

Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 10 – 2ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Ramos Fernández, C. (2007). Comunicación institucional e infancia en la Junta de Andalucía: El programa Andaluna. Revista Latina de Comunicación Social, 62 Recuperado el x de xxx de 20xx de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200706RamosFernandez.htm>

[**Revisor I:** El artículo analiza el programa “Andaluna”, desarrollado por la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía, con el objetivo de divulgar entre niños de 6 a 12 años sus derechos y deberes. A través de este relato de experiencia, el autor(a) intenta mostrar la importancia de las campañas de comunicación destinadas a públicos específicos. La serie de dibujos animados “Andaluna y Samir, derechos a la aventura” es presentada como un ejemplo positivo de uso de los nuevos lenguajes comunicativos para la promoción de los derechos infantiles. **Revisora II:** Partiendo del análisis del programa infantil *Andaluna*, creado por la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía, el artículo profundiza en los procesos de comunicación en los que niños son parte implicada. Para ello, la autora destaca algunos de los recursos educativos utilizados en el programa, haciendo especial hincapié en los valores que transmiten. El enfoque planteado, así como el hecho de centrarse en un estudio de caso, proponiendo una reflexión más allá del mismo, son algunos de los aspectos más destacables del texto.]

## Comunicación institucional e infancia en la Junta de Andalucía: El programa Andaluna

## Institutional communication and infancy in the Board of Andalusia: The program Andaluna

Artículo recibido el 25 de octubre de 2006

Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 27 de octubre de 2006

Enviado a revisión el 29 de octubre de 2006

Aceptado el 22 de febrero de 2007

Publicado el 26 de febrero de 2007

**Lic. Carolina Ramos Fernández** © [C. V.]

Doctorando Universidad de Sevilla

[Info@carolinaramos.com](mailto:Info@carolinaramos.com)

**Resumen:** Las instituciones públicas deben tener en cuenta, en sus campañas de comunicación, a todos los públicos posibles. Así, las entidades que desarrollan programas destinados a la infancia deben ser especialmente cuidadosas con las acciones que ponen en marcha. Para ello es importante hacer uso de los nuevos lenguajes que ofrece la sociedad de la información y buscar la fórmula apropiada para hacer efectivo el modelo comunicativo de cada ocasión. Algunas acciones se están desarrollando en este sentido. Uno de ellos es el que se analiza a continuación: el programa Andaluna de la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía.

**Palabras clave:** infancia – comunicación institucional – Andaluna – televisión – educación – periodismo educativo – periodismo social – derechos civiles – Junta de Andalucía – dibujos animados

**Abstract:** Public Institutions have to take into account, in their advertising campaigns, every kind of people. Then, social affairs institutions which work for children have to take special cares in their communications. New languages of communication can offer successful formula for this. In Spain there are good examples of this. One of them is Andalusia program, from de andalusian government.

**Key Words:** Children – public communication – social affairs – institutions – television – Education – Educational Journalism – Social Journalism – Civil Rights – Andalusian Government – Cartoons

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Estudio del caso andaluz. 3. Conclusiones. 4. Bibliografía. 5 Notas

**Summary:** 1. Introduction. 2. A case study of the Andalusian. 3. Conclusions. 4. Bibliographi. 5. Notes

## 1. Introducción

Informar implica, en el caso de los menores, la necesidad de proteger. Proteger dando a conocer los derechos de las niñas y de los niños allá donde se desarrolle el proceso comunicativo en el que participemos; pero, sobre todo, dando cuenta sobre la vulneración de estos derechos cuando se produce.

En este sentido, el ejercicio de comunicación debe realizarse evitando desestabilizar el bienestar de los más pequeños y su futuro desarrollo como personas. Así pues, sería conveniente y necesario que las informaciones referidas a menores no vulnerasen los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen de los niños y niñas que se encuentran en situaciones especialmente delicadas. Donde tendría que tenerse en cuenta, por ejemplo, la privacidad de su historia personal. [1] Un derecho que recoge la jurisprudencia de la Ley Andaluza de los Derechos y la Atención al Menor que garantiza la efectividad de los derechos de los niños y de las niñas gracias a una intervención administrativa que conjuga la preservación de derechos y las garantías de los padres y madres. Un compromiso que, en el caso de los menores, debe atender a las necesidades orientadoras y de tutoría que debe desarrollar la Administración.

Una administración que, en el terreno de la comunicación institucional y al igual que los medios, debe cuidar al menor o promover sus cuidados tratando sus derechos como elemento de interés prioritario. Una reflexión que, sólo referida a los medios de comunicación destaca la periodista Soledad Galán (2005) pero que debe ampliarse a cualquier emisor en una sociedad donde el acceso a las nuevas tecnologías y a la información pone al alcance de todos y todas numerosos altavoces sociales con los que poder dar a conocer nuestra opinión sobre cualquier tema.

