOCK HOUND D.A.	KENTAROH HANEDA
	SHERLOCK HOUND D.A.	KENTAROH HANEDA
	SHERLOCK HOUND D.A.	KENTAROH HANEDA
	SHERLOCK HOUND D.A.	KENTAROH HANEDA
1985	AVENTURAS EN EL LAGO	BOBBY HALES
	AVENTURAS EN EL LAGO	BOBBY HALES
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN; STEVEN R. MITCHEL
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN; STEVEN P. LAURIN
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN; STEVEN R. MITCHEL
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN; STEVEN R. MITCHEL
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN; STEVEN R. MITCHEL
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN; STEVEN R. MITCHEL
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	STUART COPELAND
	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	STUART COPELAND

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	STUART COPELAND; DEREK HOLT;
1986	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	DENNIS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	DENNIS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	DENNIS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	DENNIS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	DENNIS D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	KOICHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TEKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TEKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TAKESHI IKE
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	BERNARD HOFFER
	PRIMERA LINEA D.A.	SHUKI LEVY; HAIM SABAN
	SILVERWAUKS D.A.	BERNARD HOFFER; TOM GRETTO
	SILVERWAUKS D.A.	BERNARD HOFFER; TOM GRETTO
	SILVERWAUKS D.A.	BERNARD HOFFER; TOM GRETTO
	SILVERWAUKS D.A.	BERNARD HOFFER; TOM GRETTO
	SILVERWAUKS D.A.	BERNARD HOFFER; TOM GRETTO
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	VLADIMIR COSMA
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	VLADIMIR COSMA
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	VLADIMIR COSMA
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	VLADIMIR COSMA
	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	VLADIMIR COSMA
1987	DAVID THE GNOME D.A.	CARLOS GOMEZ
	ENANO ROJO	HOWARD GOODALL
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	ANDRE PERREAULT
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	ANDRE PERREAULT
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	ANDRE PERREAULT
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	BERNARD HOFFER
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	BERNARD HOFFER
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	BERNARD HOFFER
	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	BERNARD HOFFER
	LE PIAF D.A.	PATRIC VIAN
	LOS BIONICOS D.A.	THOMAS CHASE & STEVE RUCKER
	LOS BIONICOS D.A.	THOMAS CHASE & STEVE RUCKER
	LOS BIONICOS D.A.	THOMAS CHASE & STEVE RUCKER
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKY LEVY
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKY LEVY

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKY LEVY
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKY LEVY
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKY LEVY
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKY LEVY
	LOS DINOSAUCERS D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	BERNARD HOFFER
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	BERNARD HOFFER
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	BERNARD HOFFER
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	BERNARD HOFFER
	THE NEW ARCHIES D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	THE NEW ARCHIES D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
1988	BEVERLY HILLS BUNTZ	MIKE POST; RICHARD SCORE
	BOBOBOBA D.A.	GUIDO DE ANGELIS; MAURIZIO DE ANGELIS
	BOBOBOBS D.A.	GUIDO DE ANGELIS; MAURIZIO DE ANGELIS
	BOBOBOBS D.A.	GUIDO DE ANGELIS; MAURIZIO DE ANGELIS
	BOBOBOBS D.A.	GUIDO DE ANGELIS; MAURIZIO DE ANGELIS
	BOBOBOBS D.A.	GUIDO DE ANGELIS; MAURIZIO DE ANGELIS
	JANOSCHS TRAUM-STUDE	WOLFRAM BRUNKE
	LA RATITA NEGRA	ALAIN LE DOVARIN
	LA RATITA NEGRA	ALAIN LE DOVARIN
	LA RATITA NEGRA	ALAIN LE DOUVARIN
	LA RATITA NEGRA	ALAIN LE DOVARIN
	LA RATITA NEGRA	ALAIN LE DOVARIN
	LA RATITA NEGRA	ALAIN LE DOVARIN
	NOOZLES D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	POLICE ACADEMY D.A.	JOHN DEBNEY
	POLICE ACADEMY D.A.	JOHN DEBNEY
1989		SERGE BABKINE; DIDIER VISEUX; BRUNO BERTHER; HERVE POSTIC
		BRUNO BOTEMPELLI
	BABAR D.A.	MILAN KYMLICKS
	BABAR D.A.	MILAN KYMLICKS
	BABAR D.A.	MILAN KYMLICKS
	BABAR D.A.	MILAN KYMLICKS
	BABAR D.A.	MILAN KYMLICKS
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TAKESHI IKE
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TAKESHI IKE
	LOS CASOS DEL PADRE DOWLING	DICK DEBENEDICTIS; ARTHUR KEMPEL; ARTIE KANE

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	MI DOBLE IDENTIDAD	FRED MOLLIN
	MI DOBLE IDENTIDAD	FRED MOLLIN
	MI DOBLE IDENTIDAD	FRED MOLLIN
	MI DOBLE IDENTIDAD	FRED MOLLIN
	MI DOBLE IDENTIDAD	FRED MOLLIN
	SEABERT D.A.	SEPP-BRUSSELS
1990		PETER GOSLING
		PETER GOSLING
		PETER GOSLING
		PETER GOSLING
		PETER GOSLING
		IAN DAVIDSON
		FREDERIC WEBER
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN; OTROS
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN; OTROS
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN; OTROS
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN; OTROS
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN; OTROS
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN; OTROS
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN
	CAPITAN PLANETA D.A.	JOANNE MILLER; MURRAY MCFADDEN
	CAPITAN PLANETA D.A.	MURRAY MCFADDEN; TIMOTHY MULHOLLAN
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	TAJ PRODUCTIONS; LARRY JURIS; GREGORY BRUCE
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	TAJ PRODUCTIONS; LARRY JURIS; GREGORY BRUCE
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	TAJ PRODUCTIONS; LARRY JURIS; GREGORY BRUCE
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	TAJ PRODUCTIONS; LARRY JURIS; GREGORY BRUCE
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	TAJ PRODUCTIONS; LARRY JURIS; GREGORY BRUCE
	D.A.	MICHAEL TAVERO
	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.	MICHAEL TAVERO
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP; RICHARD ALLEN; OTROS
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	GLEN GLENN PAP
	PARKER LEWIS	DENNIS MCCARTHY
	PETER PAN D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
	SHARKY Y GEORGES D.A.	PHILIPPE BOUVET; KLAUS BLASQUIZ
	SHARKY Y GEORGES D.A.	PHLIPPE BOUVET; KLAUS BLASQUIZ
	SHARKY Y GEORGES D.A.	PHILIPPE BOUVET; KLAUS BLASQUIZ
	SHARKY Y GEORGES D.A.	PHILIPPE BOUVET; KLAUS BLASQUIZ
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE COBI TROUPE D.A.	XAVIER CAPELLAS
	THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.	HAIM SABAN; SHUKI LEVY
1991		CONEC
		CONEC
		CONEC
		CONEC
		CONEC
	ALAN MOORE	JUANJO CASTILLO "ARTE FACTO"; DEL RIO
	BUCKY O'HARE D.A.	DOUG KATSAROS
	BUCKY O'HARE D.A.	DOUG KATSAROS
	CLYDE D.A.	LEON ARONSON
	CLYDE D.A.	LEON ARONSON
	CLYDE D.A.	LEON ARONSON
	CLYDE D.A.	LEON ARONSON
	CLYDE D.A.	LEON ARONSON
	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.	JOSEP ROIG
	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.	RAY PARKER; JIM MORGAN
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE

RELACION POR AÑO, SERIE Y MUSICA

AÑO	SERIE	MUSICA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	DENNIS G. BROWN; CHUCK LORRE
	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	DALE SCHAKER
	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	DALE SCHACKER
	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	DALE SCHACKER
	WIDGET D.A.	DALE SCHACKER
1992		JULIO MENGOD
		JULIO MENGOD
		JULIO MENGOD
		JULIO MENGOD
		JULIO MENGOD
		JULIO MENGOD
		JULIO MENGOD
		FERNANDO BETI S.L.
		ERICK MONGUEL; CHRISTIAN VIC
		ERICK MONGUEL; CHRISTIAN VIC
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		MESTRE-ZERO
		JERONIMO MAESSO
		JERONIMO MAESSO
		JERONIMO MAESSO
		JERONIMO MAESSO
		JERONIMO MAESSO
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		BRIAN WADE
		FERNANDINO ONESTI
	EL PRINCIPE DE BEL AIR	QUINCY JONES III
	ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.	MICHAEL LEGRAND
	FANTASIA (¿QUIERES QUE TE LO CUENTE?	FERNANDO C. MORCILLO

RELACION DE FICHAS CON DATOS DE MUSICA

MUSICA	AÑO	SERIE
AKIHIRO KOMORI		BANNER Y FLAPPY D.A.
		BANNER Y FLAPPY D.A.
ALAIN LE DOUVARIN	1988	LA RATITA NEGRA
ALAIN LE DOVARIN	1988	LA RATITA NEGRA
	1988	LA RATITA NEGRA
	1988	LA RATITA NEGRA
	1988	LA RATITA NEGRA
	1988	LA RATITA NEGRA
ANDRE PERREAULT	1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.
	1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.
	1987	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.
ANDREW DIMITROFF; SHUKI LEVY; HAIM SABAN		FORMULA UNO D.A.
		FORMULA UNO D.A.
BERNARD HOFFER	1986	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.
	1987	LOS TIGRES DEL MAR D.A.
	1987	LOS TIGRES DEL MAR D.A.
	1987	LOS TIGRES DEL MAR D.A.
	1987	LOS TIGRES DEL MAR D.A.
BERNARD HOFFER; TOM GRETTO	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
BERNIE ALAN	1981	
BERNY GREEN	1965	COOL MC COOL D.A.
BOBBY HALES	1985	AVENTURAS EN EL LAGO
	1985	AVENTURAS EN EL LAGO
BRIAN WADE	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
	1992	
BRUCE BABCOCK		PARAISO
BRUNO BOTEMPELLI	1989	
C. TOROS; A. VALERI MANERA; N. CASSETE		PIRUETAS D.A.
		PIRUETAS D.A.

RELACION DE DIRECTORES DE EFECTOS ESPECIALES

ABEL ROS	5
BILL KOEPNICK	10
BRIAN BAKER	1
DAVID MARSHALL	3
FRANCO BELLINI	1
FRITZ MILLER ANIMATION	2
FRITZ MILLER ANIMATION GR	1
GARY JAYE	1
GEORGE MAHANA	1
GIANPIERO MAZZA	1
GRAPHICS	2
JOEL FAJNOR	1
JOHN MURRAY	1
JOHN SINGLETON	1
JOHN VALENTINO	1
JORDI CIVIL	7
LUCIANO MANZETTI	1
MICHAEL BROADLEY	12
MICHAEL BRODLEY	15
MICHAEL O`FARRELL	1
MICHELE IVERSON	1
ORIOL VALLVE	7
OSCAR MUÑOZ	5
OTROS	20
PETE CANNAROZZI	5
PETE GRIVES	1
PETER THILLAJE	1
PETER WRAGG	1
RALPH WHITE	1
RANDU THOMAS	1
RANDY THOMAS	2
RICH MINSON	1
RICHARD S. GANNO	5
RICHARD S. GANNON	23
RICK EISEMAN	27
ROBERT WAXMAN	1
SCOTT PAGE	1
TIM IVERSON	1
TOYOH ONKYO	5
TOTAL	177

SERIES CON PERSONAJES HUMANOS

SERIE

240-ROBERT
A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.
A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
ALAN MOORE
ALEGRE JUVENTUD D.A.

AVENTURA DE LOS PICAPIEDRA D.A.
AVENTURAS EN EL LAGO

BABAR D.A.

BANANAS
BANNER Y FLAPPY D.A.

BATMAN

BATMAN Y ROBIN
BATMAN Y ROBIN D.A.

BEVERLY HILLS BUNTZ
BEVERLYU HILLS TEENS
BOBOBOBA D.A.
BOBOBOBS D.A.

BROWN HORNET
BUCKY O'HARE D.A.

CAPITAN PLANETA D.A.

CARTOON CLASICS D.A.
CARTOON CLASSICS D.A.

CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
CASPER Y SUS AMIGOS D.A.

CAZAFANTASMAS D.A.

CLYDE D.A.

COMMANDER CRUMBCAKE D.A.
DADA & DODO; EL MANANTIAL; MR BOGUS; D.A.
DAVID THE GNOME D.A.
DENNIS D.A.

DESTELLO AZUL D.A.

DESTELLO AZUL. D.A.
EL DESPERTAR D.A.

EL DOCTOR SLUMP D.A.
EL INSPECTOR D.A.
EL OSO YOGI D.A.

RELACION DE FICHAS CON DATOS DE EFECTOS ESPECIALES

EFECTOS ESPECIALES	AÑO	SERIE
ABEL ROS; OSCAR MUÑOZ	1988	BOBOBOBA D.A.
	1988	BOBOBOBS D.A.
	1988	BOBOBOBS D.A.
	1988	BOBOBOBS D.A.
	1988	BOBOBOBS D.A.
BILL KOEPNICK	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
	1990	CAPITAN PLANETA D.A.
BRIAN BAKER; RICH MINSON		CHIP Y CHOP D.A.
DAVID MARSHALL	1985	STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.
	1985	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.
	1985	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.
FRANCO BELLINI; GIANPIERO MAZZA	1992	
FRITZ MILLER ANIMATION GRAPHICS	1991	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
FRITZ MILLER ANIMATION; GRAPHICS	1991	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
	1991	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
GARY JAYE; SCOTT PAGE; JOHN VALENTINO	1990	PETER PAN D.A.
GEORGE MAHANA; ROBERT WAXMAN	1979	BROWN HORNET
JOEL FAJNOR	1991	WIDGET D.A.
JOHN SINGLETON; JOHN MURRAY	1986	PRIMERA LINEA D.A.
JORDI CIVIL; ORIOL VALLVE	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
	1990	THE COBI TROUPE D.A.
LUCIANO MANZETTI		
MICHAEL BROADLEY; RICK EISEMAN	1987	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
MICHAEL BROADLEY; RICK EISEMAN; OTROS	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

RELACION DE FICHAS CON DATOS DE EFECTOS ESPECIALES

EFECTOS ESPECIALES	AÑO	SERIE
MICHAEL BRODLEY; RICK EISEMAN; OTROS	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
	1990	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.
PETE CANNAROZZI	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
	1986	SILVERWAUKS D.A.
PETE GRIVES; RALPH WHITE; OTROS		RAMBO D.A.
PETER THILLAJE; MICHAEL O`FARRELL	1983	INSPECTOR GADGET D.A.
PETER WRAGG	1987	ENANO ROJO
RANDU THOMAS	1987	LOS BIONICOS D.A.
RANDY THOMAS	1987	LOS BIONICOS D.A.
	1987	LOS BIONICOS D.A.
RICHARD S. GANNO	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
RICHARD S. GANNON	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	LOS CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.

