

# HAURDANIK

Revista de AVAIM (Asociación Vasca para la Ayuda a la Infancia Maltratada)  
AVAIM - eko Aldizkaria (Tratu Txarrak Jasotako Haurren Laguntzarako Euskal Elkartea)

Hablamos de:  
Los medios de comunicación  
y la infancia



Noticias:  
Celebración del 20N



## Irakurle maiteak:

Komunikabideez hitz egiten dugunean, garrantzitsuena duen arrakastarengatik telebista da.

Zalantzarik gabe, telebista agertu zenean, ohiturak eta usadioak aldatu zituen, batez ere, familiaren gunean. Hala, historian kultur iraultza berria sortu zen.

Azken denboraldian, telebista gizakiaren bizian oinarritzko osagai bihurtu da. Etxe gehienetan egongelan buru da; are gehiago, etxeko beste geletan aurki dezakegu ere bai.

Pixkana-pixkana, askotan, telebistak gurasoen tokia hartu du. Imitatzeko ereduak berak aurkezten ditu. Haur eta nerabe gehienek telebistak eskainitako ereduekin identifikatzeko joera dute. Adibidez, mutilen kasuan, pantailako "heroiak" direlakoan daude eta heroi artifizialen "balentriak" imitatzen dituzte. Neskek top-modelen itxura hartzen saiatzen dira eta ezinezkoa dela ikusirik, porrot egin dutela uste dute.

Baina ez gaitezen geldirik bakarrik telebistaren alderdi negatiboarekin; aparatu horrek askoz gauza gehiago eskaintzen ditu; gure seme-alabak hezteko erabil daiteke eta erabili behar da. Abantaila batzuk honako hauek dira: errealitate desberdinak alderatzeko aukera, errealitateari buruz ikuspegi berriak izateko aukera eta, gainera, astialdiaren eta denboraren hesiak gaindi ditzakegu. Balore positiboen (hala nola tolerantzia, errespetua, berdintasuna...) transmisore ona izan daiteke; gure seme-alabak gizarte, emozio eta abarren munduan sartzen ditu. Behar bezala erabiltzeko hezi behar zaie.

### Índice

- Noticias / Berriak.....	1
- La infancia y la televisión.....	2,3
- La publicidad.....	6,7
- Celebración del 20 N .....	8,9
<i>(Artículo elaborado por Sara Buesa)</i>	
- La infancia y los medios de comunicación.....	10,11
<i>(Artículo Dpto. Servicio y Familia del Ayuntamiento de Vitoria, Sara Buesa)</i>	
- Recomendamos .....	11,12

### Diseño y Maquetación:

Cecilia Simons Cristóbal

### Redacción:

Cecilia Simons Cristóbal  
Hortensia González  
Maite González

### Traducción a Euskera:

Ainhoa Ruíz Roteta

### Colaboraciones:

Ayuntamiento de Vitoria - Gasteiz  
Diputación Foral de Gipuzkoa  
Diputación Foral de Álaba

### Imprime:

Impresión Digital

### Edita

AVAIM  
Dep-legal:SS-203.00/94

### Nº de Registro:

AS/G 01842/1990, Entidad colaboradora del Sistema Público de Servicios Sociales de la Comunidad Autónoma Vasca: 0-013.Declarada de utilidad pública (Decreto 242-1998,de 22 de septiembre). AVAIM (Asociación Vasca para la Ayuda a la Infancia Maltratada) Asociación sin ánimo de lucro, creada en 1990 por profesionales y no profesionales para promocionar el buen trato a los niños, niñas y/o adolescentes del País Vasco.

**OHARRA:** AVAIM (Asociación Vasca para la Ayuda a la Infancia Maltratada – Tratu Txarrak Jasotako Haurren Laguntzarako Euskal Elkarte) ideologiaren ikuspuntutik independentea da eta bereak bakarrik editorialetan agertzen diren iritziak dira. Ildo horri jarraiki, bere laguntzaileen iritzien gainean ez du erantzukizunik. Ez dira onartuko izenpetu gabeko kolaborazioak.



## HTEB, telebista-edukiak kontrolatzearen alde

Haur Telebistaren Europako Behatokia (HTEB) 1988. urtean sortu zen eta bere jarduerak garatzeko honako premisa du: telebistak edukiak garatzeko orduan, prestakuntza, heziketa eta dibertigarritasuna kontuan hartu behar dituela.

### Helburuak:

- Haur-telebistarekin zerikusia duten ekintzen behatoki eta jarraipen-zentro izatea: legeriak, ekoizpenak, kontsumoa, etab.
- Haurren telebista-programen eta multimedia edukien eboluzioa ikertu eta aztertzea. Horretarako analisi-ereduak proposatu eta ikerketak egiten ditu.
- Kooperazio Sare Egonkorra (KSE), ikerketa-kabineteak, etab. sustatzea haurren telebista aztertze arduratzen diren unibertsitateko, ikerketa-zentroetako eta telebistetako taldeetatik.
- Umeentzat eta nerabeentzat telebistaren eta multimediararen arloan etengabeko prestakuntzarekin zerikusia duten gai egokiak sortu eta garatzea.

-Garrantzitsuena da jakitea telebista tresna bat besterik ez dela eta berez, berak bakarrik, komunikatzeko eta hezteko ez duela balio. Beste oinarrizko giza elementuak nahasi behar dira gure haurren eta nerabeen garapen ezin hobeaz lortzeko.

## CONTRAPUBLICIDAD

The Media Foundation, creada en 1989, es el grupo más conocido en todo el mundo que lleva a cabo la misión de la contrapublicidad. En España, tenemos la organización "Consume hasta Morir", ligada al grupo Ecologistas en Acción. El objetivo es claro, **divulgar el consumo responsable**.

## Los niños, niñas y adolescentes salen en 1 de cada 3 anuncios publicitarios de televisión

Según un estudio presentado en el 56 congreso de la Asociación Española de Pediatría, celebrado en Barcelona, revela que los menores han sustituido a la mujer como reclamo publicitario.

El estudio, realizado por pediatras del Hospital de Jerez de la Frontera (Cádiz), afirma que la presencia de niños, niñas y adolescentes en la publicidad televisiva no se justifica en la mitad de los anuncios en los que salen, 'ni por ser consumidor ni por ser destinatario del mensaje, pero que a pesar de ello su imagen prevalece por encima de otras', según el doctor Joaquín Ortiz Tardío, firmante del estudio.

