

Producción y Realización del Cine y Televisión para la niñez y juventud

PAKAPAKA – PROPUESTA CÁTEDRA

Cátedra: Saviolo Dotro

Materia optativa de la carrera Diseño de Imagen y Sonido de la Universidad de Buenos Aires.

Carga horaria: 60 horas por cuatrimestre

Carga semana: 4 horas

Promoción: directa – presentación de trabajos prácticos.

FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

Los medios de comunicación ocupan un lugar central en la vida cotidiana de los niños y niñas y en sus modos de entretenimiento, pero además como referentes de socialización y como productores de visiones de mundo. Vivimos un momento histórico en el que los contenidos audiovisuales tienen una gran importancia no sólo a la hora de hacer de nosotros lo que somos y lo que seremos sino también a la hora de definir la forma en que nos entendemos y entendemos a los demás y al mundo que nos rodea.

La irrupción de los medios de comunicación y, particularmente, el impacto de la televisión en la transformación del uso del tiempo libre de las familias y especialmente de los niños, a partir de la segunda mitad del siglo XX, tuvo una relevancia particular en los modos de constitución de identidad de las infancias contemporáneas.

El significado cultural de la televisión para los niños y las formas en que los medios se insertan en sus vidas cotidianas es una invitación a analizar las maneras en que los chicos se relacionan con los contenidos audiovisuales en múltiples pantallas –cómo los interpretan, los evalúan y los integran a sus vidas–

como se ponen en circulación sentidos que impactan en las identidades infantiles y como pueden gestarse nuevas perspectivas y miradas que estimulen la producción de contenidos audiovisuales de calidad para ellos.

Sabemos también que los chicos y las chicas aprenden, conocen el mundo, descubren, se relacionan con el conocimiento, con la información, con el entretenimiento y con el mundo adulto no sólo a partir de lo que las familias aportan, no sólo a partir de los conocimientos que los libros, la escuela y la cultura escrita generan, sino también (y de una manera central) a partir de lo que los medios producen.

Todos los chicos y chicas de nuestro país tienen derecho a acceder a contenidos de alta calidad que los entretengan, los estimulen, los diviertan, los ayuden a aprender, abran ventanas a la cultura de todos los sectores de nuestro país y también a nuevos mundos, y que representen un aporte para la construcción de su identidad, la construcción de ciudadanía desde la infancia y la creación de una sociedad más justa.

Ello constituye un enorme desafío: imaginar y crear propuestas, estéticas, formatos y

contenidos que reflejen otra concepción del niño respecto a sus posibilidades y necesidades; que apunten a enriquecer su mundo; que partan de un respeto profundo por la infancia; que los representen y contemplen sus perspectivas, sus voces, sus opiniones, sus capacidades, sus intereses y sus puntos de vistas; que promuevan su integridad y el respeto a la identidad; y que fomenten la creatividad y despierten la curiosidad por investigar, experimentar y saber.

Tal como la tecnología de la imprenta posibilitó en su época masificar la lecto-escritura, hoy las tecnologías digital-audiovisuales pueden ayudarnos –a través de políticas públicas visionarias– a generar en la infancia una cultura humanista y ciudadana, de colaboración y respeto, de emprendimiento, equidad, y solidaridad.

Una de las prioridades de nuestras sociedades para profundizar la participación y la vida democrática es fortalecer el derecho a la comunicación desde la infancia, que incluye al mismo tiempo el derecho a la información y a la libertad de expresión. La comunicación es una puerta de acceso para el ejercicio de otros derechos humanos. Esto supone y exige adquirir poder a través del conocimiento y de la acción que inspira ese conocimiento.

Lo propio de la ciudadanía hoy es hallarse asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es, al derecho de informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder pensar en las decisiones que conciernen a lo colectivo. La desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno de lo individual como de lo colectivo, es una forma de exclusión.

Para garantizar el ejercicio del derecho a la comunicación de los chicos es imprescindible conocer y reconocer a las infancias; pensar a los chicos como seres sociales determinados históricamente, pensarlos mientras se relacionan con su entorno e influyen en él, en el seno de la familia, de la comunidad, de la sociedad; conocerlos en sus casas, sus escuelas, sus calles, sus barrios, sus grupos sociales, así como conocer sus intereses, sus inquietudes, sus dinámicas, sus emociones y sus alegrías. Y del mismo modo, hacer lugar a sus preocupaciones, a sus conflictos, sus luchas, sus demandas, sus angustias.