RELACION DE FICHAS CON DATOS DE EFECTOS ESPECIALES

EFECTOS ESPECIALES	AÑO	SERIE
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
	1986	CAZAFANTASMAS D.A.
TIM IVERSON; MICHELE IVERSON; OTROS	1969	LOS PICAPIEDRA D.A.
TOYOH ONKYO	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
	1984	SHERLOCK HOUND D.A.
	1984	SHERLOCK HOUND D.A.

SERIES CON PERSONAJES HUMANOS

SERIE

EL PRINCIPE DE BEL AIR
ENANO ROJO
ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.
ERIKO D.A.

FANTASIA (¿QUIERES QUE TE LO CUENTE?
FORMULA UNO D.A.

FURIA

GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.

INSPECTOR GADGET D.A.
IZVORAZUL D.A.
JANOSCHS TRAUM-STUDE
KATTE O CAN

KIDD VIDEO
LA BOLA DEL DRAGON D.A.
LA PANTERA ROSA D.A.

LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.
LA PEQUEÑA LULU D.A.

LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.
LA RANA VALIENTE D.A.

LA RATITA NEGRA

LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.

LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.
LAS AVENTURAS DEL CAPITAN NEMO
LAS AVENTURAS DEL CORCEL NEGRO
LAS AVENTURAS DEL DICK TRACY
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.

LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.

LAS TORTUGAS NINJA D.A.
LAS TORTUGAS NINJA D.A.

LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
LOS BIONICOS D.A.

LOS CASOS DEL PADRE DOWLING
LOS CAZAFANTASMAS D.A.
LOS CAZAFANTASMAS D.A.

LOS DINOSAUCERS D.A.

SERIES CON PERSONAJES HUMANOS

SERIE

LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.

LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.
LOS HEROES DE HOGAN
LOS PICAPIEDRA D.A.
LOS PITUFOS (SMURES) D.A.
LOS RESCATADORES D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS TIGRES DEL MAR D.A.

LUCKY LUCK D.A.
LUPIN III D.A.

MERLIN AND THE DRAGONS D.A.
MERRIE MELODIES D.A.

MERRY MELODIES D.A.
MERRY MELODIES D.A.

MI DOBLE IDENTIDAD

MRS. PEPPERPOR D.A.

MUJERCITAS D.A.
PAPA COMANDANTE

PARAISO
PARKER LEWIS
PEABBLES, DINO Y BAMM-BAMM D.A.
PETER PAN D.A.
PIRUETAS D.A.

POLICE ACADEMY D.A.

PRIMERA LINEA D.A.
RAMBO D.A.
SALVADOS POR LA CAMPANA
SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.
SEABERT
SEABERT D.A.
SILVERWAUKS D.A.

SKIPPY, EL CANGURO

SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.

SERIES CON PERSONAJES HUMANOS

SERIE

SPIDERMAN D.A.
STAR TREK

STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.

STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.
THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.

THE ARCHIES D.A.

THE COBI TROUPE D.A.

THE COBI TROUPE D.A.

THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
THE NEW ARCHIES D.A.
TOM Y JERRY D.A.

TRANSFORMERS D.A.
VOLTRON D.A.

WEBSTER

WIDGET D.A.

SERIES CON PERSONAJES OBJETOS

SERIE

BEVERLYU HILLS TEENS
BROWN HORNET
CARTOON CLASSICS D.A.
DADA & DODO; EL MANANTIAL; MR BOGUS; D.A.
EL DOCTOR SLUMP D.A.
ENANO ROJO
FANTASIA (¿QUIERES QUE TE LO CUENTE?
GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.

INSPECTOR GADGET D.A.
IZVORAZUL D.A.
LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.
LA RANA VALIENTE D.A.

LAS TORTUGAS NINJA D.A.
LOS BIONICOS D.A.

LOS CAZAFANTASMAS D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

SILVERWAUKS D.A.

SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.

STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.

STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.
THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
TRANSFORMERS D.A.
VOLTRON D.A.

SERIES CON PERSONAJES ANIMALES

SERIE

LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.

LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.
LAS AVENTURAS DEL CORCEL NEGRO
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.

LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.

LAS RANAS CALLEJERAS D.A.

LAS TORTUGAS NINJA D.A.
LAS TORTUGAS NINJA D.A.

LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.

LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS OSITOS VOLADORES D.A.

LOS PICAPIEDRA D.A.
LOS PITUFOS (SMURES) D.A.
LOS RESCATADORES D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LUCKY LUCK D.A.
MERLIN AND THE DRAGONS D.A.
MERRIE MELODIES D.A.

MERRY MELODIES D.A.
MERRY MELODIES D.A.

MICKEY Y PLUTO D.A.
MRS. PEPPERPOR D.A.

PATO AVENTURAS D.A.
PEABBLES, DINO Y BAMM-BAMM D.A.
PETER PAN D.A.
PIGLEDY & FREDERICK D.A
SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.
SEABERT
SEABERT D.A.
SEIKOTE ALAIA
SHARKY Y GEORGES D.A.

SERIES CON PERSONAJES MONSTRUOS

SERIE

BOBOBOBS D.A.
BROWN HORNET
BUCKY O'HARE D.A.

CAZAFANTASMAS D.A.

DADA & DODO; EL MANANTIAL; MR BOGUS; D.A.
GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.

LA BOLA DEL DRAGON D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.

LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.

LAS TORTUGAS NINJA D.A.
LAS TORTUGAS NINJA D.A.

LOS CAZAFANTASMAS D.A.
LOS CAZAFANTASMAS D.A.

LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.

LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LOS TIGRES DEL MAR D.A.

MERLIN AND THE DRAGONS D.A.
THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
WIDGET D.A.

SERIES CON PERSONAJES ANIMALES

SERIE

A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.
AVENTURA DE LOS PICAPIEDRA D.A.
AVENTUREROS DEL AIRE D.A.
BABAR D.A.

BANANAS
BANNER Y FLAPPY D.A.

BOBOBOBA D.A.
BOBOBOBS D.A.

BROWN HORNET
BUCKY O'HARE D.A.

CARTOON CLASICS D.A.

CARTOON CLASSICS D.A.

CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
CASPER Y SUS AMIGOS D.A.

CHIP Y CHOP D.A.
COMMANDER CRUMBCAKE D.A.
DADA & DODO; EL MANANTIAL; MR BOGUS; D.A.
DAVID THE GNOME D.A.
DELFY Y SUS AMIGOS D.A.
DENNIS D.A.

DESTELLO AZUL D.A.

DESTELLO AZUL. D.A.
EL CONDE QUACULA D.A.
EL INSPECTOR D.A.
EL OSO YOGI D.A.

ENANO ROJO
FURIA

GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.

INSPECTOR GADGET D.A.
IZVORAZUL D.A.
JANOSCHS TRAUM-STUDE
KATTE O CAN

LA BOLA DEL DRAGON D.A.
LA GRANJA D.A.
LA PANTERA ROSA D.A.

LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.
LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.
LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.

SERIES CON PERSONAJES ANIMALES

SERIE

SHERLOCK HOUND D.A.

SILVERWAUKS D.A.

SKIPPY, EL CANGURO

SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.

THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.

THE COBI TROUPE D.A.

THE COBI TROUPE D.A.

THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
TIP Y TAP D.A.
TOM Y JERRY D.A.

WIDGET D.A.

SERIES CON PERSONAJES MASCULINOS

SERIE

A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.
A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
ALEGRE JUVENTUD D.A.

AVENTUREROS DEL AIRE D.A.
BABAR D.A.

BANNER Y FLAPPY D.A.

BATMAN

BATMAN Y ROBIN
BATMAN Y ROBIN D.A.

BEVERLY HILLS BUNTZ
BEVERLYU HILLS TEENS
BUCKY O'HARE D.A.

CAPITAN PLANETA D.A.

CARTOON CLASSICS D.A.
CASPER Y SUS AMIGOS D.A.
CASPER Y SUS AMIGOS D.A.

CAZAFANTASMAS D.A.

CHIP Y CHOP D.A.
COMMANDER CRUMBCAKE D.A.
DELFY Y SUS AMIGOS D.A.
DENNIS D.A.

DESTELLO AZUL D.A.

DESTELLO AZUL. D.A.
EL CONDE QUACULA D.A.
EL DESPERTAR D.A.

EL INSPECTOR D.A.
EL OSO YOGI D.A.

ENANO ROJO
FORMULA UNO D.A.

FURIA

INSPECTOR GADGET D.A.
KATTE O CAN

KIDD VIDEO
LA BOLA DEL DRAGON D.A.
LA RANA VALIENTE D.A.

LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.

SERIES CON PERSONAJES MASCULINOS

SERIE

LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.

LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.
LAS AVENTURAS DEL CAPITAN NEMO
LAS AVENTURAS DEL CORCEL NEGRO
LAS AVENTURAS DEL DICK TRACY
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.

LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.
LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.

LAS RANAS CALLEJERAS D.A.

LAS TORTUGAS NINJA D.A.
LAS TORTUGAS NINJA D.A.

LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.

LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.
LOS CASOS DEL PADRE DOWLING
LOS CAZAFANTASMAS D.A.
LOS CAZAFANTASMAS D.A.

LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS DINOSAUCERS D.A.

LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.

LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.
LOS HEROES DE HOGAN
LOS OSITOS VOLADORES D.A.

LOS PICAPIEDRA D.A.
LOS PITUFOS (SMURES) D.A.
LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.

LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.
LUCKY LUCK D.A.
LUPIN III D.A.

MI DOBLE IDENTIDAD

MICKEY Y PLUTO D.A.
PAPA COMANDANTE

PARAISO
PARKER LEWIS
PATO AVENTURAS D.A.
PEABBLES, DINO Y BAMM-BAMM D.A.
PETER PAN D.A.

SERIES CON PERSONAJES MASCULINOS

SERIE

PIGLEDY & FREDERICK D.A
RAMBO D.A.
SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.
SEABERT
SEABERT D.A.
SHARKY Y GEORGES D.A.

SHERLOCK HOUND D.A.

SILVERWAUKS D.A.

SKIPPY, EL CANGURO

SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.

SPIDERMAN D.A.
STAR TREK

STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.

STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.
THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.
THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.

THE ARCHIES D.A.

THE COBI TROUPE D.A.

THE COBI TROUPE D.A.

THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.
THE NEW ARCHIES D.A.
TIP Y TAP D.A.
TOM Y JERRY D.A.

VOLTRON D.A.

WEBSTER

WIDGET D.A.

SERIES CON PERSONAJES FEMENINOS

SERIE
BANANAS
EL DOCTOR SLUMP D.A.
EMMA & GRANPA
ERIKO D.A.
FANTASIA (¿QUIERES QUE TE LO CUENTE?
LA PANTERA ROSA D.A.
LA PEQUEÑA LULU D.A.
LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.
LA RATITA NEGRA
MRS. PEPPERPOR D.A.
MUJERCITAS D.A.
PIRUETAS D.A.