Para conocer cómo se usa la imagen de la infancia en los medios audiovisuales, los pediatras analizaron durante cuatro días, entre las 16 y las 21 horas, más de cuatrocientos anuncios emitidos en televisión, constatando que la figura infantil aparecía en el 27,2 por ciento de las materias publicitarias, especialmente en hipermercados, cultura y medios de comunicación.

El atractivo de la imagen infantil se debe al papel que como consumidores tienen dentro del presupuesto familiar. Además, los y las menores enriquecen simbólicamente los productos anunciados, por las connotaciones positivas que el mundo de la infancia tiene para el adulto.

Así, la imagen infantil se asocia a muy diversas materias publicitarias, entre las que destacaban las ONG, con un 31,3 %; en anuncios de tipo social, con un 21,1%; político, con un 8,7%, y de viajes, con un 4,9%.

También se ha visto que en los anuncios publicitarios existe discriminación de género, ya que el discurso publicitario el niño es casi siempre protagonista, activo, rebelde y violento mostrando valentía, destreza, ingenio e imaginación. Por el contrario, en los anuncios las niñas suele aparecer como secundarias, pasivas, obedientes y abnegadas, con plena identificación con los aspectos más tradicionales de la mujer.

El **Foro Andaluz de la Infancia**, organizado por el **Observatorio de la Infancia en Andalucía**, se dedicó en esta séptima edición al estudio de los medios de comunicación y la infancia y ha abordado entre otros aspectos los derechos de la infancia en el tratamiento informativo, con especial atención al derecho a la intimidad y a la propia imagen; el modo en que los niños, niñas y adolescentes interactúan con los medios de comunicación de masas, incluido Internet; la influencia de estos medios en la población menor de edad; los contenidos de los programas infantiles; el potencial educativo de las nuevas tecnologías de la información o las diversas experiencias en estos campos impulsadas por niños, niñas y adolescentes.



# LA INFANCIA Y HAURTZAROA

**L**a socialización en la infancia es muy importante, puesto que supone la adaptación interna del niño, niña o adolescente a las normas de la sociedad. Es tanto un proceso que viene del individuo en desarrollo (de su disposición genética, su entorno, su capacidad), como una tarea educativa. Y, ¿Sabes cuáles son los cuatro factores principales de socialización en el niño, niña y adolescentes? Ni más ni menos que la familia, el colegio, los/as amigos/as y LA TELEVISIÓN.

En los países industrializados, ver la televisión es la tercera actividad a la que más tiempo se le dedica, después del trabajo y el sueño.

Es cierto que la televisión es un referente importante en la formación y desarrollo de la infancia. En cambio, hay muchos contenidos televisivos, que no son adecuados para los niños y niñas. Los y las mayores debemos saber elegir los programas convenientes para evitar aquellos contenidos que se consideran de riesgo, y en general los que degradan al ser humano y no respetan los Derechos de la Infancia.

Los niños y niñas necesitan mucho tiempo para aprender a relacionarse, jugar y dialogar con las personas mayores y sus amigos y amigas. Ver la T.V. no supone ningún esfuerzo. Sólo apretando un botón se accede a otro mundo. Esto no muestra a la infancia la realidad. ¿Dónde queda el aprendizaje de la responsabilidad? ¿Y, qué fuerza de voluntad requiere conseguir lo deseado con sólo apretar un botón?

La televisión puede informar, enseñar o entretener, pero también su abuso o mal uso puede influenciarles negativamente.

Muchas veces, sobre todo a los/as más pequeños/as les cuesta distinguir entre fantasía y realidad, por lo que debe haber cierto control y supervisión por parte de las personas adultas.

**H**aurtzaroan gizarteratzea oso garrantzitsua da, umeak edo nerabeak gizarteraren arauak barneratzen baititu. Garatzen ari den indibiduoetik datorren prozesua (disposizio genetikoa, ingurunea, gaitasuna) da, baita hezkuntza-zeregina ere. Eta ba al dakizkizu umea eta nerabea gizarteratzeko lau faktore nagusiak? Familia, ikastetxea, lagunak eta TELEBISTA.

Herrialde industrializatuetan, jarduera egiten emandako denbora kontuan hartuta, telebista hirugarren tokian dago, lanaren eta loaren atzetik.



Egia da telebista erreferentzia garrantzitsua dela haurtzaroaren prestakuntzan eta garapenean. Telebista-eduki asko, berriz, ez dira umeentzat egokiak. Helduek jakin behar dugu programa komenigarria aukeratzen arriskutsutzat jo-tzen diren edukiak saihesteko eta, oro har, gizakia degradatzen dutenak eta Haurtzaroaren Eskubideak errespetatzen ez dituztenak

baztertzeko.

Umeek denbora asko behar dute erlazionatzen ikasteko, jolasteko eta helduekin nahiz lagunekin elkarrizketan jarduteko.

Telebista ikusteko orduan ez da ahaleginik egin behar. Bakarrik botoia sakatuz beste mundu batean gaude. Horrek ez die haurrei errealitatea erakusten.

Non dago erantzukizuna ikastea? Zer esfortzu eskatzen du nahi dela lortzea botoia sakatuta?

Telebistak informa, irakats eta entretenitu dezake, baina abusatuz edo gaizki erabiliz gero, eragiri negatiboa izan daiteke.

Askotan, batez ere txikienei, kosta egiten zaie fantasiaren eta errealitatearen artean bereiztea, beraz, helduek kontrolatu eta ikuskatu behar dute.

# LA TELEVISIÓN

## ETA TELEBISTA



### Valores personales y familiares

Es importante que los/as adultos/as hablemos con los niños, niñas y adolescentes, sobre lo que están viendo cuando estamos juntos; les indiquemos comportamientos positivos como la amistad y el interés por los demás; establecer relaciones con la historia, libros, etc.

Es importante hablarles de valores personales y familiares y cómo se relacionan con lo que ven en la televisión, para que lo comparen con situaciones reales y explicarles las consecuencias de la violencia. Con una orientación apropiada la infancia puede aprender a usar la T.V. de una forma positiva y sana.

### Balore pertsonalak eta familiarrak

Garrantzitsua da helduek adin txikikoekin hitz egitea ikusten ari direnari buruz batera daudenean. Portaera positiboak azaldu behar dizkiegu, hala nola adiskidetasuna eta gainerakoekiko interesa, historiarekin harremanak zehaztu behar ditugu, liburuak sustatu, etab.