Con todo esto hay que tener en cuenta que las instituciones públicas que trabajan con los derechos sociales tienen la obligación de velar por el cumplimiento de los mismos. Para ello realizan campañas de comunicación en las que ofrecen información de sus distintos programas; editan manuales donde se analiza la relación de los medios de comunicación con sectores especialmente vulnerables, como infancia o mujer; se proponen decálogos de buenas prácticas respecto a la información relacionada con temas especialmente delicados –como retirada de tutela, los malos tratos o la violencia doméstica, entre otros–; e incluso en muchos casos se realiza un seguimiento de la imagen que se ofrece desde los medios de comunicación a través de los observatorios. [2]

Sin embargo, esto no es suficiente y encontramos informaciones sobre menores que se elaboran sobre testimonios de padres, madres, personas allegadas de alguna manera a ellas y ellos que acuden a los medios, por ejemplo, para publicitar casos de pérdida de tutela; creyendo que de esta manera se consigue alcanzar el objetivo que pretenden. Momento muy delicado para la situación ya que en muchas de estas noticias o reseñas en el que aparecen los nombres de los menores e incluso las caras de sus padres. Hecho que viola de forma evidente cualquier medida de protección a la infancia, esté relacionada ésta con la intimidad, el honor o la identidad de las personas.

Destaca Soledad Galán (2005: 129) que los medios de comunicación tienen la obligación y la responsabilidad de “desempeñar un papel crucial” en la salvaguarda de los menores. A lo que añade:

“(…) en toda suerte de información relativa a un menor, frente al derecho a la libertad de prensa del periodista se halla el derecho del niño a ser protegido en la misma. No obstante, en el mundo informativo se olvida, demasiado a menudo, que el menor también posee derechos. Derechos éstos cuya vulneración (al obviar su naturaleza en determinadas informaciones que versan sobre aquél) puede potenciar la estigmatización del niño, dentro y fuera de su entorno, e influir, por tanto, de forma negativa, en su bienestar psicológico y en su futuro desarrollo”.

Esta vulneración de los derechos de los más pequeños no se pueden contrarrestar desde los organismos públicos ya que los expedientes son secretos, precisamente para evitar la estigmatización de los menores. Pero sí puede protegerlos contra el uso y la violación de otros derechos poniendo en marcha acciones que fomenten el cuidado y el respeto a los sujetos de la

acción comunicativa. Y una de las maneras es incentivar la creación audiovisual responsable; promoviendo y financiando productos que tengan como finalidad primera el promover su bienestar social, espiritual y moral además de su salud física y mental.

## 2. Estudio del caso andaluz

Así, desde el año 2002 la Junta de Andalucía, a través de su Dirección General de Infancia y Familias de la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social, desarrolla una campaña de comunicación y concienciación dirigida a los andaluces menores de 18 años. Esta campaña se recoge en el programa “Andaluna te enseña tus derechos” y adquiere formatos muy diversos aunque con una única protagonista: Andaluna, una niña andaluza de unos 9 años que protagoniza numerosas aventuras con las que pretende promocionar los derechos y los deberes de los niños y niñas andaluces. Propósito para el que cuenta con la ayuda de varios amigos -aproximadamente de la misma edad- que le acompañan en sus aventuras y que muestran la pluralidad de nacionalidades y culturas, fomentando la tolerancia entre personas y la integración social de las mismas.

Un trabajo con el que la Junta andaluza busca hacer contrapeso de otros fenómenos que sirven de patrón en la actualidad y que no apuestan por valores positivos ni explican los derechos y deberes de la infancia en una sociedad donde la información tiene un papel determinante en los individuos.

Así, Andaluna pretende convertirse en el referente del bienestar de los menores que viven en Andalucía y es la estrella de la campaña divulgativa “Conocer vuestros derechos es importante” de la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social. Para ello la Dirección General responsable fue diseñando y ejecutando diferentes estrategias que, primero, dieran a conocer entre los menores al personaje; y, segundo, se consolidara como ejemplo e incluso líder de opinión entre los más pequeños con la intención de que sus mensajes calaran en el intelecto de éstos y de los mayores que les rodean. [3]

Se trata, pues, de una campaña que, aunque está dirigida a los menores tiene muy en cuenta la supervisión de los mayores. Una participación en la selección de los contenidos televisivos que ya se ha destacado en algún que otro trabajo donde se afirma que “(...) los programas supuestamente más especializados en el público de menos edad son vistos prioritariamente por espectadores mayores de 18 años” . [4] Aunque el objetivo ideal es que los mayores participen en la recepción e interactúen con ellos en su comprensión.