RELACION DE TEMAS

ADICCION	1
AMISTAD	206
AMOR	13
ARMAMENTO	4
ARTES MARCIALES	40
AVENTURAS	21
BIOGRAFIA	1
BUSQUEDA	5
CANCIONES	1
CARCEL	1
CIENCIA	6
CIENTIFICO	17
CIENTIFICO-ESPACIAL	80
CIRCO	2
COMPETENCIA	4
COMPETICION	10
CONVIVENCIA	1
COSTUMBRES	7
CUENTOS	1
CULTURAL	8
DELINCUENCIA	7
DEPORTES	25
DESDRAMATIZACION TERROR	1
DINERO	1
ECOLOGIA	33
ECOLOGICO	1
EDUCATIVO	14
ENFRENTAMIENTO GENERACIONAL	1
ENTRETENIMIENTO	72
ESPACIO	7
ESPAÑA	5
EXPRESION	1
EXPRESION ORAL NIÑOS Y COMPRENSION ADULTOS	5
FAMILIA	47
FANTASIA	1
FANTASMAS	1
FONDO SUBMARINO	1
FOTOGRAFIA	13
GUERRA	2
IMAGINACION	1
INGLATERRA	2
JUSTICIA	50
JUSTICIA SOCIAL	5
LUCHA BIEN Y MAL	255
MATERNIDAD	2
MEDIO AMBIENTE	7
MILITAR	6
MUNDO INFANTIL	6
MUNDO SUBMARINO	1
MUSICA	16
NATURALEZA	53
OESTE	1
PARAPSICOLOGIA	29
PAZ	11
PEDAGOGIA	56
POLICIACA	25
PRISION	1
PROBLEMATICA ADOLESCENTE	29

RELACION DE TEMAS

PROBLEMATICA FAMILIAR	1
PROBLEMATICA INFANTIL	17
PROBLEMATICA JUVENIL	1
PROBLEMATICA SOCIAL	4
RELACIONES SOCIALES	3
RELIGION	1
RIVALIDAD	7
SENTIMIENTOS	11
SUPERHEROES	2
SUPERPODERES	2
SUPERSTICION	1
SUPERVIVENCIA	12
TECNOLOGIA	4
TRABAJO	5
USA	4
VIDA COTIDIANA	78
VIOLENCIA	40

RELACION DE DIRECTORES

ALAN COOKE	2
ART DAVIS	2
BARHAM ROHANI	2
BERNARD DEYRIES	14
BERNARDO GALLITELLI	2
BILL HURTZ	6
BILL WOLF	2
BRUNO BIANCHI	14
CARL URBANO	2
CHARLES A. NICHOLS	2
CLAUDE CASTELAIN	2
DENNIS J. WOODYARD	2
DON CHRISTENSEN	2
DON LUSK	4
GEORGE GORDON	14
GERRY POTTERTON	2
HANG-DUK CHO	2
HENRI COLPI	2
HOON-CHIL JOO	2
JEAN CUBAUD	8
JIM DUFFY	2
JOHN ARMSTRONG	4
JOHN KAFKA	2
JOSEPH BARBERA	8
KAZUO TERADO	2
LABER 35	8
MASANORI MIURA	2
MASATO KIMURA	28
MICHEL GAUTHIER	10
MORRIS PHILIPPE LANDROT	2
NICK BIGSBY	20
OSCAR DUFAN	54
OSCAR DUFFAU	8
OSCAR RUDOLPH	10
PETER SANDER	2
RAY JAFELICE	2
RAY PATTERSON	60
ROBERT SCHEERER	2
RUDY ZAMORA	2
SAM NICHOLSON	6
STAN PHILLIPS	2
TASUO KAYEGAMA	56
TOSHINKI HIRUMA	2
WILLIAM HANNA	16
TOTAL	398

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

AÑO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
36	CARTOON CLASICS D.A.	UM & TV CORPORATION	USA
	CARTOON CLASICS D.A.	UM & TV CORPORATION	USA
	CARTOON CLASSICS D.A.	UM & M TV CORPORATION	USA
	CARTOON CLASSICS D.A.	UM & TV CORPORTATION	USA
48	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
	TOM Y JERRY D.A.	METRO GOLDWIN MAYER	USA
49	CARTOON CLASSICS D.A.	NATIONAL TELEFILM ASSOCIATES INC.	USA
	LA GRANJA D.A.	NATIONAL TELEFILM ASSOCIATES INC.	USA
56	A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	FURIA	TELEVISION PROGRAMS OF AMERICA INC.	USA
	FURIA	TELEVISION PROGRAMS OF AMERICA INC.	USA
	FURIA	TELEVISION PROGRAMS OF AMERICA INC.	USA
	LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
57	MERRIE MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTION CORPORATION	USA
	MERRIE MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	USA
	MERRIE MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTION CORPORATION	USA
	MERRY MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	USA
	MERRY MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	USA
	MERRY MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUTIONS CORPORATION	USA
	MERRY MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	USA
	MERRY MELODIES D.A.	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	USA
59	LA PANTERA ROSA D.A.	DE PATIE; MIRISCH FILMS INC.	USA
	LA PANTERA ROSA D.A.	DE PATIE; MIRISCH FILMS INC.	USA
65	LOS HEROES DE HOGAN	CBS TELEVISION NETWORK; BING CROSBY PRODUCTIONS INC.	USA
57	SKIPPY, EL CANGURO	NORFOLK-INTERNATIONAL PRODUCTION	USA
	SKIPPY, EL CANGURO	NORFOLK-INTERNATIONAL PRODUCTION	USA
	SKIPPY, EL CANGURO	NORFOLK- INTERNATIONAL PRODUCTION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUT TELEVISION	USA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

lo	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	STAR TREK	*PARAMOUT TELEVISION*	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
	STAR TREK	PARAMOUNT TELEVISION	USA
68	BATMAN Y ROBIN D.A.	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	USA
	BATMAN Y ROBIN D.A.	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	USA
	BATMAN Y ROBIN D.A.	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	USA
	BATMAN Y ROBIN D.A.	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	USA
	BATMAN Y ROBIN D.A.	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.	USA
69	EL OSO YOGI D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	EL OSO YOGI D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	EL OSO YOGI D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	EL OSO YOGI D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	EL OSO YOGI D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS PICAPIEDRA D.A.	WANG FILM PRODUCTIONS INC; CUCKOOS NEST STUDIOS	USA
	THE ARCHIES D.A.	FILMATION ASSOCIATES; TELEPROMPTER COMPANY; THE ARCHIE COMPANY; THE SABRINA COMPANY	USA
	THE ARCHIES D.A.	FILMATION ASSOCIATES; TELEPROMPTER COMPANY; THE ARCHIE COMPANY; THE SABRINA COMPANY	USA
71	TIP Y TAP D.A.	TV DUPUIS; SEPP	BELGICA
72	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
73	LAS AVENTURAS DEL CAPITAN NEMO	ORTF ET CITE FILMS (PARIS); FILMES CINEMATOGRAFICA (ROMA); COPERCINES (MADRID)	FRANCESA; ESPAÑOLA; ITALIA;
78	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	NIPPON ANIMATION CO. LTD.	JAPON
79	BROWN HORNET	WILLIAM K. COOBY JR; FILMATION ASSOCIATES; WARNER BROSS.	USA
	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	FILMATION PRODUCTION; VIACOM PRODUCTIONS INC.	USA
	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	FILMATION PRODUCTION; VIACOM PRODUCTIONS INC.	USA
81	EL DESPERTAR D.A.	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION	JAPON
	EL DOCTOR SLUMP D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	EL DOCTOR SLUMP D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
	LA RANA VALIENTE D.A.	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT	JAPON
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MURACAMI, WOLF, SWENSON)	USA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

O	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
83	EL DESPERTAR D.A.	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION	JAPON
	EL DESPERTAR D.A.	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION	JAPON
	EL DESPERTAR D.A.	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION	JAPON
	EL DESPERTAR D.A.	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION	JAPON
	MRS. PEPPERPOR D.A.	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	JAPON
	MRS. PEPPERPOR D.A.	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	JAPON
	MRS. PEPPERPOR D.A.	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	JAPON
	MRS. PEPPERPOR D.A.	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	JAPON
84	BANANAS	JASON MENVILLE PRODUCTIONS	USA
	KIDS OF DEGRASSY STREET D.A.	TELEFILM CANADA; CANADIAN BROADCASTING CORPORATION BY PLAYING WITH TIME INC. TORONTO. CANADA	CANADA
	SEIKOTE ALAIA	DIE AUDIOVISUAL; THOSE CHARACTERS FROM CLEVELAND; AMERICAN GREETINGS CORP.	USA
	VOLTRON D.A.	WORLD EVENTS PRODUCTION	USA
	VOLTRON D.A.	WORLD EVENTS PRODUCTION	USA
	VOLTRON D.A.	WORLD EVENTS PRODUCTION	USA
	VOLTRON D.A.	WORLD EVENTS PRODUCTION	USA
	VOLTRON D.A.	WORLD EVENTS PRODUCTION	USA
	VOLTRON D.A.	WORLD EVENTS PRODUCTION	USA
35	AVENTURAS EN EL LAGO	CBC BRITISH COLUMBIA PRODUCTION	INGLATERRA
	AVENTURAS EN EL LAGO	CBC BRITISH COLUMBIA PRODUCTION	INGLATERRA
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD	FRANCIA; CANADA
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	FRANCIA; CANADA
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	FRANCIA; CANADA
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	FRANCIA; CANADA
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.	FRANCIA; CANADA
	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD	FRANCIA; CANADA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	NELVANA PRODUCTIONS; LUCAS FILM LTD.	USA
	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	NELVANA PRODUCTIONS; LUCAS FILM LTD.	USA
	STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	NELVANA PRODUCTION; LUCAS FILM LTD.	USA; CANADA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

AÑO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
1986	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION; COLUMBIA PINTURES TELEVISION	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC; TOEI ANIMATION CO. LTD.; *COLUMBIA PICTURES TELEVISION*	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	*DIC ENTERPRISES INC*; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LA BOLA DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

IO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TEEVISION	JAPON; USA
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

AÑO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	JAPON; USA;
	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES TEEVISION	JAPON; USA;
	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	TELEPIX CORPORATION SILVERHAWKS; SILVERHAWK;	USA
	SILVERWAUKS D.A.	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	USA
	SILVERWAUKS D.A.	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	USA
	SILVERWAUKS D.A.	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	USA
	SILVERWAUKS D.A.	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	USA
	SILVERWAUKS D.A.	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	USA
87	DAVID THE GNOME D.A. ENANO ROJO	UNIEBOEK,N.V.; BRB INTERNACIONAL, S.A. BBC NORTHWEST	ESPAÑA INGLATERRA
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.	JAPON
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.	JAPON
	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.	JAPON
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTAINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

IO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	LOS DINOSAUCERS D.A.	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP CHARACTERS	INGLATERRA
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP CHARACTERS	INGLATERRA
	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP CHARACTERS	INGLATERRA
	THE NEW ARCHIES D.A.	THE NEW ARCHIES; DIC ANIMATION CITY INC.	USA
	THE NEW ARCHIES D.A.	THE NEW ARCHIES; DIC ANIMATION CITY INC.	USA
38	BEVERLY HILLS BUNTZ	MTM ENTERPRISES INC.	USA
	BOBOBOBA D.A.	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	ESPAÑA
	BOBOBOBS D.A.	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	ESPAÑA
	BOBOBOBS D.A.	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	ESPAÑA
	BOBOBOBS D.A.	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	ESPAÑA
	BOBOBOBS D.A.	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA	ESPAÑA
	LA RATITA NEGRA	FR3-TRANS EUROPA PRODUCTIONS	FRANCIA
	LA RATITA NEGRA	FR3-TRANS EUROPA PRODUCTIONS	FRANCIA
	LA RATITA NEGRA	FR3-TRANS EUROPA PRODUCTIONS	FRANCIA
	LA RATITA NEGRA	FR3-TRANS EUROPA PRODUCTIONS	FRANCESA
	LA RATITA NEGRA	FR3-TRANS EUROPA PRODUCTIONS	FRANCESA
	LA RATITA NEGRA	FR3-TRANS EUROPA PRODUCTIONS	FRANCESA
	NOOZLES D.A.	FUJI EIGHT CO. LTD.	JAPON
	POLICE ACADEMY D.A.	WARNER BROS; RUBY SPEARS ENTERPRISES	USA
	POLICE ACADEMY D.A.	WARNER BROS; RUBY SPEARS ENTERPRISES	USA
9	BABAR D.A.	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY; CBC CANADA; LE CANAL FAMILLE; TELEVITION 4 SEASONS; CANAL PLUS	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BE
	BABAR D.A.	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS;	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BE

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

No	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
		FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY; CBC CANADA; LE CANAL FAMILLE; TELEVITION 4 SEASONS; CANAL PLUS	
	BABAR D.A.	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY; CBC CANADA; LE CANAL FAMILLE; TELEVITION 4 SEASONS; CANAL PLUS	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BE
	BABAR D.A.	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY; CBC CANADA; LE CANAL FAMILLE; TELEVITION 4 SEASONS; CANAL PLUS	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BE
	BABAR D.A.	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY; CBC CANADA; LE CANAL FAMILLE; TELEVITION 4 SEASONS; CANAL PLUS	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BE
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	JAPON
	LOS CASOS DEL PADRE DOWLING	VIACOM PRODUCTIONS INC.; BBC	INGLATERRA
	MI DOBLE IDENTIDAD	SUNRISE FILMS LTD.; ESCHOLASTIC PRODUCTIONS CANADA LTD.; CTV TELEVISION NETWORK LTD.	CANADA
	MI DOBLE IDENTIDAD	SUNRISE FILMS LTD.; ESCHOLASTIC PRODUCTIONS CANADA LTD.; CTV TELEVISION NETWORK LTD.	CANADA
	MI DOBLE IDENTIDAD	SUNRISE FILMS LTD.; ESCHOLASTIC PRODUCTIONS CANADA LTD.; CTV TELEVISION NETWORK LTD.	CANADA
	MI DOBLE IDENTIDAD	SUNRISE FILMS LTD.; ESCHOLASTIC PRODUCTIONS CANADA LTD.; CTV TELEVISION NETWORK LTD.	CANADA
	MI DOBLE IDENTIDAD	SUNRISE FILMS LTD.; ESCHOLASTIC PRODUCTIONS CANADA LTD.; CTV TELEVISION	CANADA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

AÑO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
		NETWORK LTD.	
	SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
1990	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISE INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISE INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.	USA
	CAPITAN PLANETA D.A.	PROGRAM TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.; RTL PLUS	USA
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	HARVEY COMICS ENTERTAINMENTS	INGLATERRA
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	HARVEY COMICS ENTERTEIMENT	INGLATERRA
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	INGLATERRA
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	INGLATERRA
	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	INGLATERRA
	D.A.	THE SLEEPY KIDS COMPANY LIMITED; HANNA BARBERA PRODUCTIONS; POTSWORTH CO.	USA
	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.	THE SLEEPY KIDS COMPANY LIMITED; HANNA BARBERA PRODUCTIONS; POTSWOORTH CO.	USA
	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISION INTERNATIONAL; THE FAMILY CHANNEL INC.; CULINAR INC.	YUGOSLAVIA; CANADA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

ÑO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISION INTERNATIONAL; THE FAMILY CHANNEL INC.; CULINAR INC.	YUGOSLAVIA; CANADA
	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISION INTERNATIONAL; THE FAMILY CHANNEL INC.; CULINAR INC.	YUGOSLAVIA; CANADA
	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISION INTERNATIONAL; THE FAMILY CHANNEL INC.; CULINAR INC.	YUGOSLAVIA; CANADA
	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISION INTERNATIONAL; THE FAMILY CHANNEL INC.; CULINAR INC.	YUGOSLAVIA; CANADA
	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISION INTERNATIONAL; THE FAMILY CHANNEL INC.; CULINAR INC.	YUGOSLAVIA; CANADA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN,	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