En este sentido, luchar para recuperar la participación en la cultura, como derecho para todos los grupos sociales y en particular para los chicos, implica pensarlos como sujetos sociales, como seres históricos que producen cultura, dialogan desde ese lugar con otros actores sociales y de ese modo se inscriben en la sociedad como todos los ciudadanos. Consideramos que ser niño o niña no es ser “menos adulto”, la niñez no es una etapa de preparación para la vida adulta: la infancia y la adolescencia son formas de ser persona y tienen igual valor que cualquier otra etapa de la vida¹

Es así, desde sus capacidades de acción y desde sus potencialidades, como creemos que los chicos deben ser reconocidos por los medios de comunicación. La infancia es una forma específica de experiencia en la vida; una forma específica con una fuerza, una intensidad y una manera particular de estar en el mundo. Y en tanto actor social y político, es un colectivo social con derechos que interpela al Estado y a la sociedad.

Ejercer el derecho a la comunicación permite que niñas, niños y jóvenes puedan, entre otras cosas: producir sus propios mensajes; formar y expresar sus opiniones frente a cualquier tema, incluidos aquellos complejos para ser abordados en el espacio público; participar en decisiones

¹ Cillero Bruñol, Miguel. *Infancia, autonomía y derechos*. Editorial Mimeo, 1997.

y acciones que generen transformaciones y mejoren la vida comunitaria; desarrollar pensamientos críticos respecto del consumo de los medios de comunicación; promover la expresión de las voces y los intereses de diversos actores de la comunidad, crear y experimentar a través de los lenguajes de los medios de comunicación.

La representación de la infancia como un colectivo social con derechos que interpela al estado y a la sociedad requiere generar espacios reales para la participación y el ejercicio de ciudadanía en la pantalla. Hacer efectivo el derecho a participar de la cultura y el derecho a la comunicación exige que el Estado desarrolle políticas de equidad entre actores con distintas herramientas y posibilidades reales de comunicar para que todos encuentren espacios para ser habilitados, escuchado, visibilizados.

La experiencia del canal Pakapaka da cuenta de esto, al plantear un discurso que visibiliza a la infancia de una manera particular, en donde conviven lo universal y lo particular, acercándoles a los niños otros mundos con los cuales no están en contacto. La potencia de una televisión que además de imágenes, contenidos, formatos y programas, produce un discurso sobre la infancia, un nuevo relato –distinto al relato que se construye desde el mercado– abre posibilidades hasta ahora inéditas, una relación diferente con los chicos y las chicas y un modo nuevo de interpelarlos.

En la medida en que los niños son portadores de saberes, de concepciones, de modos de ver el mundo, tienen inquietudes, deseos, preguntas y cuestionamientos a la sociedad en la que viven. Cada niña y cada niño es así portador de una historia valiosa y singular que enriquece la vida en común de toda la sociedad.

Esto supone entender a los niños como protagonistas, como sujetos que pueden construir y resignificar aquello que reciben a partir de su propio contexto, que demandan un espacio en el que puedan expresarse como sujetos activos en la construcción de la realidad en que viven y como productores de cultura respetando su interés por aprender, por conocer otros mundos distintos y distantes de lo que su cotidianeidad les ofrece.

El protagonismo de los chicos, así, implica incorporar sus perspectivas, sus voces, sus maneras de ser, de expresarse y de vincularse con el presente, con lo que ha tenido lugar y con el futuro que imaginan o vislumbran, así como con los sueños que habitan en sus imaginarios. Sus preocupaciones, sus intereses, sus emociones, las preguntas que se hacen, los modos que tienen para procesar la realidad, sus voces y sus actividades son herramientas centrales en la definición de una televisión de calidad que los interpele.

Es en este contexto que se vuelven imprescindibles los espacios de formación y capacitación para los profesionales vinculados en el presente y en el futuro con la creación de contenidos audiovisuales para la infancia desde diferentes áreas. La producción de contenidos audiovisuales para chicos demanda una responsabilidad y un compromiso por parte de quienes están vinculados e interesados en esta tarea.