De esta manera, durante los últimos cuatro años, se ha realizado material promocional en muy diferentes formatos y soportes (libros, representaciones teatrales, una página web propia etc); aunque uno de los más destacados fue la entrega gratuita de 230.000 Cd's a través de diversos medios de comunicación escrita de toda Andalucía. [5]

Pero, sin lugar a dudas, fue la serie de microespacios musicales “Andaluna te enseña sus derechos” el que mejor aceptación tuvo. En ellos el personaje de Andaluna cantaba pequeñas canciones de unos 30 segundos en las que abordaba los diez derechos de los niños y de las niñas. Todos ellos con historias independientes entre sí y con un significado cerrado dentro de la campaña televisiva. [6]

A partir de este momento, la campaña se desarrolló, fundamentalmente, a través de la televisión. Opción que se va venido reforzando con el desarrollo del programa de comunicación en este medio dado que los estudios han ofrecido cifras rotundas sobre el consumo de la misma en Andalucía. Así, en el año 2003, la población andaluza de 1 a 15 años que consumió televisión todos los días alcanzaba el 87,3 %. La frecuencia media de este consumo se estableció entre 1 y 2 horas diarias (41,1%); seguido muy de cerca de un consumo de entre 2 y 3 horas diarias (30,6%). [7]

En este sentido, la Consejería aboga por un uso y consumo responsable de la televisión, siendo consciente de la validez que tiene como elemento que ayuda a los menores en su vida diaria. Lo que refuerza un estudio de la Universidad de Granada respecto a la influencia de la televisión en la infancia y la adolescencia donde llegar a decir:

“Los niños/ as ven la televisión como un elemento que les ayuda en su interacción cotidiana, no sólo con sus padres y profesores sino también en la relación con otros adultos y sus padres. La televisión les da soluciones y respuestas a los problemas que se encuentran a diario, y a través de la televisión subliman y dan salida a emociones y sensaciones que por otros medios, no pueden realizar”. [8]

Elaborados con técnicas de animación en tres dimensiones, la serie tiene una estructura fácilmente reconocible pues tiene la misma entrada y la misma salida en cada capítulo. Así, en una imagen introductoria aparece un cuadro de diseño y color con el dibujo de Andaluna y una voz en off que dice la frase: “Andaluna te enseña tus derechos”; y, al final de cada uno de los microespacios, la propia niña repetía la frase: “Conocer vuestros derechos es importante”.

Como ya se ha señalado anteriormente, la música es uno de sus ingredientes fundamentales. Se trata de uno de los elementos con los que se consigue mayor expresividad en la publicidad y, conscientes de ello, se ha tomado como base de los

mensajes que se emiten a los niños y niñas de entre 6 y 12 años. De ahí que se cuide mucho la correcta utilización de la música y de la voz en la emisión de cada uno de los mensajes y que cada microespacio emplee un estilo musical diferente, sea clásico o contemporáneo. Lo que contribuye también a atraer la atención de los niños y de las niñas; así como a aumentar la atención y el recuerdo del mensaje al recordar sus melodías pegadizas.

Con este fin las letras de las canciones están compuestas en rima, lo que favorece el aprendizaje de los contenidos haciendo que la información sobre los derechos se difunda y recoja de una forma amena y divertida.

El espacio en el que se localizaban estas entregas se parece a un escenario teatral. Lo que muchas personas tengan la impresión sea la de estar presenciando una actuación en directo sobre un escenario.

Sin embargo, la imagen de cada espacio no se centra sólo en el baile y la figura de Andaluna cantando; también cuenta con secuencias animadas que apoyan el mensaje transmitido sobre el contenido de cada derecho y la forma correcta de ejercerlo. O de cada obligación y la necesidad de que se realice para beneficio de la colectividad.

Otro aspecto importante de aquella primera campaña televisiva fue el empleo del color. Eran colores intensos, utilizados con un alto nivel de contraste que acompañaban a unos movimientos de cámara que se basan en el empleo del zoom, jugando con el primer y segundo término de la pantalla. Características que, hoy día, se mantienen.

En lo que respecta al ritmo hay que destacar que se ha cuidado de que el mensaje cale haciendo que el montaje de las mismas sea pausado. Con la idea de que se deje tiempo suficiente para la reflexión sobre lo que se está viendo y para que se pueda asimilar el contenido del mismo; aunque sin renunciar al ritmo que le marcan las diferentes músicas trabajadas en cada microespacio.

Estos microespacios se difunden, de forma gradual y desde abril de 2006, dentro de un programa dirigido al público infantil titulado “La Banda” que produce y emite la Radiotelevisión Pública de Andalucía y que se emite por Canal 2 de Andalucía; Canal Sur Televisión y, por satélite, en Andalucía Televisión.