Garrantzitsua da balore pertsonal eta familiarrei buruz hitz egitea eta telebistan ikusten dutenarekin nola erlazioztatzen diren jakinaraztea, egiazko egoerekin aldera ditzaten. Indarkeriaren ondorioak azaldu behar zaizkie. Orientabide egokiarekin, haurrek telebista forma positiboan eta osasuntsuan

El Libro **"Mediación entre el niño y la televisión"**, del psicólogo y orientador familiar Fernando Martínez Villanueva, ofrece a padres, madres y educadores/as orientación para manejar la relación de los niños y niñas con la televisión.



Los y las menores ven la televisión una media de 4 horas. Este libro ofrece pautas de visionado para los y las pequeños/as de la casa.

Este manual, ofrece recomendaciones, de una forma concreta y práctica. La portada de Antonio Fraguas "Forges" y las ilustraciones de Eneko, que acompañan las orientaciones que nos da el autor de la publicación, Fernando Martínez Villanueva, lo hacen muy entretenido y atrayente tanto a adultos/as como a niños/as.

Hay que destacar además, que todos los derechos y beneficios han sido donados a **APROINi** (Asociación ProInfancia en Navarra), colaboradora en este proyecto.

Autor: Fernando Martínez Villanueva  
Editorial: EOS  
Páginas: 76

**"Mediación entre el niño y la televisión"** liburuak, Fernando Martínez Villanueva psikologo eta familia-orientatzailearenak, gurasoei eta hezitzaileei orientabidea eskaintzen die umeen eta telebistaren arteko harremana maneiatzeko.



Adin txikikoek telebista batez beste 4 ordu ikusten dute. Liburu honek etxeko txikientzat ikusteko jarraibideak eskaintzen ditu.

Eskuliburu honetan gomendio zehatzak eta praktikoak daude. Azala Antonio Fraguas "Forges" jaunarena da eta marrazkiak Enekorenak. Irudiekin Fernando Martínez Villanueva argitalpenaren egileak ematen dizkigun orientabideak laguntzen dira, beraz, oso liburu dibertigarria eta erakargarria da, bai helduentzat, bai haurrentzat.

Gainera, azpimarratu behar da eskubide eta irabazi guztiak APROINi (Haurtzaroaren aldeko Elkarte Nafarroan) eman zaizkiola, proiektu honetan laguntzailea baita.

Egilea: Fernando Martínez Villanueva  
Argitaletxea: EOS  
Orrialdeak: 76

## Consejos para padres, madres y tutores/as a la hora de ver la televisión:

1. No dejar nunca solos/as a los niños/as ante la televisión. La presencia de adultos permite que los/as menores pregunten sus dudas y puedan comunicar sus sensaciones.
2. Acordar con ellos/as el tiempo que pueden ver la TV a diario y ofrecer actividades alternativas para que estén ocupados/as.
3. Evitar que la TV esté encendida durante las comidas, para facilitar el diálogo.
4. No castigar a los niños/as sin ver la televisión, porque estos pueden creer de ese modo que es el mejor pasatiempo para llenar su tiempo de ocio.
5. No abusar del mando a distancia. Hacer “zapping” sin escoger un programa determinado debilita su capacidad de concentración.
6. Evitar que los y las menores hagan las tareas escolares viendo la televisión.
7. Evitar que tengan televisor en su habitación, que hace que el/la niño/a se vuelva “teledependiente”.
8. Utilizar programas televisivos que ven los y las menores, para estimular actividades que despierten en ellos/as la participación.

“Dar buen ejemplo es el consejo más importante, sólo si los adultos han aprendido a domesticar la TV harán comprender a los/as menores las ventajas de la tele-educación”

## Consejos para los medios de comunicación:

Hoy en día los medios de comunicación han adoptado, en muchos casos, el papel de educador que corresponde a la familia y al colegio. Por tanto es recomendable que:

1. El discurso infantil contemple valores positivos para los niños y niñas. Vías alternativas a la violencia y actitudes que supongan respeto y no agresión o etnocentrismo.
2. Como agentes de difusión social, ha de transmitir una imagen realista de la infancia.

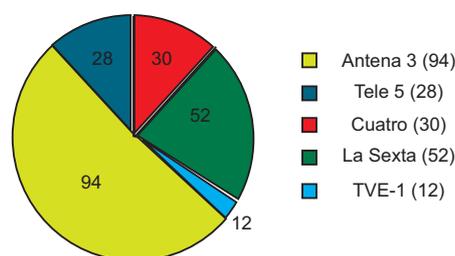


Una programación, para promover el bienestar infantil debe:

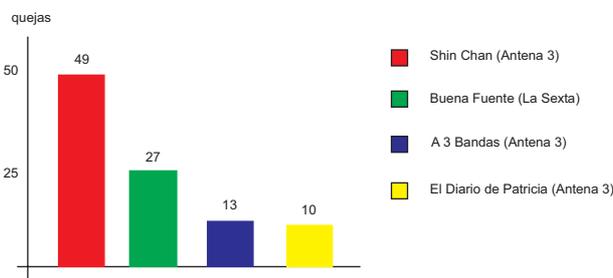
- Favorecer conductas y actitudes respetuosas con la infancia.
- Promover hábitos de vida saludable.
- Respetar el sufrimiento infantil, conservando su anonimato y evitando la estigmatización de determinados niños, niñas o grupos por sus características familiares, sociales o personales.

## Quejas presentadas y distribución por cadenas:

Total quejas: 216



## Programas con mayor número de quejas presentadas:



## Quejas según la temática del programa:

Los temas más frecuentes por los que se han presentado las quejas han sido los siguientes:

- 1° Sexo
- 2° Comportamiento social
- 3° Temática conflictiva
- 4° Violencia
- 5° Difusión inadecuada por calificación

Datos recogidos de la Comisión Mixta de Seguimiento de la aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia)

## INFANCIA Y ADOLESCENCIA Y LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN HORARIO PROTEGIDO

### Principios:

1. Garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los y las niños/as que participen en la programación televisiva.
2. Fomentar el control parental, de modo que se facilite una selección crítica de los programas que ven los niños y niñas.
3. Colaborar en una correcta y adecuada alfabetización de los/as niños/as, evitando el lenguaje insultante y excluyendo especialmente los mensajes SMS que aparecen en pantalla.
4. Evitar la incitación a los niños y niñas a imitar comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud; en especial consumo de drogas y el culto a la extrema delgadez.
5. Evitar la utilización instrumental de los problemas personales y familiares como espectáculo, creando desconcierto en la infancia.
6. Evitar los mensajes o escenas de explícito contenido violento o sexual sin contenido informativo o educativo, en programas de audiencia infantil y sus cortes publicitarios.