Estos espacios requieren investigación, intercambio de ideas, saberes y conocimientos con especialistas en diversas disciplinas; suponen el debate sobre diferentes concepciones, el análisis de producciones locales y extranjeras, la incorporación de nociones técnicas y conceptuales sobre la producción de contenidos para la infancia y el estímulo al desarrollo de nuevas miradas y perspectivas que se transformen en proyectos para las múltiples pantallas con las cuales los chicos interactúan.

OBJETIVOS

Promover la capacitación de los estudiantes respecto a la relevancia que posee los contenidos audiovisuales en la vida de los niños, niñas y adolescentes.

Estimular la construcción de nuevos saberes y estrategias de intervención en el ámbito de la infancia y los medios.

Introducir a los estudiantes en el conocimiento de las herramientas necesarias para desarrollar proyectos audiovisuales dirigidos al público infantil y juvenil en múltiples pantallas.

Desarrollar en los estudiantes una mirada crítica en relación a los programas dedicados a la infancia, a través de la visualización y análisis de obras audiovisuales nacionales y extranjeras.

PROGRAMA

MODULO 1: INFANCIA, MEDIOS, CULTURA, IDENTIDADES

(2 clases)

La construcción de las identidades infantiles contemporáneas y su relación con los medios de comunicación y las tecnologías digitales.

Infancia en siglo XX. Múltiples infancias hoy. Una historia de la infancia.

De la infancia sin derechos a los derechos de la infancia

El lugar de los medios y las pantallas en la vida cotidiana de los chicos y chicas.

El lugar del mercado en la construcción de subjetividades.

Los consumos culturales infantiles.

Derechos y medios de comunicación. Visibilidad, participación de los chicos. Infancia y ciudadanía. Medios públicos. Rol del Estado.

Bibliografía obligatoria:

Clase 1:

Los siguientes son lectura y material de apoyo que servirán para toda la cursada de la materia. (Blog)

- *Los derechos mediáticos: un campo de disputa por el reparto cultural*, en Pakapaka: *Paso a Paso: la construcción de una televisión pública infantil*. (En el blog)

Convención sobre los Derechos del Niño. La Convención en tus manos- UNICEF. En <http://www.unicef.org/lac/laconvencionentusmanos%284%29.pdf>

- Ley de servicios de comunicación audiovisual. En <http://www.afsca.gob.ar/web/indice-de-la-ley.php>

Clase 2:

-CARLI, Sandra (comp.) (a) 2006. *Notas para pensar la infancia en la Argentina (1983-2001) Figuras de la historia reciente*” En Carli, Sandra (comp.) *La Cuestión de la Infancia. Entre la escuela, la calle y el shopping*. Paidós

- Corea, Cristina, (2004) "¿Existe el pensamiento infantil?" y "¿Qué hacen los chicos con la tele?" en Pedagogía del aburrido, Paidós, Bs. As.

Clase 3:

- Minzi, Viviana, (2006) "Los chicos según la publicidad. Representaciones de infancia en el discurso del mercado de productos para niños", en "La cuestión de la infancia. Entre la escuela, la calle y el Shopping", Carli, S. compiladora, Paidós, Bs.As.

- García Canclini, Néstor (1995) Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Grijalbo. *Cap 5: Las identidades como espectáculo multimedia*
http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD18/contenidos/informacion/marco/pdf/canclini_cap5.pdf

- García Canclini, Néstor: Consumidores y ciudadanos. Introducción. En
http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD18/contenidos/informacion/marco/pdf/canclini_introduccion.pdf

- Rincón, Omar (2005). Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Buenos Aires, La Crujía.
Selección de capítulos.

MODULO 2: MEDIOS: EDUCACIÓN Y ENTRETENIMIENTO

(2 clases)

Diálogo entre educación y medios.

La televisión educativa en Argentina y el mundo.

Educación y entretenimiento. Tensiones, encuentros y desencuentros.

Los vínculos entre la educación y la comunicación: televisión, tecnologías y escuela.

Pantallas; cultura mediática; medios digitales. Convergencia: TV, videojuegos, celulares, computadoras.

Clases 4 y 5:

- Dotro Valeria: Televisión infantil y construcción del niño televidente entre 1960 y 1990. Del Capitán Piluso a "Chiquititas", en Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Sandra Carli (compiladora). La Crujía. 2003.