Dada la buena acogida que tuvieron estas entregas audiovisuales, la Consejería andaluza consideró interesante desarrollar esta línea de trabajo. Así, ha creado una serie de animación –pionera en España– titulada “Andaluna y Samir, derechos a la aventura”; un producto con el que se quiere, como ocurría en anteriores entregas del personaje, difundir los contenidos de la Ley del Menor de Andalucía y con los cambios sociales que se están produciendo en nuestro país, sobre todo con la emigración y con los intercambios culturales que se producen a este respecto.

La realización de esta serie llama también la atención al ser un trabajo de elaboración propia. Un hecho que no resulta fácil de encontrar pues en la mayoría de los casos, los programas contenedores se dedican a la emisión sucesiva de diferentes series de dibujos animados realizados por productoras foráneas.

La serie consta de 13 capítulos y los protagoniza, de nuevo, Andaluna, acompañada en esta ocasión por su vecino y amigo marroquí, Samir; y un grupo de niños y niñas con diferentes discapacidades y nacionalidades de unos 9 años. [9]

Localizada en el nuevo centro escolar de la protagonista, el colegio Mayorines, la serie tiene como argumento las peripecias y aventuras diarias que viven estos pequeños y pequeñas durante el curso escolar. Acciones que permiten tratar temas que se consideran de “especial interés” para el desarrollo armónico de la personalidad de los más pequeños que se suceden de forma didáctica y divertida. Argumentos que quedan claros a los espectadores desde el primer capítulo, titulado “Mi nueva escuela” donde se aborda la integración de las personas extranjeras haciendo que, en esta ocasión y por su condición de recién llegada, sea Andaluna la que no se siente parte de la clase.

De esta forma, la serie apuesta por la estimulación mental de los menores al suministrarles mucha información; darles pautas de funcionamiento y actuación en situaciones distintas y ante personas de tipos diversos. Y, como señalan algunos estudios sobre la influencia de la televisión, les instala “(...) en un universo geográfico y simbólico mucho más rico del que pudieran hacer la familia y el sistema escolar”. [10]

Cada uno de los capítulos tiene una duración aproximada de 15 minutos y recrea contenidos educativos que tienen relación con los derechos ya mencionados.

La igualdad y la no discriminación marcan el tono en el que se desarrolla cada capítulo. Acciones que toman como punto de partida la mirada de los más pequeños que sirve como cámara que proyecta, en cuanto les rodea, sus razonamientos y conceptos. En este sentido, llama la atención el capítulo tercero de la serie, titulado “Menudo anuncio”, en el que tomando como punto de partida la grabación de un spot televisivo para un juguete se denuncia la forma en que se coarta la libertad de los más pequeños al dirigir sus gustos hacia muñecas u otros juegos, tomando su sexo como única referencia. De esta manera, esta campaña de comunicación adquiere un valor formativo además de informativo pues pretende garantizar a los

niños y niñas las condiciones para formarse un juicio propio, puedan ejercer el derecho a expresar su opinión libremente, sobre todo en aquellos asuntos que le afectan directamente. Lo que viene a ser el cumplimiento del artículo 12 de la Convención sobre los Derechos del Niño, adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 20 de noviembre del año 1989.

Además, a través de los más pequeños conocemos no sólo a sus familias, amigos y amigas, su colegio o sus aficiones y problemas; sino también el concepto que tienen acerca de cada una de estas realidades que les rodean. Un mundo que diariamente descubren y sobre el que aprenden los derechos que les protegen y los deberes que les corresponden. Deberes que en este caso se concretan en estudiar, respetar a los demás, ser responsables, solidarios, a ser pacíficos, etc.

Así, cada uno de los 13 capítulos se desarrolla en torno a un contenido educativo apostando por un comportamiento responsable e informando de unos derechos adquiridos que guardan relación con ellos. De forma sintética habría que destacar:

	EPÍGRAFE- DERECHO TRATADO	VALORES-HABILIDADES SOCIALES
1	Integración de los extranjeros	Destaca cómo es interesante conocer a personas de otras culturas porque tienen puntos de vista diferentes que nos pueden enriquecer en nuestro conocimiento del mundo. Pretende que todos los niños y todas las niñas se den cuenta de que cualquiera puede necesitar ayuda para integrarse en un lugar al que acaba de llegar y donde conoce a nadie.
2	Las familias	Lanza un mensaje claro y rotundo: da igual el modelo de familia que tengas, lo importante es que te quieran. Describe con claridad todas las posibilidades de familia que hay en la actualidad.
3	Igualdad de género	Trata dos temas relevantes que han ocupado muchas de las campañas de Asuntos Sociales en toda España: juguetes no sexistas y participación familiar en las labores del hogar.
4	Los niños y la salud	Una alimentación saludable es el eje de este capítulo que no sólo intenta ofrecer unas nociones básicas de las proporciones en las que deben ingerirse, sino que habla de los beneficios que tiene este comportamiento para la salud de las niñas y de los niños. También llama la atención sobre la importancia que tienen los chequeos periódicos como visitas al dentista en el desarrollo de los más pequeños para evitar problemas de difícil solución.
5	Denuncia del maltrato infantil	Diferencia entre el hecho de regañar como parte integrante del proceso educativo y el maltrato físico o psicológico. Invita a que quienes se sientan identificados con estas situaciones denuncien su existencia. También llama la atención sobre el papel que deben cumplir los compañeros y compañeras de estos niños y niñas maltratados que deben poner en conocimiento de los adultos cualquier confesión o anomalía que observen en el comportamiento de las personas afectadas o de los familiares que puedan estar cometiendo estos malos tratos.
6	Respeto por el medio ambiente	Se trata el consumo responsable de la energía y se hace referencia a lo importante que es cuidar el entorno para tener bienestar. Hace referencia a las zonas verdes y su deterioro y a la contaminación del agua que nos rodea. Integración de personas con discapacidad Aboga por una responsabilidad compartida ante situaciones de integración social. Invita a tener comportamientos que faciliten el desarrollo personal de quienes se encuentran en esta situación.
7	Integración de personas con discapacidad	Aboga por una responsabilidad compartida ante situaciones de integración social. Invita a tener comportamientos que faciliten el desarrollo personal de quienes se encuentran en esta situación.
8	Menores, justicia y policía	Es casi una campaña de imagen de las fuerzas de seguridad y el orden especialmente diseñada para los más pequeños. Quiere que encuentren en ellos la ayuda que necesitan para sentirse seguros ante cualquier situación adversa: incendios, catástrofes o un simple extravío.

9	La adopción	Hay una frase que se menciona en el capítulo que podría resumir el mensaje y los valores que transmite: hay niños que vienen de la barriga y otros que vienen del corazón, pero los dos son igual de queridos porque ambos contribuyen a que surja una familia. Lejos de comportamientos que condenen a la televisión, la serie apuesta por un uso correcto de la misma. También hace referencias en el mismo tono a los videojuegos y ordenadores. Además, llama la atención sobre la necesidad de que una persona adulta acompañe a un menor cuando navega por Internet y lo poco recomendable que es quedar con extraños que se conocen a través de la Red.
10	Buen uso de las nuevas tecnologías	Anima a los pequeños y pequeñas a que hagan otras actividades de ocio, además de las que se desarrollan en una pantalla.
11	Violencia entre iguales	Está especialmente pensado para los menores que ejercen la fuerza ante sus compañeros de clase. Busca que se den cuenta de que la violencia no es el camino para ser el mejor o el más popular. Destaca el valor del diálogo como herramienta de éxito.
12	Los niños y la escuela	La escolarización como derecho y obligación se entremezclan en este capítulo en el que se cantan los elementos atractivos que presenta una escuela, el valor que tiene la figura del profesorado en la orientación educativa y la cantidad de actividades que se realizan en este entorno.
13	Cooperación y solidaridad	Centra su atención en la necesidad que tenemos de compartir con los demás las cosas que no utilizamos y lo importante que es participar en las campañas de recogida de alimentos, ropa y juguetes. Destaca, sobre todo, la cooperación internacional y el valor que tiene su ejercicio tras cualquier desgracia natural o un conflicto bélico

De forma transversal, la serie contiene otros mensajes relacionados con la autonomía personal, la educación para la paz, el respeto por los demás, la aceptación de uno mismo, etc. Para ello hace protagonistas a personajes que, en otras series, serían objeto de la beneficencia de sus compañeros y compañeras; no personas activas que participan por igual de las aventuras que se proponen ya que sus limitaciones motoras o psicológicas son compensadas por los demás con comprensión y ayuda.

Según la Consejería su principal preocupación al crear este producto era conseguir un producto con calidad que, al mismo tiempo, transmitiera los contenidos y valores didácticos adecuados a la franja de edad entre 6 y 12 años, "(...) haciendo especial hincapié en su función educativa". [11] Objetivo que se pretende conseguir haciendo que la serie proporcione, además de valores, información que permita mejorar el estado de bienestar de la población infantil andaluza. Hecho por el que los personajes han sido concebidos desde la igualdad, con planteamientos no sexistas e integrando valores multiculturales en sus tramas y relaciones. Además, se ha prestado especial atención al hecho de que los mensajes permitan ir desterrando estereotipos en torno a las personas con algún tipo de discapacidad; que permitan fomentar y favorecer la integración total de las personas discapacitadas en la sociedad; y, demostrando el valor de determinadas habilidades sociales frente a problemas como la violencia entre iguales o cualquier tipo de maltrato.