IO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.		
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	USA
	PARKER LEWIS	CLYDE PHILIPS PRODUCTIONS; COLUMBIA PICTURES TELEVISION	USA
	PETER PAN D.A.	NIPPON ANIMATION CO. LTD.; SABAN ENTERTAINMENT; SABAN INTERNATIONAL SERVICES INC. SABAN INTERNATIONAL N.Y.	USA
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	FRANCIA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

ño	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	FRANCIA
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	FRANCIA
	SHARKY Y GEORGES D.A.	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGROUPE; CANAL + FRANCIA	FRANCIA
	THE COBI TROUPE D.A.	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	ESPAÑA
	THE COBI TROUPE D.A.	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	ESPAÑA
	THE COBI TROUPE D.A.	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	ESPAÑA
	THE COBI TROUPE D.A.	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	ESPAÑA
	THE COBI TROUPE D.A.	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92	ESPAÑA
	THE COBI TROUPE D.A.	EL COMITE ORGANIZADOR DE LOS JUEGOS OLIMPICOS BARCELONA 92	ESPAÑA
	THE COBI TROUPE D.A.	EL COMITE ORGANIZADOR DE LOS JUEGOS OLIMPICOS BARCELONA 92	ESPAÑA
91	ALAN MOORE	EPISA (EUSKAL PICTURES INTERNATIONAL S.A.); ETB (EUSKAL TELEBISTA); TELEMADRID	ESPAÑA
	CLYDE D.A.	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES; FILMFAIR	FRANCIA; CANADA
	CLYDE D.A.	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES; FILMFAIR	FRANCIA; CANADA
	CLYDE D.A.	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES; FILMFAIR	FRANCIA; CANADA
	CLYDE D.A.	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES; FILMFAIR	FRANCIA; CANADA
	CLYDE D.A.	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES; FILMFAIR	FRANCIA; CANADA
	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.	D'OCON FILMS; TVE S.A.; RAI1; TF1	ESPAÑA
	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; HBO; M6; FR3	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BE
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA

RELACION CLASIFICADA POR AÑO,SERIE,PRODUCTORA,NACIONALIDAD

IO	SERIE	PRODUCTORA	NACIONALIDAD
	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	USA
	LUCKY LUCK D.A.	DARGAUD FILMS; IDDH; GROUPE BRUNO; RENE HUCHEZ; FR3 PROGRAMMES; MIREILLE CHALVON; CENTRE NATIONAL DE LA CINEMATOGRAPHIE;RTL PLUS; EXTRAFILM;	USA
	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	WORLD WIDE DISTRIBUTION; ROYAL COMMUNICATIONS INTERNATIONAL; JAMBRE	INGLATERRA; USA
92	BEVERLYU HILLS TEENS	EUROARTS ENTERTAINMENT; OHG (STUTGART) RTL PLUS	USA
	EL PRINCIPE DE BEL AIR	NATIONAL BROADCASTING COMPANY INC.; THE STUFFE DOG COMPANY; QUEENCY JONES ENTERTAINMENT	USA
	ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.	PRODICIS; TVE S.A.; FR3; CANAL + FRANCIA; WDR; SWF; RETEITALIA; SOCIETE RADIO-CANADA; SSR RADIOTELEVISION; OY-YLESRADIO AB.; BRT; RTBF	ESPAÑA
	FANTASIA (¿QUIERES QUE TE LO CUENTE?	PAN LATINA FILMS	ESPAÑA

CANAL	PROGRAMA	SERIE	PRODUCTORA
TV-3	A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	S	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA B
TV-3	A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.	S	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA B
TVE1	AVENTUREROS DEL AIRE D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;C
CANAL +	BABAR D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; FR3; THE CLIFFORD ROXX COMPANY;C
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	THE DUCONY PRODUCTIONS INC.
TV-3	BOBOBOBA D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	BRB INTERNACIONAL S.A.; TV3 TELEVISIO DE CATALUNYA
ANTENA3	BUCKY O'HARE D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS; IDDH; SUNBOW PRODUCTIONS INC.
CHILDREN'S TELEVISION	BUCKY O'HARE D.A.	S	SUNBOW PRODUCTIONS INC.; ALRAMS GENTILE ENTERTAINMENT INC.
RTL PLUS	CAPITAN AMERICA D.A.	S	MARVEL UNIVERSUM
RTL PLUS	CAPITAN PLANETA D.A.	S	PROGRAM TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.; RTL PLUS
ETB-1	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISE INC.
TVG	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
CANAL 9	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
CANAL 9	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISE INC.
CANAL SUR	CAPITAN PLANETA D.A.	S	TBS PRODUCTIONS INC.; DIC ENTERPRISES INC.
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASICS D.A.	S	UM & TV CORPORATION
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASICS D.A.	S	UM & TV CORPORATION
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	NATIONAL TELEFILM ASSOCIATES INC.
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	UM & M TV CORPORATION
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	UM & TV CORPORTATION
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAINMENTS
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS

TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTAIMENTS	
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	HARVEY COMICS ENTERTEIMENT	
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION; COLUMBIA PINTURES TELEVISION	
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TVE1	CLUB DISNEY (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, CLASICOS WALT DISNEY)	P	BUENA VISTA PRODUCTIONS; NOSKI PRODUCTIONS; TVE S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TV3 S.A.	
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCE ANIMATION; TF1; CINAR; CENTRAL TELEVISION ENTERPRISES;	F
CHILDREN'S TELEVISION	COMMANDER CRUMBCAKE D.A.	S	VTR PRODUCTIONS LIMITED TORONTO; EASTERN SOUND TORONTO; VIDEO	R
CHILDREN'S TELEVISION	COOL MC COOL D.A.	S	KING FEATURES CABALIST	
TVE1	CHIP Y CHOP D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION	
CHILDREN'S TELEVISION	DAVID THE GNOME D.A.	S	UNIEBOEK,N.V.; BRB INTERNACIONAL, S.A.	
TVE1	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.	S	D'OCON FILMS; TVE S.A.; RAI1; TF1	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	GENERAL MILLS INC.; HANK KETCHAM ENTERPRISES INC.	
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.	
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.	
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.	

TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	TELE5 S.A.
TV-3	D.A.	S	THE SLEEPY KIDS COMPANY LIMITED; HANNA BARBERA PRODUCTIONS; P
TV-3	D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION ; ASSOCIATED ARTISTS PRODUCTIONS
ANTENA3	EL CONDE QUACULA D.A.	S	FILMATION PROD; VIACOM PRODUCTIONS INC.
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	MK COMPANY; MGM; UA TELEVISION
TV-3	EL DOCTOR SLUMP D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TV-3	EL DOCTOR SLUMP D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
ANTENA3	EL INSPECTOR D.A.	S	FONOS UNITED ARTIST; MIRISCH, GEORGE, DEP.
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
TVE1	ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.	S	PRODICIS; TVE S.A.; FR3; CANAL + FRANCIA; WDR; SWF; RETEITALIA; S
CHILDREN'S TELEVISION	ERASE UNA VEZ... EL ESPACIO D.A.	S	PROCIDIS PRODUCTION (PARIS)
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
TELE5	ERIKO D.A.	S	T.V.SETOUCHI; BIG WEST; ASHI PRODUCTIONS
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD.
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD
SKY ONE	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; MATTEL; ICC TV PRODUCTIONS, LTD
RTL PLUS	HANNA BARBERA PARTY (DIBUJOS ANIMADOS)	P	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
CHILDREN'S TELEVISION	HEP CAT SYMPHONY D.A.	S	RCA
SKY ONE	INSPECTOR GADGET D.A.	S	AIC; ASIA DOCUCKOO`S; DIC ENTERPRISES INC.; FR3; NELVANA FIELD C
CHILDREN'S TELEVISION	KIDS OF DEGRASSY STREET D.A.	S	TELEFILM CANADA; CANADIAN BROADCASTING CORPORATION BY PLAYING WITH T
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELEMADRID	LA BANDA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.

TELEMADRID	LA BANDA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
CANAL SUR	LA BOLA DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
CHILDREN'S TELEVISION	LA GRANJA D.A.	S	NATIONAL TELEFILM ASSOCIATES INC.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ANTENA3 DE TELEVISION S.A.
ANTENA3	LA PANTERA ROSA D.A.	S	DE PATIE; MIRISCH FILMS INC.
ANTENA3	LA PANTERA ROSA D.A.	S	DE PATIE; MIRISCH FILMS INC.
TV-3	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.	S	THE SLEEPY KIDS COMPANY LIMITED; HANNA BARBERA PRODUCTIONS; P
CANAL 9	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	CORAL PICTURES CORPORATION
CANAL 9	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	CORAL PICTURES CORPORATION
CANAL SUR	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	CORAL PICTURES CORP.
SKY ONE	LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.	S	WARNER BROS
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	YASUMI YOSHIZAWA; TMS ENTERTAINMENT
TELEMADRID	LA TIRA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELEMADRID S.A.
TELE5	LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
TELE5	LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	CINAR FILMS PRODUCTION; VIACOM INTERNATIONAL INC.
CANAL +	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.	S	STUDIO ELLIPSE; NELVANA PRODUCTIONS; HBO; M6; FR3
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	NIPPON ANIMATION CO. LTD.
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD

TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
ETB-2	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	BIRD; SHEISHA; FUJI; TOEI ANIMATION CO. LTD.	
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TV-3	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
TVG	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	

SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MUKAMI, WOLF, SWENSON)	
ETB-1	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURACAMI, WOLF, SWENSON)	
TELEMADRID	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)	
TELEMADRID	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)	
CANAL SUR	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	MWS INC. (MURAKAMI, WOLF, SWENSON)	
ANTENA3	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	S	FILMATION PRODUCTION; VIACOM PRODUCTIONS INC.	
ANTENA3	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	S	FILMATION PRODUCTION; VIACOM PRODUCTIONS INC.	
TV-3	LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	S	WOLF PRODUCTION INC.; LARRY HARMON PICTURES CORPORATION; HANNA	B
CHILDREN'S TELEVISION	LE PIAF D.A.	S	CDC PRODUCTION; STUDIO BRIZZI FILMS	
TVG	LOS BIONICOS D.A.	S	MCA TELEVISION LIMITED	
TV-3	LOS BIONICOS D.A.	S	MCA TELEVISION LIMITED	
RAI DUE	LOS BIONICOS D.A.	S	MCA TELEVISION LIMITED	
TVG	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	DIC ENTERPRISES INC.; TOEI ANIMATION CO. LTD.; COLUMBIA PICTURES	T
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION;	D
TELEMADRID	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTAINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
CANAL SUR	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTAINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION;	
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E

ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	LIGHTYEAR ENTERTEINMENT; COLUMBIA PICTURES TELEVISION; DIC	E
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS	
ANTENA3	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION SILVERHAWKS; SILVERHAWK;	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	THE CANADIAN BROADCASTING CORPORATION TELE-IMAGES; IMAGES TELEVISIONI	
RTL PLUS	LOS PICAPIEDRA D.A.	S	WANG FILM PRODUCTIONS INC; CUCKOOS NEST STUDIOS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C

TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	RANKIN; BASS PRODUCTIONS, INC.; THE COMIC STRIP; THE COMIC STRIP	C
RTL PLUS	LUCKY LUCK D.A.	S	DARGAUD FILMS; IDDH; GROUPE BRUNO; RENE HUCHEZ; FR3 PROGRAMMES;	M
CHILDREN'S TELEVISION	MERLIN AND THE DRAGONS D.A.	S	SHANGAY ANIMATION FILM STUDIO; HI TOPS VIDEO MEDIA; HOME	E
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTION CORPORATION	
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTION CORPORATION	
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUCTIONS CORPORATION	
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	WARNER BROS PRODUTIONS CORPORATION	
TVE1	MICKEY Y PLUTO D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION	
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	TELEFILM CANADA; GAKKEN CO. LTD.	
CHILDREN'S TELEVISION	NOOZLES D.A.	S	FUJI EIGHT CO. LTD.	
TVE1	PATO AVENTURAS D.A.	S	WALT DISNEY TELEVISION ANIMATION	
RTL PLUS	PETER PAN D.A.	S	NIPPON ANIMATION CO. LTD.; SABAN ENTERTAINMENT; SABAN INTERNATIONAL	S
TELE5	PIRUETAS D.A.	S	ASAU; IZUMI SYUEISYA; TATSUNOKI PRO.	
TELE5	PIRUETAS D.A.	S	ASAU; IZUMI SYUEISYA; TATSUNOKI PRO.	
SKY ONE	POLICE ACADEMY D.A.	S	WARNER BROS; RUBY SPEARS ENTERPRISES	
SKY ONE	POLICE ACADEMY D.A.	S	WARNER BROS; RUBY SPEARS ENTERPRISES	
ETB-1	RAMBO D.A.	S	RUBY SPEARS ENTERPRISES; THE TAFT ENTERTAIMENT COMPANY	
RTL PLUS	SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.	S	HANNA BARBERA PRODUCTIONS	
TV-3	SEABERT D.A.	S	SEPP-INTER-BRUSSELS; ANTENNE2; FM1; SEPP-INTER-BZZ	
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGRUUPE; CANAL + FRANCIA;	
CHILDREN'S TELEVISION	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	ANTENNE2; LABER 35; FR3; CINEGROUPE; CANAL + FRANCIA	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	RAI; TMS ENTERTAINMENT; REVER	
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	TELEPIX CORPORATION; SILVERHAWKS; SILVERHAUK	
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2;	C

SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2; C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2; C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2; C
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	RMC AUDIOVISUEL; MONTE CARLO PRODUCTIONS; TELE HACHETTE; ANTENNE 2; C
CANAL 9	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	NELVANA PRODUCTIONS; LUCAS FILM LTD.
CANAL 9	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	NELVANA PRODUCTIONS; LUCAS FILM LTD.
TELEMADRID	STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	NELVANA PRODUCTION; LUCAS FILM LTD.
CHILDREN'S TELEVISION	STORIES WITHOUT WORDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ROMANIA FILM; ANIMAFILM
TELE5	SUPER GUAY DEL DOMINGO (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY DEL SABADO (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	TELE5 S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	CANAL SUR S.A.
TV-3	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	WORLD WIDE DISTRIBUTION; ROYAL COMMUNICATIONS INTERNATIONAL; JAMBRE
SKY ONE	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	JAMBRE;
SKY ONE	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	JAMBRE;
ANTENA3	THE ARCHIES D.A.	S	FILMATION ASSOCIATES; TELEPROMPTER COMPANY; THE ARCHIE COMPANY; T
ANTENA3	THE ARCHIES D.A.	S	FILMATION ASSOCIATES; TELEPROMPTER COMPANY; THE ARCHIE COMPANY; T
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	COMITE ORGANIZADOR OLIMPICO BARCELONA 92
TELEMADRID	THE COBI TROUPE D.A.	S	EL COMITE ORGANIZADOR DE LOS JUEGOS OLIMPICOS BARCELONA 92
TELEMADRID	THE COBI TROUPE D.A.	S	EL COMITE ORGANIZADOR DE LOS JUEGOS OLIMPICOS BARCELONA 92
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION

SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY TELEVISION
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	SKY ONE
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.	S	PARAFRANCE COMMUNICATION PRODUCTION
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ARCHIES D.A.	S	THE NEW ARCHIES; DIC ANIMATION CITY INC.
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ARCHIES D.A.	S	THE NEW ARCHIES; DIC ANIMATION CITY INC.
SKY ONE	THE NEW FAT ALBERT SHOW AND THE COSBY KIDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	WILLIAM K. COOBY JR; FILMATION ASSOCIATES; WARNER BROSS.
TV-3	TIP Y TAP D.A.	S	TV DUPUIS; SEPP
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
RAI DUE	TOM Y JERRY D.A.	S	METRO GOLDWIN MAYER
SKY ONE	TRANSFORMERS D.A.	S	MARVEL PRODUCTIONS, LTD; SUNBOW PRODUCTIONS
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	WORLD EVENTS PRODUCTION
CHILDREN'S TELEVISION	WIDGET D.A.	S	KBS MEDIA ENTERPRISES; SEI YOUNG ANIMATION CO. LTD.
CHILDREN'S TELEVISION	ZOO OLYMPICS D.A.	S	ROOSTER; ALIGATOR; PICHA

CANAL	PROGRAMA	SERIE	NACIONALID
ANTENA3	BUCKY O'HARE D.A.	S	
ANTENA3	EL CONDE QUACULA D.A.	S	USA
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	JAPON
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	JAPON
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	JAPON
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	JAPON
ANTENA3	EL DESPERTAR D.A.	S	JAPON
ANTENA3	EL INSPECTOR D.A.	S	USA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA GUARDERIA (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, MUSICA, POEMAS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA MERIENDA (CONCURSOS, SERIES, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
ANTENA3	LA PANTERA ROSA D.A.	S	USA
ANTENA3	LA PANTERA ROSA D.A.	S	USA
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LA RANA VALIENTE D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LAS AVENTURAS DE MEMO KOALA D.A.	S	JAPON
ANTENA3	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	S	USA
ANTENA3	LAS URRACAS PARLANCHINAS D.A.	S	USA
ANTENA3	LOS HALCONES PLANETARIOS D.A.	S	USA
ANTENA3	MUJERCITAS D.A.	S	JAPON
ANTENA3	MUJERCITAS D.A.	S	JAPON
ANTENA3	SPIDERMAN D.A.	S	USA
ANTENA3	THE ARCHIES D.A.	S	USA
ANTENA3	THE ARCHIES D.A.	S	USA
CANAL 9	CALIMERO D.A.	S	

CANAL 9	CALIMERO D.A.	S	
CANAL 9	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
CANAL 9	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
CANAL 9	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	USA
CANAL 9	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	USA
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	JAPON
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA;
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA;
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA;
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA;
CANAL 9	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA;
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	USA
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	USA
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	USA
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	USA
CANAL 9	LOS GUARDIANES DEL ESPACIO D.A.	S	USA
CANAL 9	NANET MAGIC D.A.	S	
CANAL 9	NANET MAGIC D.A.	S	
CANAL 9	NANET MAGIC D.A.	S	
CANAL 9	NANET MAGIC D.A.	S	
CANAL 9	NANET MAGIC D.A.	S	
CANAL 9	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	USA
CANAL 9	STAR WARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	USA
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	USA
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	USA
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	USA
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	USA
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	USA
CANAL 9	VOLTRON D.A.	S	USA
CANAL SUR	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA

CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
CANAL SUR	LA BOLA DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LA PEQUEÑA LULU D.A.	S	USA
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
CANAL SUR	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
CANAL SUR	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	ESPAÑA
CANAL SUR	TELETRASTO (DIBUJOS ANIMADOS, ENTRETENIMIENTO)	P	ESPAÑA
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
CANAL SUR	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
CANAL +	BABAR D.A.	S	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BELGICA
CANAL +	BABAR D.A.	S	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BELGICA
CANAL +	BABAR D.A.	S	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BELGICA
CANAL +	BABAR D.A.	S	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BELGICA
CANAL +	BABAR D.A.	S	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BELGICA
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	FRANCIA; CANADA
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	FRANCIA; CANADA
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	FRANCIA; CANADA
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	FRANCIA; CANADA
CANAL +	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	FRANCIA; CANADA
CANAL +	LAS AVENTURAS DE TINTIN D.A.	S	CANADA; NORTEAMERICA; FRANCIA; BELGICA
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	FRANCIA
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	FRANCIA
CANAL +	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	FRANCIA
CHILDREN'S TELEVISION	BUCKY O'HARE D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASICS D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASICS D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	USA

CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	CARTOON CLASSICS D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	COMMANDER CRUMBCAKE D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	COOL MC COOL D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	DAVID THE GNOME D.A.	S	ESPAÑA
CHILDREN'S TELEVISION	ERASE UNA VEZ... EL ESPACIO D.A.	S	FRANCIA
CHILDREN'S TELEVISION	HEP CAT SYMPHONY D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	KIDS OF DEGRASSY STREET D.A.	S	CANADA
CHILDREN'S TELEVISION	LA GRANJA D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	LE PIAF D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	MERLIN AND THE DRAGONS D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	NOOZLES D.A.	S	JAPON
CHILDREN'S TELEVISION	PIGLEDY & FREDERICK D.A	S	
CHILDREN'S TELEVISION	SHARKY Y GEORGES D.A.	S	FRANCIA
CHILDREN'S TELEVISION	STORIES WITHOUT WORDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	
CHILDREN'S TELEVISION	STORIES WITHOUT WORDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	RUMANIA
CHILDREN'S TELEVISION	STORIES WITHOUT WORDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	
CHILDREN'S TELEVISION	STORIES WITHOUT WORDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ADVENTURES OF HE-MAN D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ARCHIES D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	THE NEW ARCHIES D.A.	S	USA
CHILDREN'S TELEVISION	WIDGET D.A.	S	
CHILDREN'S TELEVISION	ZOO OLYMPICS D.A.	S	
ETB-1	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
ETB-1	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
ETB-1	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
ETB-1	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA

ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, LOS SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	S	USA
ETB-1	RAMBO D.A.	S	USA
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
ETB-1	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
ETB-2	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
MBC	LOS PITUFOS (SMURES) D.A.	S	
RAI DUE	LOS BIONICOS D.A.	S	
RAI DUE	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
RTL PLUS	CAPITAN AMERICA D.A.	S	
RTL PLUS	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	USA
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	USA
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	USA
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	USA
RTL PLUS	EL OSO YOGI D.A.	S	USA
RTL PLUS	HANNA BARBERA PARTY (DIBUJOS ANIMADOS)	P	USA
RTL PLUS	LOS PICAPIEDRA D.A.	S	USA
RTL PLUS	LUCKY LUCK D.A.	S	USA
RTL PLUS	PETER PAN D.A.	S	USA
RTL PLUS	SCOOBY DOO, WHERE ARE YOU D.A.	S	USA
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	
SKY ONE	DENNIS D.A.	S	
SKY ONE	GUERREROS SOBRE RUEDAS D.A.	S	FRANCIA; CANADA
SKY ONE	INSPECTOR GADGET D.A.	S	
SKY ONE	LA PEQUEÑA SIRENITA D.A.	S	
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	JAPON

SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	JAPON
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	JAPON
SKY ONE	MRS. PEPPERPOR D.A.	S	JAPON
SKY ONE	POLICE ACADEMY D.A.	S	USA
SKY ONE	POLICE ACADEMY D.A.	S	USA
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	
SKY ONE	SHERLOCK HOUND D.A.	S	
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	USA
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	USA
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	USA
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	USA
SKY ONE	SILVERWAUKS D.A.	S	USA
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	
SKY ONE	SPARTAKUS AND THE SUN BENEATH THE SEA D.A.	S	
SKY ONE	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	
SKY ONE	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (ENTRETENIMIENTO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE D.J. KAT SHOW (PROGRAMA CON DIBUJOS ANIMADOS)	P	INGLATERRA
SKY ONE	THE NEW FAT ALBERT SHOW AND THE COSBY KIDS (DIBUJOS ANIMADOS)	P	USA
SKY ONE	TRANSFORMERS D.A.	S	
TELE5	ALEGRE JUVENTUD D.A.	S	JAPON
TELE5	ALEGRE JUVENTUD D.A.	S	JAPON
TELE5	ALEGRE JUVENTUD D.A.	S	JAPON
TELE5	ALEGRE JUVENTUD D.A.	S	JAPON

TELE5	ALEGRE JUVENTUD D.A.	S	JAPON
TELE5	AVENTURA DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	USA
TELE5	BANNER Y FLAPPY D.A.	S	
TELE5	BANNER Y FLAPPY D.A.	S	
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	USA
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	USA
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	USA
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	USA
TELE5	BATMAN Y ROBIN D.A.	S	USA
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	ESPAÑA
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	ESPAÑA
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	ESPAÑA
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	ESPAÑA
TELE5	DESAYUNA CON ALEGRIA (DIBUJOS ANIMADOS, CONCURSO)	P	ESPAÑA
TELE5	DESTELLO AZUL D.A.	S	JAPON
TELE5	DESTELLO AZUL D.A.	S	JAPON
TELE5	DESTELLO AZUL D.A.	S	JAPON
TELE5	DESTELLO AZUL D.A.	S	JAPON
TELE5	DESTELLO AZUL. D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	ERIKO D.A.	S	JAPON
TELE5	FORMULA UNO D.A.	S	FRANCIA
TELE5	FORMULA UNO D.A.	S	FRANCIA
TELE5	LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	USA
TELE5	LAS AVENTURAS DE LOS PICAPIEDRA D.A.	S	USA
TELE5	LOS RESCATADORES D.A.	S	USA
TELE5	LOS RESCATADORES D.A.	S	USA
TELE5	LOS RESCATADORES D.A.	S	USA
TELE5	LOS RESCATADORES D.A.	S	USA
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	LUPIN III D.A.	S	JAPON
TELE5	PEABBLES, DINO Y BAMM-BAMM D.A.	S	USA
TELE5	PIRUETAS D.A.	S	JAPON

TELE5	PIRUETAS D.A.	S	JAPON
TELE5	SUPER GUAY DEL DOMINGO (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY DEL SABADO (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELE5	SUPER GUAY (CONCURSOS PATROCINIO, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA DE... VERANO (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA BANDA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LA TIRA (DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TELEMADRID	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	
TELEMADRID	LAS RANAS CALLEJERAS D.A.	S	
TELEMADRID	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	
TELEMADRID	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	
TELEMADRID	LOS DINOSAUCERS D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA

TELEMADRID	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS,Y OTROS) D.A.	S	USA
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	INGLATERRA
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	INGLATERRA
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	INGLATERRA
TELEMADRID	LOS TIGRES DEL MAR D.A.	S	
TELEMADRID	STARWARDS DROIDS (AVENTURAS DE R2-D2 Y C-3PO) D.A.	S	USA; CANADA
TELEMADRID	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
TELEMADRID	THE COBI TROUPE D.A.	S	ESPAÑA
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
TELEMADRID	TOM Y JERRY D.A.	S	USA
TVE1	AVENTUREROS DEL AIRE D.A.	S	USA; JAPON
TVE1	CLUB DISNEY (CONCURSOS, DIBUJOS ANIMADOS, CLASICOS WALT DISNEY)	P	ESPAÑA
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCIA; CANADA
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCIA; CANADA
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCIA; CANADA
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCIA; CANADA
TVE1	CLYDE D.A.	S	FRANCIA; CANADA
TVE1	CHIP Y CHOP D.A.	S	USA
TVE1	DELFY Y SUS AMIGOS D.A.	S	ESPAÑA
TVE1	ERASE UNA VEZ LAS AMERICAS D.A.	S	ESPAÑA
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	YUGOSLAVIA; CANADA
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	YUGOSLAVIA; CANADA
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	YUGOSLAVIA; CANADA
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	YUGOSLAVIA; CANADA
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	YUGOSLAVIA; CANADA
TVE1	LOS OSITOS VOLADORES D.A.	S	YUGOSLAVIA; CANADA
TVE1	MICKEY Y PLUTO D.A.	S	USA
TVE1	PATO AVENTURAS D.A.	S	USA
TVG	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TVG	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TVG	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
TVG	LOS BIONICOS D.A.	S	
TVG	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TVG	PRIMERA LINEA D.A.	S	
TV-3	A LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	S	USA
TV-3	A LAUREL & HARDY CARTOON D.A.	S	USA
TV-3	BOBOBOBA D.A.	S	ESPAÑA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	ESPAÑA

TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	ESPAÑA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	ESPAÑA
TV-3	BOBOBOBS D.A.	S	ESPAÑA
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TV-3	CAPITAN PLANETA D.A.	S	USA
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	INGLATERRA
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	INGLATERRA
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	INGLATERRA
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	INGLATERRA
TV-3	CASPER Y SUS AMIGOS D.A.	S	INGLATERRA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	CLUB SUPER 3 (CLUB SUPER 3, DIBUJOS ANIMADOS)	P	ESPAÑA
TV-3	D.A.	S	USA
TV-3	D.A.	S	
TV-3	EL DOCTOR SLUMP D.A.	S	JAPON
TV-3	EL DOCTOR SLUMP D.A.	S	JAPON
TV-3	LA PATRULLA DE LOS OVNIS D.A.	S	USA
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON

TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS BOLAS DEL DRAGON Z D.A.	S	JAPON
TV-3	LAS TORTUGAS NINJA D.A.	S	USA
TV-3	LAUREL Y HARDY CARTOON D.A.	S	USA
TV-3	LOS BIONICOS D.A.	S	
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS CAZAFANTASMAS D.A.	S	JAPON; USA
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TV-3	LOS SUPERHEROES (SUPERMAN, BATMAN, SUPERGEMELOS, Y OTROS) D.A.	S	USA
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRIE MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	MERRY MELODIES D.A.	S	USA
TV-3	SEABERT D.A.	S	
TV-3	THE ADVENTURES OF THE LITTLE PRINCE D.A.	S	INGLATERRA; USA
TV-3	TIP Y TAP D.A.	S	BELGICA

EXTRACTO DEL INFORME DE LA COMISION DE CULTURA, JUVENTUD, EDUCACION Y MEDIOS DE COMUNICACION DEL PARLAMENTO EUROPEO SOBRE LA PROMOCION DEL LIBRO Y EL DESARROLLO DE LA CULTURA EN EUROPA (Documento de Sesión, 15 de abril de 1992).