7. Asignar profesionales cualificados a los programas dedicados al público infantil.
8. Sensibilizar con los problemas de la infancia a todos/as los/as profesionales relacionados/as con la preparación de programas.
9. Fomentar que los/as conductores de programas en directo adviertan situaciones que pueden afectar a la protección de los niños, niñas y adolescentes.
10. Evitar las demostraciones de ciencias ocultas o de culto a las sectas, sin finalidad educativa o pedagógica de alertar a los menores.



### La infancia como telespectadora de espacios televisivos

1. Se evitará la emisión de imágenes de violencia, tratos vejatorios o sexo, no necesarios para la comprensión de la noticia.
2. Se evitará la emisión de imágenes especialmente crudas y brutales.
3. En los casos de relevante valor informativo o social que justifiquen la emisión de imágenes anteriormente citadas, se avisará a los/as telespectadores de la inadecuación de las mismas

### Programación con buenos valores

La Consejería para la Igualdad y Bienestar Social con financiación de la Unión Europea, ha producido una serie de animación en 3D "Andaluna y Samir". Son trece capítulos de unos quince minutos de duración cada uno durante los cuales los personajes, una pandilla de amigos y amigas de 9 y 10 años, viven aventuras de temas relacionados con la educación en valores, como la igualdad de género, la diversidad familiar, las nuevas tecnologías y el respeto a la intimidad, la educación o las personas con discapacidad. Y todo ello bajo un elemento común como es el de la integración, la igualdad en derechos de los diferentes.



### Franjas de protección reforzada

El horario legal de protección de los menores es de 6.00 a 22.00. El establecimiento de estas franjas parte del conocimiento de que el público infantil puede no estar apoyado por la presencia de un adulto, ni contar con la presencia parental.

#### Franjas de protección reforzada

- De lunes a viernes de 8:00h a 9:00h y de 17:00h a 20:00h
- Sábados y domingos de 9:00h a 12:00h
- Se aplicará la franja de protección horaria de los sábados y domingos a los siguientes días:

1 y 6 de enero  
Viernes Santo  
1 de mayo  
12 de octubre  
1 de noviembre  
6,8 y 25 de diciembre



## Estadísticas: Los niños y niñas frente a la TV

- Los niños y niñas entre 4 y 12 años pasan al año 960 horas en el colegio: prácticamente las mismas horas que ante el televisor.

- En España, 750.000 niños/as ven TV después de las 10 de la noche y 20.000 después de las 00:00h.

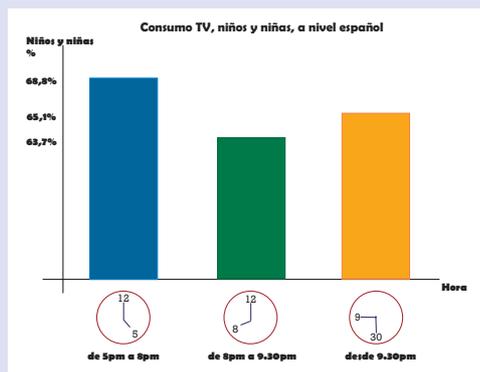
- Del tiempo total que pasan los niños y niñas viendo televisión solamente un 25% corresponde a programas infantiles.

- Dos de cada tres padres y madres españoles/as reconocen abiertamente en las encuestas del CIS que no controlan lo que ven sus hijos/as.

- Sólo el 30% de los padres y madres españoles/as ven siempre o casi siempre la TV con sus hijos/as.

- El 31,3% de los niños y las niñas entre 4 y 12 años tienen televisor en su cuarto.

(Según un estudio realizado por el grupo de investigación "Violencia y TV" de la Facultad de Ciencias de la comunicación Blanquerna de la Universidad Ramón Llull)



**Conclusiones** tras realizar el estudio con niños y niñas de entre las siguientes franjas de edad, 7-8 y 11-12 años:

1. El 72% de los encuestados manifiesta que tiene en casa dos o más aparatos de televisión, mientras que el 28% solo tiene uno.

2. El 83% cree que ve bastante o mucha televisión, el consumo aumenta entre las clases.

3. Sólo el 29,7% ve televisión a la hora de la comida.

Cuando más televisión consumen es:

- por la tarde (68,8%),

- a la hora de cenar (63,7),

- y después de cenar (65,1%).

4. El 61% dice ver la televisión en el salón, el 5% la ve en su habitación.

5. Casi el 50% dice ser tenido en cuenta a la hora de cambiar de canal por sus padres.

-Un 30% dice ser ellos quienes eligen el canal.

-Un 10% señala que son sus padres y madres quienes deciden lo que se ve en casa.

6. Más del 80% ve la televisión y hace algo más (juega, hace los deberes...).

8. La censura de los adultos es poco importante y muy heterogénea. El programa más prohibido acostumbra a ser "Los Simpson".

9. Los niños y niñas distinguen perfectamente la violencia de ficción de la violencia real, es esta última la que verdaderamente les afecta.

## La publicidad

El 25% de los anuncios de juguetes suspende.

Autocontrol recomendó el año 2007 modificaciones en 402 'spots' dirigidos a los menores; 63 infringían la ley. Autocontrol vigila que los anuncios cumplan las especiales exigencias legales y deontológicas destinadas a proteger al público infantil.

El objetivo es evitar "una presión de ventas excesiva" sobre los menores e impedir en lo posible que se puedan ver "inducidos a error acerca de las características de los productos promocionados".

De todos modos, la comisión destaca la "notable disminución" de reclamaciones respecto al año anterior y un elevado cumplimiento de la normativa (el 71%, según Autocontrol). Por ejemplo, los anuncios de juguetes incluían información sobre precio, montaje, pilas o venta de las piezas por separado, tal y como exige la normativa.

“ Los niños, niñas y adolescentes ven miles de comerciales al año, y por su edad son fácilmente manipulables. Muchos de estos anuncios son muy atractivos y corresponden a bebidas alcohólicas, comidas poco sanas, de preparación rápida y juguetes.”

Sin embargo, en la publicidad infantil persisten los estereotipos de géneros. Sobre todo cuando se trata de juguetes dirigidos a niños o a niñas. Estas diferencias se perciben en la realización de los anuncios, más pasiva en aquellos que son destinados a niñas.

Por otro lado, la Unión de Consumidores y Usuarios (OCU) ha analizado los 36.000 spots de productos comestibles emitidos en una semana por 14 cadenas de televisión. El estudio concluye que la publicidad de alimentos representa más de la mitad de toda la que se emite en horario infantil. Este bombardeo va en aumento. Ha pasado en dos años del 48% al 56%.