Así, si analizamos los personajes protagonistas podemos descubrir cómo, además, se combinan nuevos problemas, con temas conflictivos heredados de tiempos anteriores. Es el caso, por ejemplo, de que aparezca un personaje de etnia gitana, llamada Margarita. Con quien se integra uno de los temas sociales que durante muchos años marcó la agenda de Andalucía. Situación que se soluciona dándole un papel protagonista a este personaje; lo que indica que es parte integrante que hay que tener en cuenta en la sociedad actual de la Comunidad Autónoma.

En general todos los personajes de la serie son curiosos, enérgicos y están tratados de forma positiva; cada uno de ellos tiene una debilidad por materias del conocimiento diferentes y se emplea en la dramaturgia para ilustrar o denunciar –dependiendo del caso– diferentes situaciones de la realidad cotidiana. Así, los seguidores de la serie no sólo conocen a los personajes protagonistas, sino el entorno que rodea a cada uno de ellos y ellas; haciendo especial énfasis en la organización familiar en la que se encuentra y su compromiso con algún aspecto de nuestra vida que se encuentra amenazado en algún momento. Planteamiento que se utiliza, por ejemplo, para conseguir la normalización de los diferentes tipos de familias que se dan en la actualidad -haciendo que no exista discriminación en este sentido-, para introducir nuevos argumentos vinculados con el ejercicio de los derechos de los menores o de los temas transversales relacionados con ellos.

Especialmente importante es el tratamiento que recibe la familia como eje de la identidad de los menores porque sirve, además, para introducir a otro sector especialmente sensible a la desprotección: los mayores. Así, uno de los personajes, Margarita, vive con su abuelo Camilo, de quien aprende numerosas cosas que comparte con sus amigos y amigas. A este tema dedica incluso uno de los capítulos, el numerado como 2 y titulado "Querida Paula", en el que Andaluna describe en una

carta a una antigua amiga suya la cantidad y variedad de familias diferentes que tienen sus nuevos amigos y amigas de Villa Redonda.

Los adultos que aparecen en la serie también se encuentran tratados en esta línea: personas activas, que participan en su entorno social, etc Y que, en el caso de las mujeres, por ejemplo, desarrollan papeles que tradicionalmente se han vinculado al rol masculino. Así, Elena, la madre de la protagonista es agente de policía; la madre de Samir es la presidenta de la Asociación de Vecinos al tiempo que regenta una juguetería con su marido; la madre de Margarita, Aurora, es veterinaria; Sofía, la madre de Aarón, es agente de Medio Ambiente, etc.

De esta manera, la Consejería quiere evitar que se alimenten los estereotipos que abundan en otros productos audiovisuales, en los que el dibujo es bien distinto al que se promociona según el estudio de García Martilla; callejo Gallejo y Walzer (2004: 150):

“Se ha observado que predomina de forma significativa un estereotipo masculino mayormente alejado del tradicional: muchos de los personajes masculinos adultos aparecen como seres torpes, poco hábiles, ingenuos, incluso tontos (...) En contraposición, en esas mismas series, en ocasiones los hijos varones aparecen como personajes astutos a causa de su habilidad tecnológica”.

Un hecho que no ayuda a fomentar el respeto por los demás, en especial por los padres; con los que no se cuenta en ningún momento ni siquiera como ayuda en alguna situación compleja o de peligro para el menor. Valores que sí aparecen tratados de forma positiva en la serie andaluza.

En este sentido, hay que añadir respecto a la imagen femenina lo que el estudio de García Martilla; callejo Gallejo y Walzer (2004: 150) añade a este respecto, pocas líneas más abajo:

“Encontramos una imagen femenina muy potente, reforzada en contraposición con el estereotipo masculino dominante. (...) Especialmente en las series de dibujos animados se observa una tendencia a la adultización de la figura femenina, incluyendo la infantil. En ocasiones, las niñas aparecen como personas competitivas”.