- Rincón, Omar (2006). Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Barcelona, Gedisa. **Selección de capítulos.**

- Huergo, Jorge: *La investigación en Comunicación y Educación*. Texto de cátedra. La Plata, 2007. En blog.

- Orozco Gómez, Guillermo: *Jugando y aprendiendo: el desafío de "reaprender" con video juegos*. Ponencia en el Foro Mundial de Televisión Infantil, México. 2009. (En blog)

Material complementario

- Conversaciones con especialistas en el marco de los seminarios "Encuentro por la infancia", organizados por Pakapaka. 2009. 2010

- Inés Dussel y Alberto Quevedo. (En Blog)

MODULO 3: ¿QUÉ ES LA CALIDAD?

(1 clase)

Pensar en las audiencias: franjas y edades
Lo pertinente, lo relevante, lo atractivo
La investigación previa
El protagonismo y la mirada de los chicos
La diversidad de género, culturas, grupos sociales.
El uso del lenguaje
La identificación

Clase 6:

- Fuenzalida, Valerio (2008) Cambios en la relación de los Niños con la Televisión. Revista Comunicar N° 30, vol. XV, Edición Audiencias y Pantallas en América, Andalucía.

- Fuenzalida, Valerio, Resignificar la educación televisiva: desde la escuela a la vida cotidiana. **Selección de capítulos.**

Material complementario:

- Conversaciones con especialistas en el marco de los seminarios “Encuentro por la infancia”, organizados por Pakapaka. 2009. 2010. (Blog)

- Patricia Redondo. Especialista en primera infancia. Asesora pedagógica de Ronda Pakapaka.

- María de los Angeles “Chiqui” González. Especialista en arte. Creadora del Tríptico de la infancia en Rosario. Actual Ministra de cultura de la provincia de Santa Fe.

- Maya Goetz. Directora del Prix Jeuneuse International.

- Revistas del IZI (International Central Institute for Youth and Educational Television). Selección de artículos: En <http://www.bronline.de/jugend/izi/english/publication/publications.htm>

MODULO 4: CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA INFANCIA

(9 clases)

Dimensiones para pensar y producir contenidos infantiles.

Del concepto al guión. Estructuras narrativas.

Géneros y formatos.

Operaciones creativas (recursos, arte, sonido, música, lenguajes).

Contenidos y formatos. Cómo se gestan, cómo nacen, cómo conviven.

Estéticas e identidades.

Un binomio inseparable. Relación entre arte y contenido. Casting, locaciones, personajes, vestuario.

Técnicas de animación

Ritmo de planos, montajes, edición. La mirada infantil como eje.

Estrategias de producción

Estrategias de programación

Estrategias de cross media y convergencia.

Personajes.

Clases 7 y 8:

Gramática de la fantasía, Gianni Rodari. Ed. Alfaguara. Selección de capítulos.

Actividades de aprendizaje

Visualización y análisis de obras cinematográficas.
Visualización y análisis de programas de televisión.
Visualización y análisis de aplicaciones interactivas.
Juegos al estilo de los guessing games
Testeos de programas con técnicas de investigación
Clínicas temáticas de evaluación de instancias de los proyectos
Pitching de proyectos

Actividad de promoción de la materia

Los alumnos deberán preparar una presentación grupal de un proyecto para la realización integral de una serie (programas o microprogramas) dirigida a la audiencia infantil, pudiendo elegir un formato entre varios (documental/animación/ficción/docu-ficción) y una franja de edad (2 a 5 / 6 a 9 / 10 a 12)

El proyecto deberá incluir:

- Justificación del tema.
- Síntesis de la serie
- Síntesis de cada capítulo
- Presupuesto
- Propuesta narrativa (con referencias)
- Propuesta estética (con referencias)
- Especificaciones técnicas según la propuesta
- Plan de producción
- Desarrollo de contenido para 2 capítulos
- Guión de dos capítulos
- Demo de hasta 4 minutos de duración que deberá incluir la propuesta del estilo estético y artístico que proponen. En el caso de la animación el demo podrá ser de 2 minutos y deberán presentarse propuesta gráfica de personajes y fondos a elección.

Durante la cursada los alumnos tendrán distintas instancias de presentación de sus respectivos