Los alimentos más publicitados son de consumo ocasional, según las recomendaciones de los expertos en nutrición, "lo que sin duda influye en los hábitos nutricionales de los ciudadanos, especialmente de los niños, que son con diferencia quienes más publicidad de este tipo reciben", explica esta asociación. Chocolate (y derivados como cremas o cacao en polvo), caramelos y golosinas, lácteos azucarados, bollería industrial y aperitivos salados son los productos más publicitados.

"El 56% de anuncios en horario infantil es de alimentos"

El **Código PAOS**, (Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y Salud) presenta las normas a aplicar en la promoción de alimentos y bebidas.

Entre los principios que exige, se encuentran los siguientes:

- Principio de lealtad. La publicidad se ajustará a la buena fe y los buenos usos mercantiles.
- Presentación de los productos: Se asegurará que la presentación no induzca a error ni engaño sobre las características del producto anunciado.
- Información sobre productos: Deberá exponerse con un lenguaje comprensible para los/as menores de edad, y de forma clara y legible.
- Presión de ventas: No se incitará a que compren el producto, aprovechándose de su credulidad.



[www.elchupete.com](http://www.elchupete.com)

"El Chupete" Haur Komunikazioaren Lehenengo Nazioarteko Zinemaldia da. Zinemaldi independentea da eta urtero bere helburua balorez hornitutako sormenezko lan hobereak saritzea da, horiek umeentzat badira. Halaber, komunikazio arduratsua saritzen da.

Zinemaldiaren helburua: haurren publizitatea eta komunikazioa duintzea, umeen eskubideak zainduz eta kalitate-irizpideak eta betetzen dituzten kanpainak azalduz.

Web orrian joan den edizioiko irabazleak ikus daitezke, besteak beste, El Corte Inglés, urteko haur-iragarle hoberearen sariarekin. (Goian spotaren fotograma).

### Principios básicos en la publicidad dirigida a la infancia

La infancia es una audiencia muy influenciabile y vulnerable, por ello es conveniente seguir unos principios básicos para evaluar la publicidad dirigida a este público.

1. Los niños y niñas más pequeños/as poseen una capacidad limitada para reconocer la credibilidad de la información que se les transmite. El anunciante debe ser responsable a la hora de proteger a la infancia de sus propias sensibilidades.
2. Reconocer la naturaleza imitativa de los niños y niñas para extremar los cuidados y no hacer que la violencia sea atractiva o se presente como método aceptable para conseguir metas sociales o personales.
3. Reconocer que la publicidad tiene un papel importante en la educación infantil y la información transmitida debe ser sincera y precisa. El niño o niña puede incluso recoger de la publicidad cosas que afecten a su salud y bienestar.
4. El anunciante, sabiendo la capacidad de influencia de la publicidad, debe hacer anuncios de buen gusto y promover conductas positivas, beneficiosas y pro-sociales (amistad, justicia, honestidad, protección del medioambiente, etc.). Además no debe presentarse la publicidad de manera provocativa sexualmente.
5. El anunciante no debe crear falsas expectativas sobre la calidad de un producto o sus prestaciones. No se debe explotar la capacidad imaginativa de los niños y niñas.
6. Los padres y madres son los agentes que más influyen en el desarrollo personal y social del niño y niña. El anunciante debe contribuir a desarrollar la relación padres-hijos de una manera constructiva.



Extraído del "Código Deontológico de Publicidad Infantil" editado por "El Chupete"

# Fiesta de conmemoración del XIX Aniversario de la Convención sobre los Derechos del Niño

Desde el año 2001, el Servicio de Infancia y Familia del Departamento de Intervención Social organiza anualmente una fiesta de conmemoración de la Convención sobre los Derechos del Niño de 1989, coincidiendo en fechas de forma aproximada con el aniversario de la misma (20 noviembre).

La celebración de esta fiesta se enmarca dentro del Programa Municipal de Participación Infantil "Lagunkide", dentro del cuál se trabaja con los niños, niñas y adolescentes de la ciudad la toma de conciencia de sus derechos, así como la comprensión de los mismos y de las responsabilidades que implican.

Este año 2008, la fiesta ha tenido lugar el sábado 22 de noviembre. En ella se han llevado a cabo numerosas actividades y talleres, para lo cuál se ha contado con la colaboración de diversas asociaciones y ONGs: entre ellas AVAIM y también han colaborado también en la fiesta departamentos y servicios municipales.

El núcleo central de la fiesta se situó en la Plaza de los Fueros y sus alrededores, donde los niños y niñas de la ciudad pudieron disfrutar durante todo el día de talleres, exposiciones, actuaciones y juegos diversos. Además, en la Plaza de Correos, tuvieron la oportunidad de tomar contacto con el trabajo de los bomberos, de probarse su equipación y hacerse fotos con los camiones.

Por su parte, los que se animaron a subir al polideportivo del Campillo, pudieron participar en una actividad de educación vial



Stand de AVAIM 20N Vitoria

con un circuito de coches teledirigidos.

Los adolescentes, mayores de 12 años, también tuvieron su propia celebración por la tarde en la Plaza del Matxete. Allí pudieron participar en talleres, disfrutar con la tirolina y el rocódromo, aprender a hacer graffitis, escuchar bertsos y divertirse con las actuaciones de DJ y del grupo local "fuera de lugar".

En el marco de esta celebración, los niños y niñas que constituyen "Hirikoak", órgano consultivo municipal y de participación ciudadana, formado por niños, niñas y adolescentes, prepararon y die-

ron lectura al manifiesto "construyendo nuestros derechos". Este manifiesto es la culminación del trabajo desarrollado en la Comisiones de Derechos y en el propio "Hirikoak", analizando la participación de la infancia y adolescencia en general, y en los medios de comunicación en particular.

En concreto, Joselyn Sudario, Joseba López de Ciordia y Mikel Fernández de Añastro leyeron el manifiesto en castellano, mientras que Iratxe Vicente y Sara Mauleón lo leyeron en euskera. El manifiesto se recoge íntegro a continuación:

*Sara Buesa Rodríguez Psicóloga del Servicio de Infancia y Familia*

## 20N en San Sebastián

AVAIM en San Sebastián, junto a la Sección de Juventud y Derechos Humanos del Ayuntamiento de esta localidad también celebró el 20N el sábado 22 en el barrio de Eguia.

El mal tiempo no impidió que acudieran a la fiesta niños y niñas para ver la función de los payasos Korri y Xalto, a las cinco de la tarde.

Después de la actuación hubo una chocolatada de la que pudieron disfrutar todos los niños, niñas y adultos.