MARCO GENERAL DEL INFORME:

> "Punto 2: El desarrollo espectacular de los nuevos medios de comunicación, el influjo creciente del sector audiovisual, el desarrollo de las nuevas tecnologías y las deficiencias de la enseñanza constituyen una amenaza para el futuro del libro. A pesar de los poderosos aspectos de los medios audiovisuales, la palabra escrita es la más capaz de dar forma a las ideas de manera objetiva. La lectura estimula la imaginación y desarrolla el espíritu crítico en una sociedad saturada de información."

FIJACION DE OBJETIVOS:

> "Punto 1: Fomentar la cultura facilitando el acceso al libro. El objetivo esencial del informe es el fomento de la lectura y por

tanto la valoración del libro como instrumento de cultura. El objetivo primordial es fomentar la lectura por todos los MEDIOS."

MEDIDAS DESTINADAS A FAVORECER EL ACCESO SOCIAL AL LIBRO

"a. Objetivo: Permitir el acceso al libro a las categorías sociales desfavorecidas por razones económicas o de invalidez.
b. Propuestas:
b.1.: Ayuda a los invidentes mediante la utilización de las nuevas tecnologías que permiten transcribir directamente las obras bien en BRAILLE, bien en síntesis vocal..."

MEDIDAS DESTINADAS A FAVORECER EL ACCESO TECNICO AL LIBRO

"a. El libro y la edición deben seguir de cerca las innovaciones tecnológicas con el fin de resistir otros soportes culturales multimedia."

PROPUESTA DE RESOLUCION

"Considerando K":

"La acción comunitaria en el ámbito de la cultura y la enseñanza debe encaminarse entre otras cosas a la lucha contra el analfabetismo y a la estimulación de la lectura y, por tanto, se debe facilitar en general el acceso al libro, pero también en sentito lingüístico, social, económico y técnico.

"Considerando N":

"1. La escuela debe seguir siendo el lugar pri vilegiado para el aprendizaje del fomento y la lectura".

PROPUESTAS DEL PARLAMENTO EUROPEO: PROGRAMA GUTENBERG

"1. La comisión supradicha propone que en el marco del programa MEDIA se fomenten coproducciones europeas en favor de la lectura mediante una edición periódica europea, audiovisual y literaria."

LAS TELEVISIONES AUTONOMICAS

En España hay en la actualidad seis televisiones autonómicas que han formado la Federación de Organismos de Radiotelevisión Autonómicas (FORTA): CANAL SUR, TELEMADRID, CANAL-9, TELEVISION GALICIA, TV-3 Y EUSKAL TELEBISTA. Estos canales de las Comunidades Autónomas dependen del presupuesto público, de ventas publicitarias y de subvenciones.

De todas ellas, Canal Sur, Canal-9 y TV3 presentan los índices de audiencia más altos.

Los canales autonómicos firmaron un acuerdo el 29 de enero de 1992 por el que sus departamentos de publicidad se encargan de la venta de anuncios en sus ámbitos de influencia, pudiendo los anunciantes diseñar sus campañas para anunciarse en uno, dos o todos los canales autonómicos con descuentos relacionados con el número de canales contratados, a semajanza del FR 3 francés.(1).

TELEMADRID es la única cadena autonómica que no ha recibido subvenciones públicas es TELEMADRID que, con un presupuesto para 1992 de 16.300 millones sólo ha obtenido en 1991 5.800 de ingresos de publicidad. (2) Según el informe Noticias de la Comunicación del EGM, la producción propia es un 39 % y la ajena es el 61 %. Sus series cuentan con un 47 %

de la audiencia.

CANAL SUR tiene un subvención de la Junta de Andalucía muy importante, a pesar de haber decrecido la cifra. (2) Según el EGM 1991 sus canales infantiles son los de más éxito de todas las televisiones autonómicas.

TV-3 con TV-3 y Canal 33 cuenta con una subvención de la Generalitad de Catalunya y de ingresos publicitarios (14.100 millones de pesetas en 1991) (2). Su audiencia es de 39'1 %.

CANAL-9 cuenta con una subvención de la Generalitat Valenciana que le permite afrontar la mitad de sus gastos. La otra mitad le viene de anuncios publicitarios. Ocupa el segundo lugar en cuanto a audiencia, (41'8 %)

EUSKAL TELEBISTA con ETB-1 y ETB-2 tienen el índice de audiencia más bajo, esceptuando el Canal-33, pero en cambio cuentan con el índice más alto de producción propia (70 %).

TVG ocupa el cuarto puesto de audiencia. Tiene un subvención muy importante de la Xunta y escasos ingresos publicitarios. Su producción propia es muy baja (37 %).

TELEVISION EN ESPAÑA

Según un sondeo de opinión realizado por Off the Record en 1991 a una muestra de población de más de 18 años piensa:

Un 11 %, que los programas de TVE1 mejoraron en el segundo trimestre de 1991; los de TELE5, en un 27 %; los de Antena 3, en un 10 %; un 11 % cree que en ningún canal se produjo mejoría en la programación. Un 17 % cree que empeoró la calidad de los de TVE-1 y un 21 %, que no empeoró en ninguna cadena.

En lo referente a los concursos: el 33 % de la muestra valora a Tele5 como la que ofrece la mejor programación. El 17 % cree que la mejor es TVE-1 y el 11 %, Antena3. Un 17 % cree que empeoró la calidad de los de TVE-1.

Respecto a las series, el 18 % cree que han mejorado las de TELE5 y el 16 % lo cree de las de TVE-1.

En lo referente a las películas, la mayor parte de los encuestados estiman que ha mejorado la emisión. Sólo un 14 % opina que ha habido una involución en las de TVE-1, un 12 % en Antena 3 y un 10 % en TVE-2.

En cuanto a concursos, series y películas, Tele5 es la más valorada.

El 30 % de los entrevistados consideró que TVE-1 se caracteriza por la profesionalidad, el 21 % por el nivel cultural.; TVE-2, por su nivel cultural (22 %); Tele5 por

exceso de publicidad (53 %).

En general, TVE-1 alcanza en todos los programas estudiados la cifra de mayor audiencia. A pesar de ésto, Tele5 es la cadena que recibe mayor valoración, seguida de las Autonómicas (TV-3, CANAL SUR, CANAL-9, TVG, TELEMADRID, EUSKAL TELEBISTA), TVE-1, Antena3 y TVE-2.

Los mismos resultados se obtiene del sondeo realizado por OTR/IS en julio de 1991: Tele5 es la cadena que obtiene mayor valoración y Antena 3 y TVE-2 las que peor. Destaca TVE-1 por su profesionalidad, TVE-2 por su nivel cultural y Tele5 por su excesiva publicidad (53%), que no resta valoración ni audiencia a sus concursos, series y películas.

Son TVE-1 y TVE-2 las cadenas mejor consideradas en lo referente a valoración cultural.

Los canales autonómicos son los que tienen menos recursos.

OFF THE RECORD S.A.	Sondeo de opinión. Julio 1991
OTR/IS	Sondeo de opinión sobre programación de televisión, julio 1991

CENTROS REGIONALES TVE Y TELEVISIONES AUTONOMICAS

Antes de afrontar el problema que nos atañe, vamos a definir qué es una región.

> "El espacio geográfico y su correspondiente comunidad humana a la que sirve el organismo de radiotelevisión". (1)

Si partimos de que, desde unas perspectiva autonomista, las comunidades autónomas forman parte de la organización administrativa, política y territorial del Estado, aunque las televisiones autonómicas emitan tan sólo para un territorio determinado, tenemos dos televisiones públicas.

Los centros regionales no deberían ser unas instalaciones al servicio de la TVE central, sino verdaderas televisiones autonómicas, que van aumentando sus horas de emisión y sobre todo, mejorando los niveles de programas, cuya calidad las hace realmente competitivos.

A pesar de haberse fortalecido las funciones de los centros regionales de TVE, puede haber casos en que se de la concurrencia de funciones con las televisiones públicas de las comunidades autonómicas.

> "Se ve en el regionalismo un freno a ese mundo sin barreras que,

> progresivamente, van abriendo las nuevas tecnologías de la información; en particular los satélites de televisión y/o la redistribución por cable, que han hecho saltar las fronteras nacionales". (2)

Estos centros deberían aumentar sus espacios con programas específicos y en idioma propio -si lo tienen-, aunque esto suponga un incremento de plantillas que recaiga sobre TVE, sin buscar los mismos objetivos que las televisiones autonómicas.

Dijo Pilar Miró en 1986:

> "Pretendo fomentar la participación de los Centros Regionales y de Producción en la Programación General, sin perjuicio de potenciar las peculiaridades propias de cada una de ellas." (3)

Tanto en las televisiones autonómicas como en los centros regionales pueden existir programas semejantes, al ir dirigidos al mismo público con los mismos fines. Esto ocurre con los programas informativos locales, aunque el centro regional lo presente desde un punto de vista más localista, y las autonómicas también se refieren a temas nacionales e internacionales. Con lo que éstas últimas hacen de sus

noticias una mezcla del Telediario nacional y del informativo del centro regional.

El resto de la programación es parecida, llegando a veces a repetirse desde otro punto de vista.

Vascos, catalanes, gallegos, etc., piensan que las televisiones autonómicas son instrumentos de información, de enriquecimiento de los ciudadanos, un medio de cooperación con el sistema educativo, que les permita defender su propia personalidad cultural, su propia lengua, en el caso de que la tengan, que haga llegar al pueblo las particularidades de su tierra y recuperar su identidad.

Las televisiones regionales están ayudando con éxito a la difusión de sus culturas y lenguas, conscientes de que apoyándolas, podrán contrarrestar la pérdida de identidad y la cada vez mayor despersonalización de las regiones.

Europa tiende hacia una Cultura Global, sin olvidar la diversidad cultural de los países y regiones que la integran.

> "La tecnología de los satélites ha hecho desaparecer conceptos tan arraigados como el de frontera política". (4)

La Directiva del Consejo de la Comunidad Económica Europea, la Directiva del Consejo sobre la Televisión sin Fronteras, el Consejo de Europa, el Parlamento Europeo, la Unión Europea de Radiodifusión son conscientes del problema

de las Comunidades Autonómicas, de la radiodifusión regional, de las lenguas y culturas de algunas minorías regionales y étnicas y tratan de ayudar a solucionar el problema del multilingüismo, cuidando de la preservación de la propia identidad cultural, tratando de que se salven las lenguas minoritarias, a las que los medios de comunicación amenazan con hacer desaparecer.

Los costes cada vez más altos; los recursos públicos y privados cada vez más escasos, como la infraestructura productiva; la dependencia de programas importados; y el problema idiomático, hacen difícil la creación de programas infantiles de televisión.