PERSONAJES	DIBUJO Y CUALIDADES
ANDALUNA	Niña andaluza de unos 9 años. Extrovertida y curiosa. Se ocupa de buscar soluciones para todas las situaciones problemáticas con las que topa.
SAMIR	Niño de origen marroquí. Honesto y decidido. Le encanta jugar con su monopatín
MARGARITA	De etnia gitana. Apasionada de las ciencias, los animales y los debates. Emplea un reloj multifunción para saber la presión atmosférica, la contaminación del aire, analizar partículas, etc Tiene una perrita que se llama Hada
JAIRO	El bromista del grupo. Conoce a todas las personas que hay en el colegio porque es el que más tiempo lleva en él. Tiene problemas motores, lo que le obliga a desplazarse en silla de ruedas.
MATÍAS	Hermano mayor de Matías. Es un adolescente
AARÓN	Primo de Andaluna unos años menor que ella. Lleva gafas y su estatura es algo menor que la de los niños y niñas de su edad.
ELENA	Madre de Andaluna. Es agente de policía.
BLAS	Padre de Andaluna. Es dentista.
MUNIRA	Madre de Samir. Presidenta de la Asociación de Vecinos del barrio en que vive. Regenta una juguetería con su marido Adel.

ADEL	Padre de Samir. Regenta una juguetería con su mujer, Munira.
AURORA	Madre de Margarita. Ejerce como veterinaria.
RAFAEL	Padre de Margarita. Es conductor de autobuses
GUILLERMO	Padre de Jairo y Matías. Es escritor y trabaja en casa. Está divorciado de Rosa, madre de sus hijos. Vive con sus hijos.
ROSA	Madre de Jairo y Matías. No vive con sus hijos aunque pasa con ellos los fines de semana. Está divorciada de Guillermo.
MARA	Madre biológica de Aarón. Regenta una peluquería.
SOFÍA	Madre de Aarón y tía de Andaluna. Es agente de Medio Ambiente.

La emisión de los capítulos se realiza los fines de semana en franja horaria de máxima audiencia –entre 14:45 y 15:00 horas–, por Canal Sur 2, dentro del programa La Banda. Una emisión que en períodos vacacionales tiene previsto realizarse por el canal principal de la RTVA, para ampliar su audiencia.

En este sentido, la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía está haciendo que otras empresas de la Administración pública se impliquen en los fines educativos de su campaña. Así, no es aleatoria la elección de Canal Sur Televisión y Canal Sur 2 como medios de difusión ya que estamos ante un servicio público que tiene la obligación, desde sus propios estatutos, de “poner interés en los servicios informativos y en los asuntos relacionados con la educación y la cultura”. [12].

Pues no hay que olvidar a este respecto que, como señala Juan Luis Manfredi (2004: 175) la idea de servicio público en televisión es múltiple y

“(…) tiene sentido en tanto que se refiere a la sociedad civil, en general, y al ciudadano en particular, esto es, está dirigida a todos y cada uno de los miembros de la comunidad, sin exclusiones por razón de género, edad, grupo social, nacionalidad o cualquier otra singularidad”.

Y esto incluye a los menores de edad, aunque muchas veces se les olvide a los responsables de las cadenas de televisión pues también son audiencia. Público que hay que cuidar, alimentar y educar con buenos productos. Y la comunicación institucional, en este sentido, todavía tiene mucho que

### 3. Conclusiones

De esta manera, el programa Andaluna y todas las iniciativas que se han llevado a cabo bajo este epígrafe hasta el momento, apuntan en este sentido. Ofreciendo, al fin y al cabo, una manera de encauzar la información generada; haciendo que la puesta en marcha de numerosas iniciativas sea efectiva y llegue a los receptores idóneos con la calidad que precisa pero con nuevos medios. Un proceso que fortalece la imagen del producto –la protección de los menores, el estado de derecho, etc- como ocurre con cualquier otra campaña de comunicación del ámbito privado, donde estas acciones se encuentran con más frecuencia; y que alimenta el conocimiento de la institución ante el resto de la población, que contribuye a su desarrollo mediante los impuestos.

### 4.- Bibliografía

-Galán, Soledad, 2005: *La libertad de prensa ante la protección a la infancia*, Sevilla: Consejería para la Igualdad y Bienestar Social.

-García Matilla, Agustín; Callejo Gallego, Javier y Walzer, Alejandra, 2004: *Los niños y los jóvenes frente a las pantallas*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

-Manfredi Sánchez, Juan Luis, 2004: *La televisión pública en la transformación del estado del bienestar*, Sevilla: Instituto de Administración Pública.

-VV. AA, 2006: *Tecnologías de la información y comunicación. Estado de la infancia y adolescencia en Andalucía*. Sevilla: Observatorio de la Infancia en Andalucía.

-VV. AA, 2006: *Andaluna y Samir. Dossier de información sobre la serie animada*. Sevilla: Consejería para la Igualdad y Bienestar Social.

-VV. AA, 2004: *Ley de los derechos y la atención al menor*, Sevilla: Consejería para la Igualdad y Bienestar Social.