## "Gure eskubideak eraikitzen" adierazpena

Nire izena Sara da, eta nirea Iratxe. "Hirikoak" batzordearen ordezkariak gara. Batzorde horretan 9 eta 16 urte bitarteko haur eta nerabeek hartzen dugu parte, eta horren bidez hainbat udal gairi buruz galdetzen digute.

Gaurko egunez, azaroak 22, Haurren Eskubideei buruzko Hitzarmenaren Urteurrena ospatzen dugu. Gasteizko haur eta nerabe guztiok ospakizun horrekin bat egin nahi dugu, eta aukera hau baliatu nahi dugu gure iritzia azaldu eta proposamen batzuk egiteko.

Umeok gure eguneroko bizitzako alor guztietan parte hartzeko eskubidea dugu. Gure iritzia entzun eta kontuan hartzea gustatzen zaigu. Etxean, ikastetxean, hirian,... badugu aukerarik batera edo bestera parte hartzeko.

Etxean, esate baterako, etxera iristeko orduaz, oheratzeko orduaz edo oporrez hitz egin dezakegu gurasoekin. Etxean aldaketak egin behar direnean ere batzuetan gurasoek iritzia galdetzen digute. Dena dela, gehiagotan kontsultatzea nahiko genuke, eta etxean gertatzen denaz zer uste dugun entzutea.

Ikastetxean, ikasgelako ordezkaria aukeratzen dugu. Eskola Kontseilua ere badago. Gainera, arazoren bat dugunean, gure tutore edo irakasleekin hitz egin dezakegu. Hala ere, klasean parte hartzeko aukera gehiago izan nahiko genuke, eta gure iritziei kasu handiagoa egitea.

Esan digute elkarte batzuetan parte har dezakegula, baina kirol elkarteren bat besterik ez dugu ezagutzen. Beraz, informazio gehiago nahi genuke hirian dauden elkarteaz.

Hirian, haurrek parte hartzeko "Lagunkide" udal programa dugu. Haurtzaro eta Senitarte Zerbitzuak zuzentzen du programa, Movimiento Contra la Intolerancia, Save the Children, UNICEF eta Garenok elkarteekin laguntzarekin. "Lagunkide"-ren helburuetako bat haurren eskubideei buruzko hitzarmenaren jasota dauden eskubideak errespetarazi eta aintzat harraraztea da.

Joan den uztailaren 1ean, "Hirikoak" osatzen dugun neska-mutilok osoko bilkura egin genuen, eta alkatearekin zein zinegotzi batzuekin hitz egin genuen. Hainbat eskaera eta proposamen egin genizkien, esaterako, Gamarrako igerilekuetako prezioa jaisteko, haur nagusiagoentzako jolastokiak jartzeko, edo gizarte etxeetan nerabeentzako leku estaliak egokitzeko negurako. Urtero udaletxera joateko aukera izan nahi genuke, gure ekarpenak entzun ditzaten.

"Lagunkide"-ren bitartez, halaber, Lagun Foroa osatzen duten haurrei inkesta egin zaie komunikabideez (telebista, irratia, egunkariak...) duten iritzia ezagutzeko. Gai hori bera landu dugu Gasteizko 17 ikastetxe eta institututan, eskubideei buruzko batzordeetan.

### Hauek dira ondorioetako batzuk:

- Gasteizko umeok telebista ikusten dugu batez ere; haurrentzako nahiko saio ematen dute, eta gustuko ditugun sail edo filmak. Guretzako moduko saio gehiago egotea gustatuko litzaiaguke: marrazki bizidunak dituzten haur saioak, adin guztietarako filmak, umorezko programak,...

- Irratia batzuetan entzuten dugu, etxean gaudenean edo bidaietan goazenean, baina ez gehiegi, ez dagoelako guretzako saio askorik. Umeentzako musika gehiago egotea gustatuko litzaiaguke, edo gelan dauden kanpoko ikaskideen herrialdeetako kultura ezagutzeko saioak. Horregatik, ikastetxeetan irratia abiaraztea edo haurrei eskainitako irratia kate berri bat sortzea proposatzen dugu.

- Egunkaria gutxi irakurtzen dugu, noizean behin bakarrik, albisteren bat begiratzeko, batez ere kirola-koak. Albiste positiboagoak dakartzaten egunkariak irakurri nahiko genituzke, guk ulertzeko modukoak. Baita txisteak, komikiak, gurutzegramak eta kirol berriak ere, adibidez, eskolako futbol-partidei buruzkoak. Horretarako, ikastetxeko egunkaria sortzea eta auzoetan banatzea proposatzen dugu. Ikastetxeko web-orrian ere egunkari digitala sor dezakegu, eta hartara munduko ikastetxe guztiei ezagutarazi.

Oro har, komunikabideetan haurrak eta nerabeak ongi tratatzen gaituztela uste dugu. Hala ere, hedabideetan gure iritzia ez dela agertzen uste dugu. Guk aktiboki parte hartu nahiko genuke, eta eguneroko gaiei buruz uste duguna adierazi. Esate baterako, adin guztietako haurrentzako aldizkari bat egotea gustatuko litzaiaguke, udal kazetaren antzeko bat baina guretzat, guk parte hartu ahal izateko.

Uste dugu haur guztiak dutela informazioa jasotzeko eskubidea, ahalik eta bitarteko gehien bidez, eta jasotzen dugun informazioa helduek guretzat egokia ote den zaintzeko eskubidea ere badugu. Geuk ere lagundu behar dugu eskubide horiek babesten, besteak errespetatuz eta entzunez.

Egun honek Gasteizko haur eta nerabe guztiak beren eskubide eta betebeharrak ezagutzeko balio izatea espero dugu, guztiok batera, haur, nerabe eta heldu, babestu eta praktikan jar ditzagun.

# La infancia y los medios

Hablar de medios de comunicación hoy en día es algo de plena actualidad, dado que nos encontramos en la "era de las comunicaciones", en la que asistimos a una revolución y un progreso constante de las mismas. Pero, además, abordar esta temática desde la perspectiva de la infancia y adolescencia, adquiere una relevancia especial. Y es que los medios de comunicación ocupan sin duda un lugar fundamental en la vida cotidiana de los niños, niñas y adolescentes, forman parte de su ocio y, al mismo tiempo, constituyen un elemento importante en su educación, al ser potentes transmisores no sólo de información, sino también de valores, o contravalores.

La constatación de esta realidad motiva la preocupación y el interés por el estudio acerca del grado de contacto de los niños y niñas con los diversos medios de comunicación, los contenidos a los que pueden estar expuestos, etc.