(1) GARAITAONANDIA, Carmelo: La televisión europea y las regiones". Pag. 6

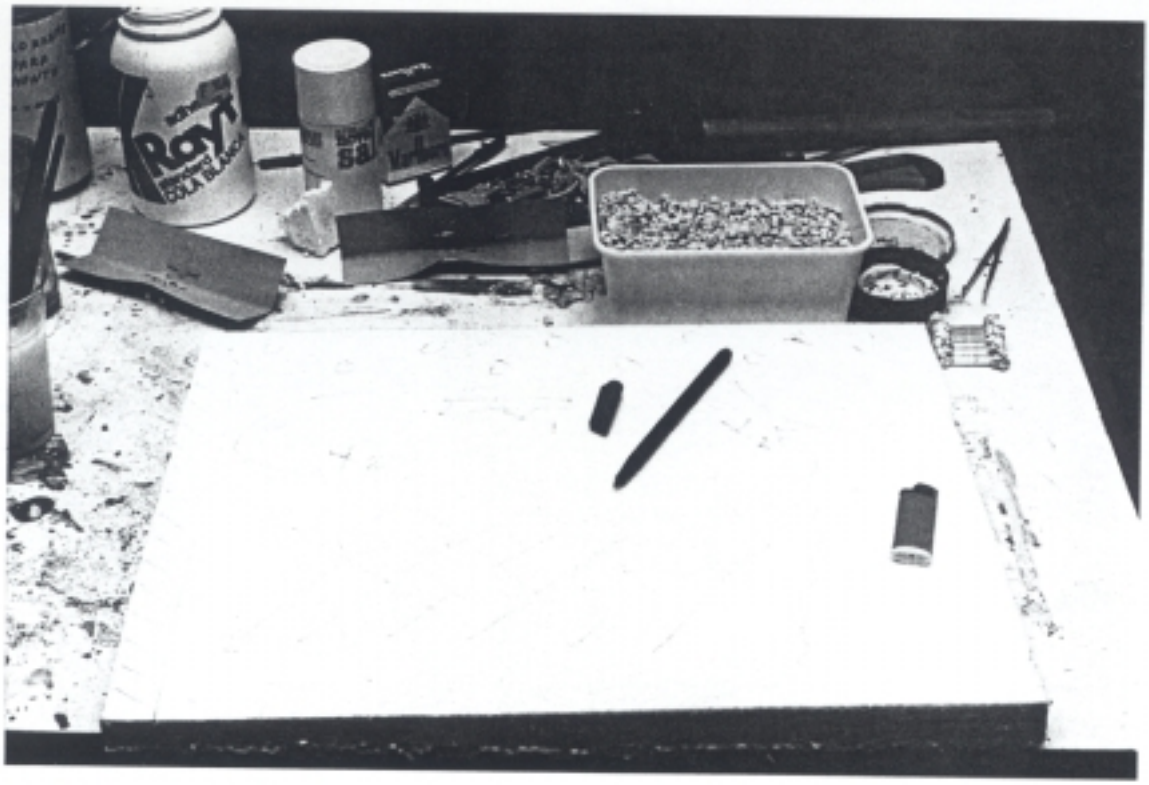
(2) MURCIA, Marcial El audiovisual europeo desde la E. P. de la educación. Madrid, 1991.

(3) MIRO, Pilar: Discurso programático de la toma de posesión (1986). En: El Futuro de la TV Pública Central: Especialización y

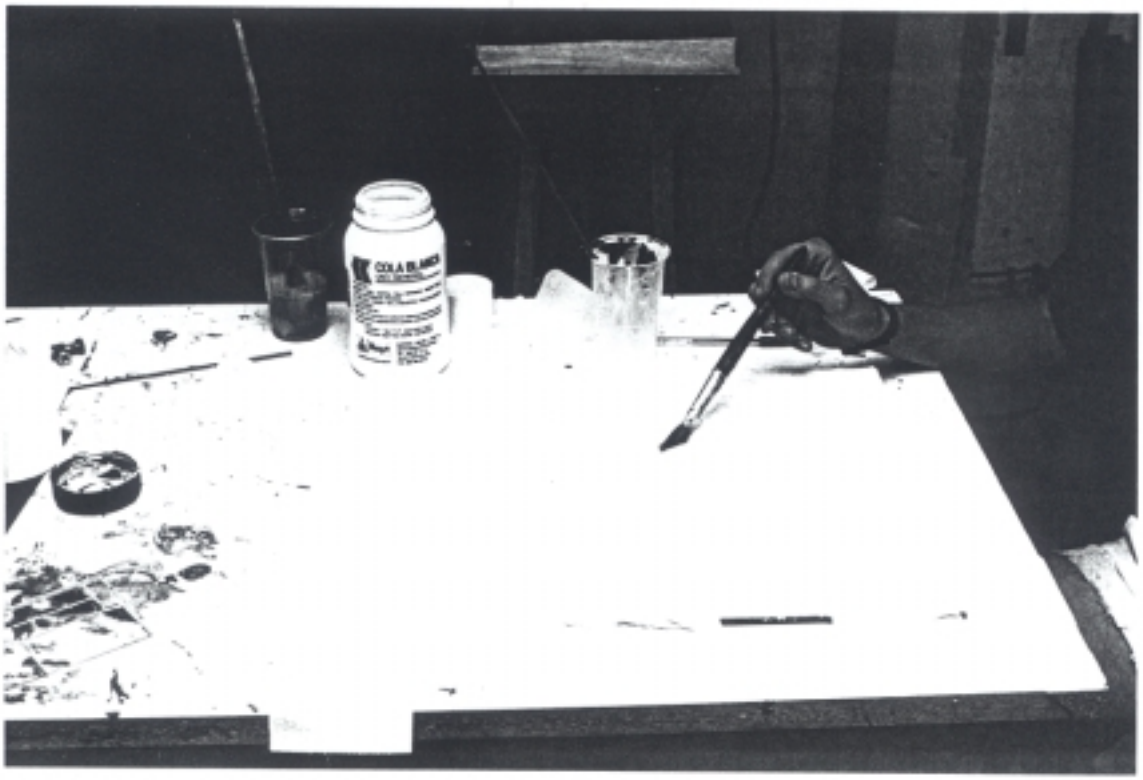
Territorialización. Jornadas sobre el papel de la TV Estatal en las Comunidades Autonomas. Madrid, 1990.

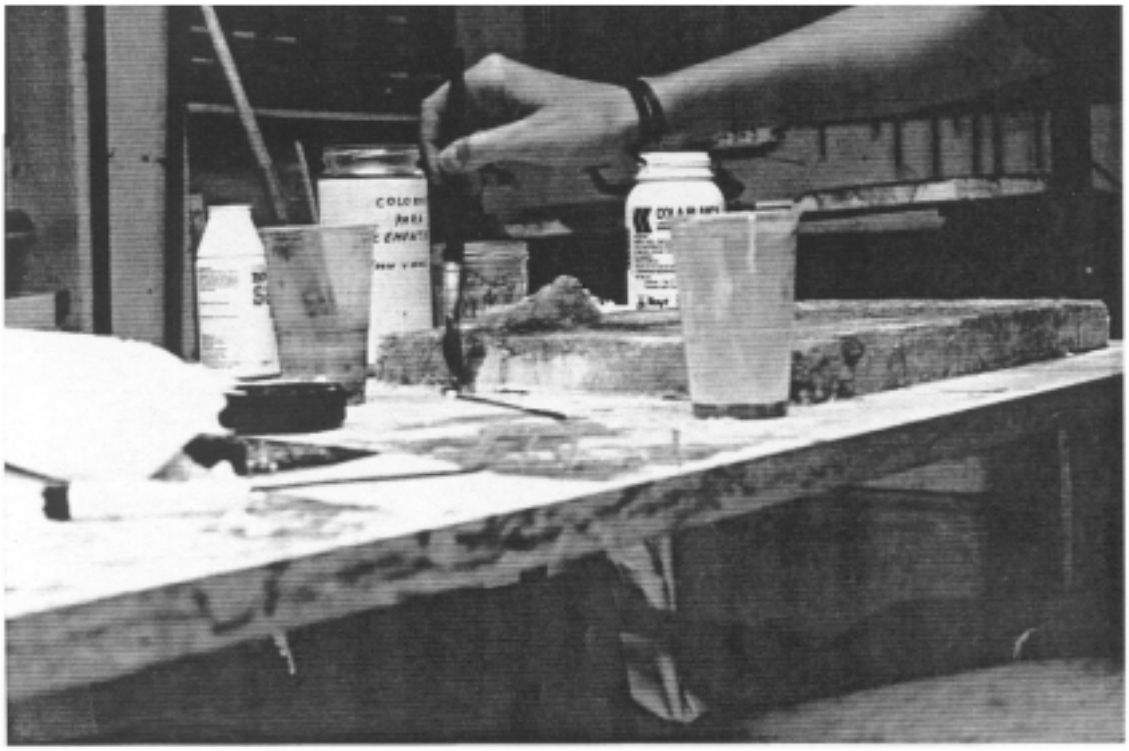
(4) MURCIA, Marcial: Op. Cit. Pag. 35.

1.

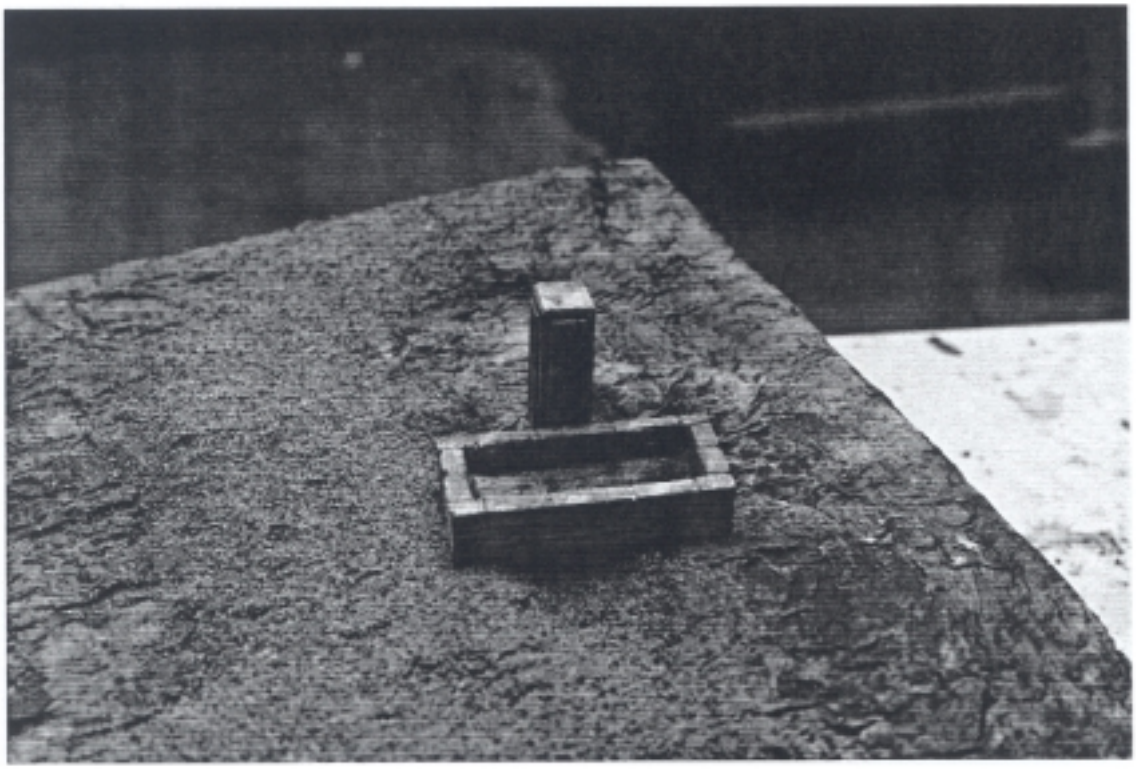


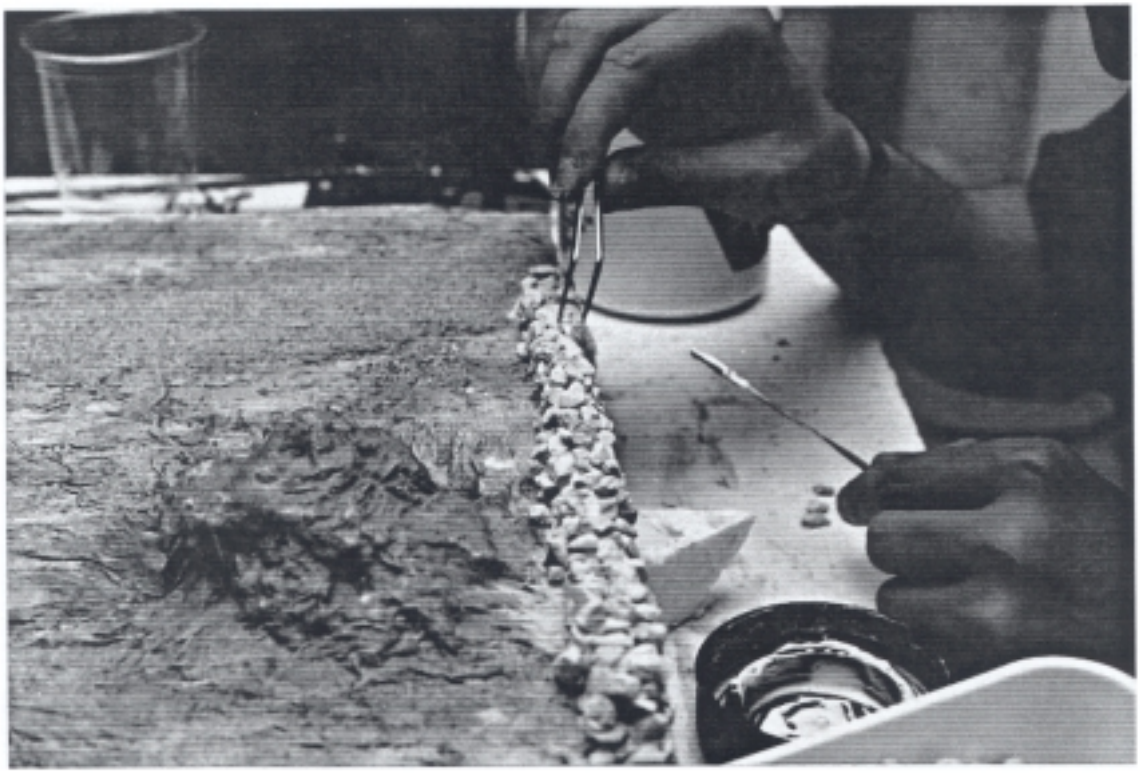
2.