-VV. AA, 2004: *Plan Integral de Atención a la Infancia en Andalucía*, Sevilla: Dirección General de Infancia y Familia, Consejería de Asuntos Sociales, Junta de Andalucía.

-VV. AA, 1995: *Influencia de la televisión en la infancia y la adolescencia andaluza*, Sevilla: Consejería de Trabajo y Asuntos Sociales.

VV. AA, 1994: *Los derechos del niño. Guías y documentos*. Sevilla: Dirección General de Atención al niño.

## 5. Notas

[1] El artículo 20 de la Constitución Española regula el derecho a la información, restringe y regula la capacidad de ofrecer contenidos que sobrepasen los límites del respeto a los derechos reconocidos. Especialmente los que afectan al honor, la intimidad, la propia imagen y la protección a la juventud y de la infancia.

[2] En Andalucía existen dos observatorios: uno dedicado a la población menor de edad de Andalucía y otro que trata sobre la relación entre mujer y publicidad. Los dos tienen portal propio donde se puede ampliar la información referida a las acciones que realizan. El dedicado a la infancia se encuentra en la dirección: <http://oiasrv.easp.es/oia/esp/index.aspx>; y el Observatorio Andaluz de Publicidad No Sexista cuenta con la siguiente dirección: <http://www.iam-publicidad.org/>

[3] La campaña televisiva “Conocer vuestros derechos es importante” se hizo coincidiendo con la celebración del Día de la Infancia en Andalucía.

[4] Los niños y los jóvenes frente a las pantallas, p. 149.

[5] Este CD contenía dos canciones “Los derechos de niños y niñas” e “Integra”. La primera de ellas sobre los distintos derechos reconocidos a la infancia en la Declaración y en la Convención de los Derechos del Niño; y la segunda canción trataba aspectos relativos a la integración de las personas.

[6] La Ley andaluza 1/1998, de 20 de abril, de los derechos y la atención al menor, recoge los derechos de los niños y niñas en Andalucía en sus artículos del 5 al 14. En concreto estos son: Derecho a la identificación”; “Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen”; “Derecho a la información y a una publicidad adecuada”; “Derecho a la prevención de los malos tratos y de la explotación”; “Derecho a la integración”; “Derecho a la salud”; “Derecho a la educación”; Derecho a la cultura, ocio, asociacionismo y participación social de la infancia”; “Derecho al medio ambiente” y “Derecho a ser oído”.

[7] En este sentido hay que explicar, además, que el sector de edad de 12 a 15 años es el que más consumo televisivo presentó con una media de entre 2 y 3 horas diarias. Aunque llama la atención también que un 16% llegó a estar más de tres horas diarias. Un comportamiento que, según los estudios del Observatorio de la Infancia en Andalucía, es inverso al que sucede en la Unión Europea. *Tecnologías de la información y Comunicación*, p. 11. Lo que demuestra, una vez más, que “La televisión sigue siendo el medio de comunicación con mayor grado de implantación en la sociedad española”, *Los niños y los jóvenes frente a las pantallas*, p. 17.

[8] *Influencia de la televisión en la infancia y la adolescencia andaluza*, p. 67.

[9] Es importante el tratamiento de la inmigración en el proceso educativo de los más pequeños pues, como se ha puesto de manifiesto en numerosas ocasiones: “Andalucía es la tercera Comunidad Autónoma, después de Cataluña y Madrid, con mayor número de residentes extranjeros. En el año 2001, y según la estadística de variaciones residenciales (Instituto de Estadística de Andalucía), se produjeron en Andalucía un total de 139.871 inmigraciones. En los últimos años, la tendencia de crecimiento ha sido constante, como así señalan los datos aportados por el Plan Integral para la Inmigración en Andalucía, aunque en el año 2001 se produce un leve descenso respecto al anterior (153.894 inmigraciones). Si bien la población

inmigrante está constituida fundamentalmente por adultos en edad activa, de las inmigraciones producidas en el año 2001, los menores de 16 años representaban un total de 24.248. Este hecho debe ser tomado en consideración con el fin de proporcionar una respuesta sistemática y estructurada que permita afrontar las necesidades y demandas de servicios que a distintos niveles y áreas (educativa, sanitaria, económica, social...) se presenten, tanto en el momento actual como las previstas para los próximos años", Plan General de Atención a la Infancia, p. 2.

[10] Influencia de la televisión en la Infancia y la adolescencia, p. 84.

[11] Dossier de presentación de la serie Andaluna y Samir, p. 5.

[12] La televisión en la transformación del estado del bienestar, p. 177.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA**

Ramos Fernández, C. (2007). Comunicación institucional e infancia en la Junta de Andalucía: El programa Andaluna. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el x de xxx de 20xx de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200706RamosFernandez.htm>