Desde el Servicio de Infancia y Familia del Departamento de Intervención Social del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz nos hacemos eco de este interés y lo enlazamos con uno de los objetivos estratégicos que perseguimos: lograr la participación efectiva de los niños, niñas y adolescentes de nuestra ciudad. Este doble propósito se ha materializado en una encuesta para



analizar la situación de la infancia y adolescencia de la ciudad en relación a los medios de comunicación, dirigida a los propios niños, niñas y adolescentes. Dicha encuesta se ha canalizado mediante carta a través de uno de los órganos que conforman el Programa para la Participación de la Infancia y la Adolescencia en el Municipio de Vitoria-Gasteiz, "Lagunkide": el Foro Amigo. Se trata de un órgano consultivo para temas municipales, formado por los niños y niñas de 8 a 16 años que han participado en el Buzón Amigo. Al Foro Amigo se le ha consultado con anterioridad acerca de otras temáticas, tales como la multiculturalidad.

La encuesta sobre la infancia y los medios de comunicación ha obtenido un total de 125 respuestas de niños y niñas de la ciudad, con edades comprendidas principalmente entre los 8 y 12 años

(80%). A pesar de que este número de respuestas no permite extraer datos concluyentes ni generalizables a toda la población, su análisis puede aportar algunas ideas interesantes de trabajo.

Comparativamente, el medio de comunicación más conocido y utilizado por los niños y niñas es la televisión (un 97% la ve), seguido, aunque a distancia, por la radio (un 20% no escucha nunca la radio). La prensa es con diferencia el medio más desconocido (un 51% no leen nunca ningún periódico).

Respecto a **la televisión**, no se detecta un uso excesivo de la misma los fines de semana (de media de 2 a 4 horas por fin de semana). Asimismo, los niños y niñas manifiestan que suelen ver la televisión acompañados principalmente de sus padres (46%), lo cuál indica que existe en gene-

# de comunicación

ral una supervisión. Sin embargo, la mayoría de los niños manifiesta que elige libremente los programas que ve (66%). Además, los niños ven la televisión en un porcentaje similar en todos los momentos del día, tanto a la mañana, al mediodía o a la tarde como a la noche, momento en el que los programas habitualmente dejan de estar dirigidos a población infantil y están más enfocados a adultos, con el consiguiente riesgo de que los niños estén expuestos a contenidos inadecuados para ellos. Esto sugiere que, a pesar de que los padres suelen estar presentes cuando sus hijos e hijas ven la televisión, quizás no supervisen de cerca la programación que éstos ven. En cuanto a la programación, los niños y niñas suelen ver programas infantiles, series o películas, valoran positiva y suficientemente los programas que existen para ellos y, en todo caso, plantean que les gustaría que hubiera más programas de este tipo.

“Lagunkide promueve una mayor participación ciudadana de la infancia”

En lo que se refiere a **la radio**, los niños y niñas que la oyen escuchan principalmente programas musicales o deportivos, y lo hacen en casa o cuando van de

viaje. En cuanto a la programación, la mayoría de los/as encuestados/as considera que no existen en la radio suficientes programas dirigidos a la infancia.

En relación a **la prensa**, la mayoría de niños y niñas no lee nunca periódicos (51%). Los que los leen lo hacen sólo de vez en cuando y tienden a leer noticias principalmente deportivas (51%)

En general, la mayoría de los y las participantes piensa que el trato que reciben en los medios de comunicación es bueno (53%). Sin embargo, la opinión de los niños y niñas está dividida a la hora de valorar si los medios de comunicación dan importancia suficiente a las noticias relacionadas con la infancia y adolescencia (47% creen que sí frente a un 40% que cree que no). En este sentido, proponen que en los medios de comunicación se traten más noticias relacionadas con ellos. Además, una mayoría de los/as encuestados/as manifiesta que en los medios de comunicación no se recoge su opinión (53%).

En cuanto a los **medios de comunicación municipales**, la mayoría de niños conoce alguno de ellos (59%), principalmente la

gaceta municipal (40%) y la revista de los centros cívicos (28%). Por otro lado, no existen actualmente publicaciones gratuitas dirigidas a niños y niñas de edades inferiores a los 12 años, aspecto que ha sido destacado por algunos/as participantes, expresando que les gustaría que hubiera alguna revista gratuita específicamente para ellos.

Asimismo, los niños y las niñas manifiestan que les gustaría poder participar activamente y expresar en mayor medida su opinión acerca de temas cotidianos.

Estas conclusiones refuerzan la línea de trabajo que está desarrollando el Servicio de Infancia y Familia, de dar espacio a los niños, niñas y adolescentes de la ciudad, posibilitando la expresión de sus opiniones y su participación en la vida ciudadana. En este sentido, seguiremos trabajando en la misma dirección a través del programa "**Lagunkide**", reforzando la estructura y los órganos existentes (Buzón Amigo, Foro Amigo, Comisiones de Derechos e Hirikoak), así como incorporando nuevos proyectos al mismo.

*Sara Buesa Rodríguez, Psicóloga del Servicio de Infancia y Familia*

[www.avaim.org](http://www.avaim.org)

**GIPUZKOA**  
Pº Zarategi,100-Edificio Txara 1  
Telf / Fax: 943 24 56 16  
20015 DONOSTIA  
Email: [avaim@euskalnet.net](mailto:avaim@euskalnet.net)

**ARABA**  
Casa de Asociaciones Itziar  
Plaza de Zalburu s/n  
01003 VITORIA-GASTEIZ  
Telf: 945 259 366 Email:[avaim.araba@euskalnet.net](mailto:avaim.araba@euskalnet.net)

**BIZKAIA**  
C/ Levante nº 2, 1º Izda  
48080 BILBAO

## LIBROS, PUBLICACIONES, DVDs...



Para leer:

### "Papá ¿Puedo ver la tele?"

Autor: Steve & Ruth Bennett

Editorial: Susaeta Ediciones

Páginas: 384



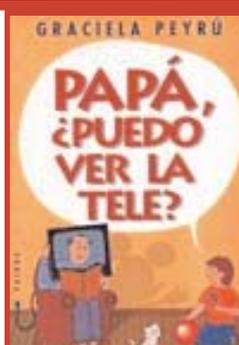
En este libro los autores han tratado de incluir juegos que fomenten el interés por el aprendizaje, por el sentido de la familia y por las relaciones con el entorno. También han equilibrado la proporción de actividades educativas, artísticas y deportivas, con el fin de que haya juegos para niños y niñas con gustos distintos. El objetivo es recortar poco a poco el número de horas dedicadas a la televisión, el niño/a se levante del sofá, salga a disfrutar de otro modo.