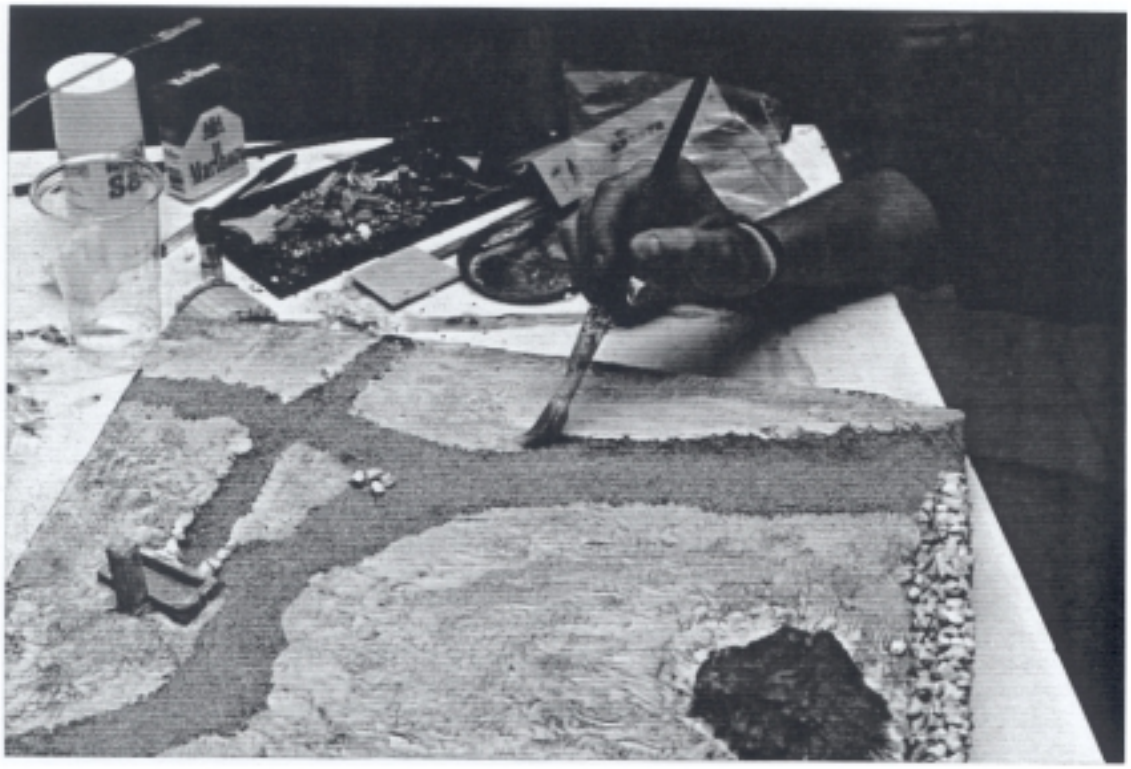




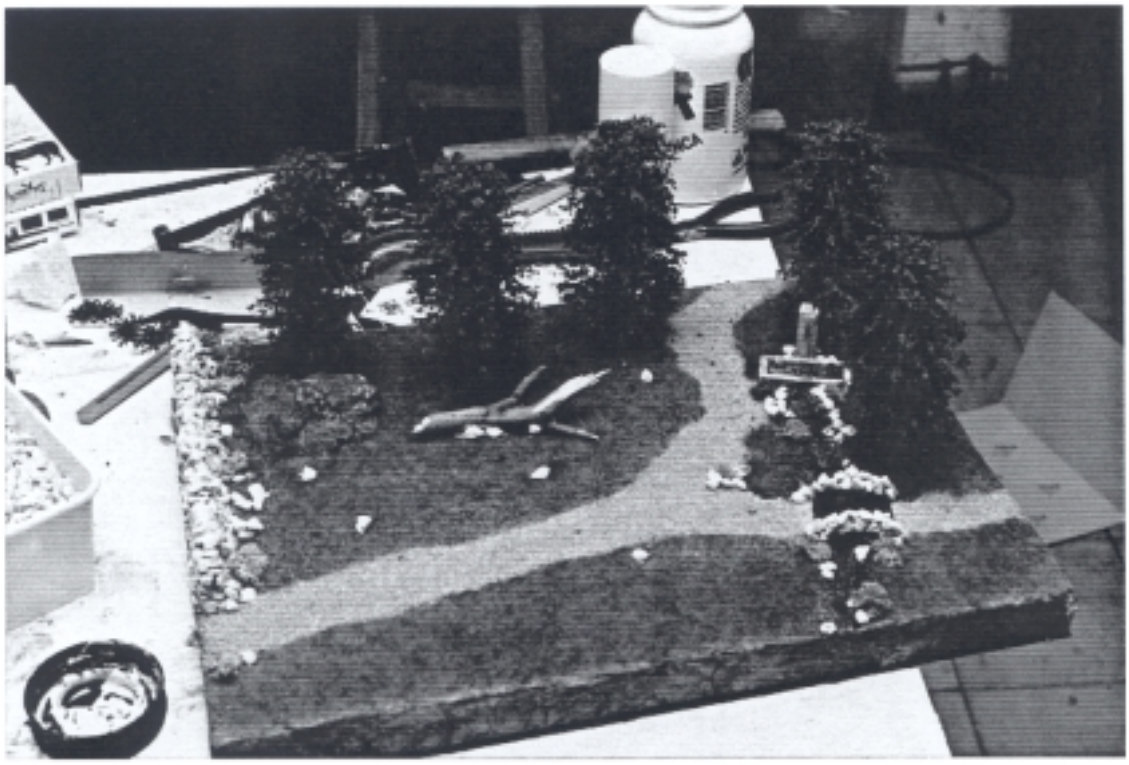


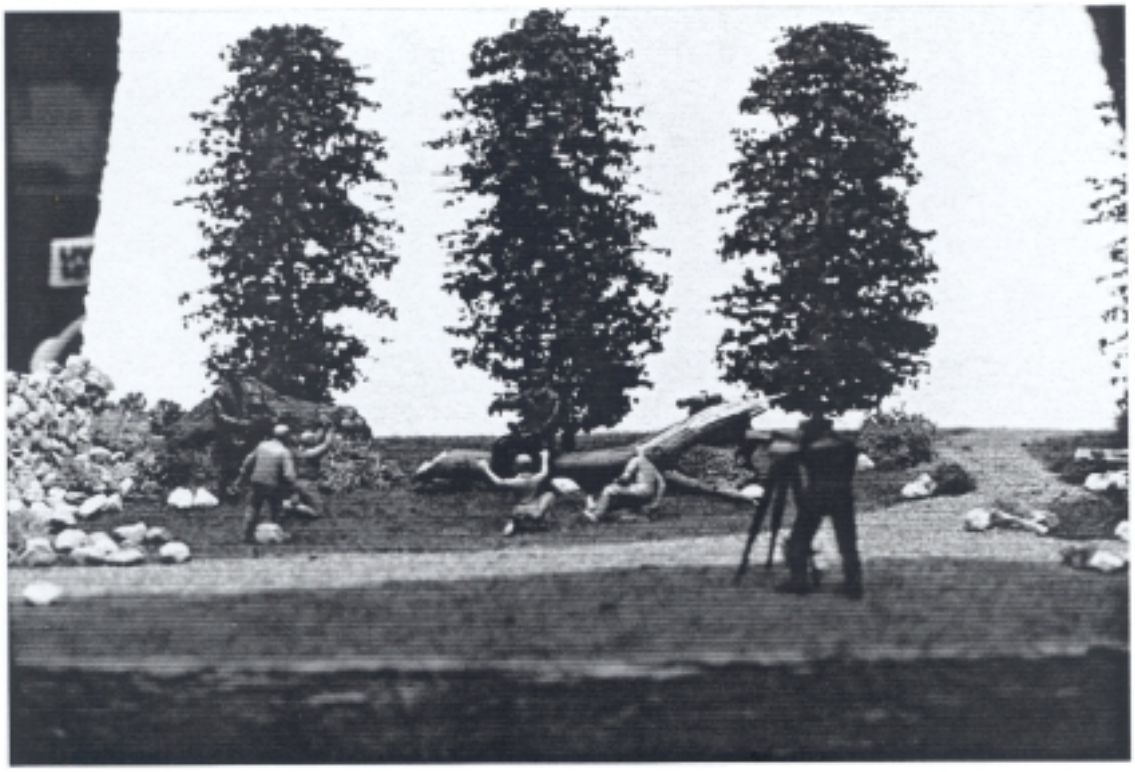








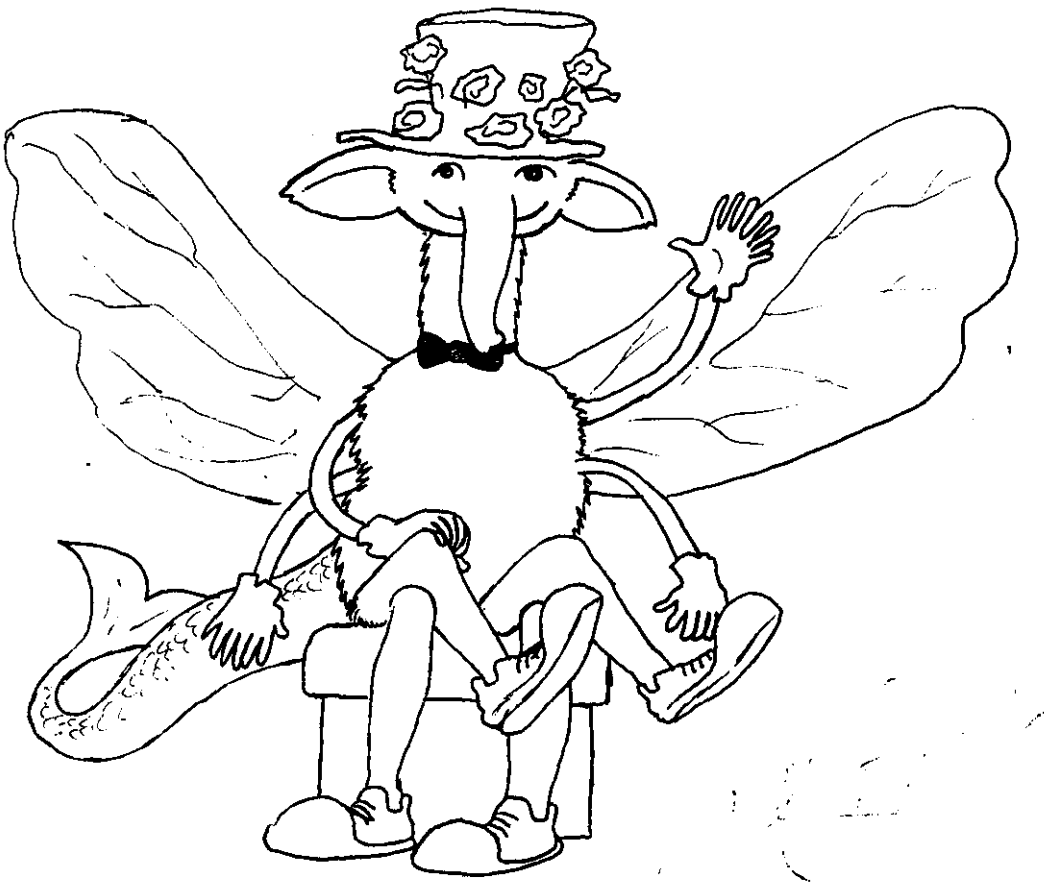


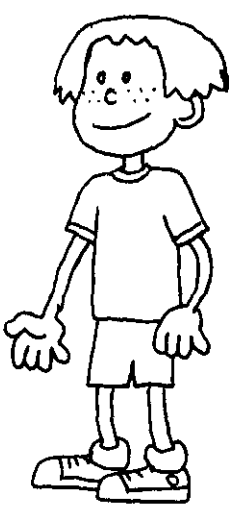






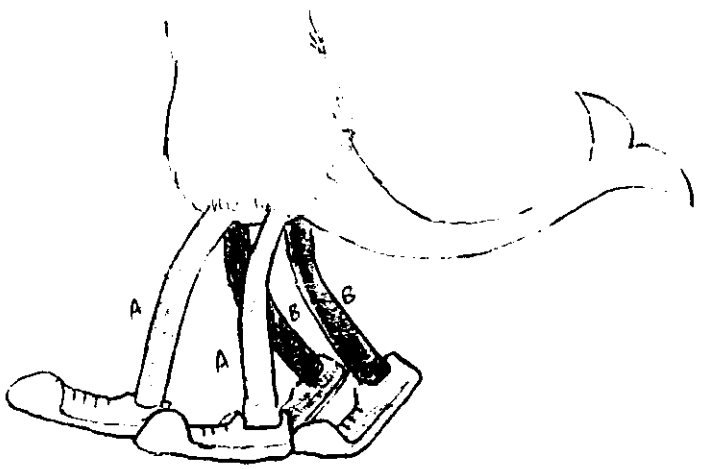


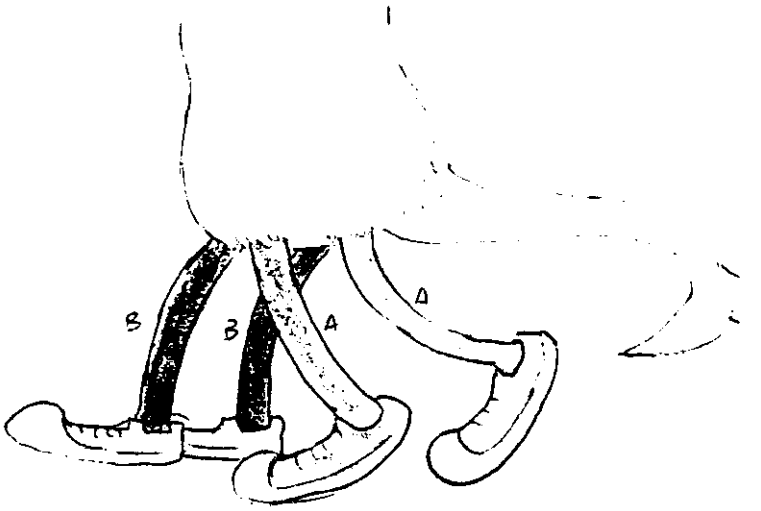









A
A
B
B


B
B
A
A