### "Papá ¿Puedo ver la tele?"

Autor: Graciela Peyrú

Editorial: Paidós

Páginas: 221



Las imágenes de la televisión son más poderosas que las de la realidad. Sobre todo si el medio usa sus propiedades técnicas para acentuar cada escena. El total de violencia televisiva que acumulan los/as niños/as a lo largo de su infancia llega a cientos de miles o millones de imágenes. Este libro ayudará a los padres y madres, a los/as maestros/as, y a los/as comunicadores/as, a comprender el sentido que dan los niños y niñas a los mensajes televisivos.

### "La violencia en los medios de comunicación"

Autor: Madeline Levine

Editorial: Agapea

Páginas: 520



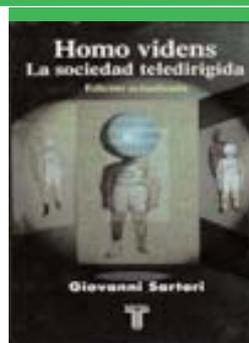
La violencia en los medios de comunicación induce a la infancia a actuar más agresivamente? ¿La violencia en los medios de comunicación cultiva actitudes excesivamente distorsionadas, desesperanzadas y pesimistas? ¿La violencia en los medios de comunicación desensibiliza a los/as niños/as a la violencia? Este libro, contesta a estas preguntas, revisa la compleja relación que ha existido entre los medios y la violencia .

### "Homo Videns. La Sociedad Teledirigida"

Autor: Giovanni Sartori

Editorial: Taurus

Páginas: 208



Nos encontramos en plena revolución multimedia. Esta revolución está transformando al Homo sapiens, en un Homo videns. Y en todo ello la televisión cumple un papel determinante. La primacía de la imagen, lleva a un ver sin entender que ha acabado con el pensamiento abstracto, con las ideas claras y distintas. Y ésta es la premisa fundamental a partir de la cual Giovanni Sartori examina la video-política y el poder político de la televisión.

Para ver:

**"Free Rainer"**

**Director:** Hans Weingartner

**Duración:** 129'

**País:** Alemania

**Género:** Ficción



Rainer, un exitoso productor de televisión, ha alcanzado la cima gracias a unos shows televisivos estúpidos y vulgares. Hasta que un día, decide dar un vuelco a su vida y producir un programa inteligente para el prime-time de su cadena. Hundido por los pésimos índices de audiencia de su nuevo programa, investiga los sistemas de medición de audiencias que mantienen como números uno a los programas más vulgares.

**"Network"**

**Director:** Sydney Lumet

**Duración:** 120'

**País:** EEUU

**Género:** Drama



Howard Beale es un presentador de noticias de edad avanzada en una cadena nacional de televisión. Su programa pierde audiencia y queda despedido. Beale reacciona de forma imprevista y anuncia en vivo que se va a suicidar. De la noche a la mañana se convierte en un símbolo en todo el país, de forma que crean un programa especial para él, en el que Beale aparece diariamente como un profeta.

**PÁGINAS WEB:**



[www.consejoaudiovisualdeandalucia.es](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es)



El Consejo Audiovisual de Andalucía es una autoridad independiente que regula la actividad de los medios audiovisuales en Andalucía según las funciones atribuidas en su Ley de Creación 1/2004. Su cometido es velar por el respeto de los derechos y libertades reconocidos en la Constitución y el Estatuto de Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.

[www.limitv.org](http://www.limitv.org)

LimiTV es una página creada tanto para niños, niñas y adolescents, como para adultos. En este sitio, nos informan sobre cómo afecta, a la larga, a un menor, ver de forma excesiva la tv, nos dan recomendaciones y actividades alternativas para realizar en el tiempo libre. Aunque es una página norteamericana, dispone de todas sus publicaciones también en castellano



## ¡FORMA PARTE DE AVAIM!

*Deseo inscribirme como socio/a /Bazkide izan nahi dut:*



NOMBRE/IZENA..... APELLIDOS/ABIZENAK.....  
D.N.I/N.A.N..... DIRECCIÓN/HELBIDEA.....  
C.P./P.K..... LOCALIDAD/HIRIA..... PROVINCIA/HERRIALDEA.....  
TELÉFONO/TELEFONOA..... PROFESIÓN/LANBIDEA.....  
E-MAIL..... FECHA/DATA.....

### FIRMA/SINADURA:

- Cuota individual/Kuota indibiduala: 40 euros
- Cuota Institucional/Kuota Instituzionala: 145 euros
- Domiciliación bancaria/Banku helbidea (Rellenar impreso adjunto/ondoko imprimakia bete ezazu)
- Ingreso en KUTXA-Caja Gipuzkoa-San Sebastián.Cuenta N°: 2101 0126 23 0011016805/ KUTXAn eskudirutako sarrera-Gipuzkoako Kutxa-Donostia. Kontuaren zenbakia: 2101 0126 23 0011016805.

## DOMICILIACIÓN BANCARIA/BANKU HELBIDEA

Distinguidos/as señores/as:

Les agradeceremos que abonen anualmente, la cantidad, que una sola vez al año, les presentará la Asociación Vasca para la Ayuda a la Infancia Maltratada.

Jaun agurgarriak:

Tratu Txarrak Jasotako Haurren Laguntzarako Euskal Elkarteak, urtean behin soilik, aurkestuko dizuen diru kopurua, urtero ordain dezazuen eskertuko dizuegu.

APELLIDOS/ABIZENAK.....NOMBRE/IZENA.....  
BANCO/BANKUA.....  
OFICINA N°/BULEGO ZENBAKIA.....  
N° CUENTA-LIBRETA/KONTU-LIBRETAZENBAKIA.....  
FECHA/DATA.....

FIRMA/SINADURA:

*Por favor envíen esta hoja debidamente cumplimentada a la siguiente dirección/Mesedez, orri hau behar bezala betetzen duzuen helbide honetara bidali:*

*-Asociación Vasca para la Ayuda a la Infancia Maltratada/Tratu Txarrak Jasotako Haurren Laguntzarako Euskal Elkarte :*

## AVAIM

Pº Zarategi, 100-Edificio Txara 1-20015 DONOSTIA



Gipuzkoako Foru Aldundia  
Diputación Foral de Gipuzkoa  
Gizarte Politikako Departamentua  
Departamento de Política Social



Ayuntamiento  
de Vitoria-Gasteiz  
Vitoria-Gasteizko  
Udala



Arabako Foru Aldundia  
Diputación Foral de Alava



EUSKO JAURLARITZA  
GOBIERNO VASCO

bbk