

50 Jahre Kinderfernsehen in Lateinamerika

Beth Carmona

Der Artikel zeigt auf, wie das lateinamerikanische Kinderfernsehen durch die verschiedenen Einflüsse und Kulturen des Kontinents geprägt wurde.

Wir sind wirklich sehr stolz auf die Fortschritte, die das Kinderfernsehen in Lateinamerika gemacht hat. In dieser kurzen Übersicht möchte ich einige Programme der letzten Jahre hervorheben, die in Südamerika einschließlich Mexikos und eines Teils Mittelamerikas und der Karibik produziert wurden. Dies zusammen umfasst die lateinamerikanische Region. In diesem Gebiet spricht die Mehrheit der Menschen zwei Sprachen: In den meisten Ländern ist das Spanisch, in Brasilien Portugiesisch.

Zunächst möchte ich jedoch Joaquín Torres García vorstellen, einen Künstler, Maler und einflussreichen Lehrer aus Uruguay. Er wurde 1874 geboren und begründete die Kunstströmung, die »Konstruktivismus« (Universalismo Constructivo) genannt wird. Er schuf eine große Anzahl von Bildern, die genau seinen Stil widerspiegeln. In seiner Abbildung des amerikanischen Kontinents vertauschte er die Länder auf der Landkarte, versehen mit der Anmerkung »der Süden ist unser Norden«. Dies ist eine Möglichkeit, die Perspektive zu verändern und Südamerika Bedeutung zu verleihen, besonders in Bezug auf Kunst und Kultur. Er sagte: »In Wirklichkeit ist unser Norden der Süden. Es sollte für uns keinen Norden geben (...). Also kehren wir jetzt die Landkarte von unten nach oben und bekommen dadurch eine gerechtere Vorstellung von unserer Position, die nicht so ist, wie

die, die die anderen in der Welt wollen. (...) Von nun an ist er beharrlich auf den Süden gerichtet, unser Norden.« Das ist ein wichtiger Gedanke für Kulturen, die oft als Teil dessen dargestellt werden, was einmal die »Dritte Welt« genannt wurde – eine Bezeichnung, von der ich erwarte, dass sie nicht mehr verwendet wird.

Ein genauer Blick auf unsere Kolonialisierungsgeschichte lässt den Schmelztiegel der Kulturen sichtbar werden, der aufgrund der Zivilisationen und Bevölkerungsgruppen in den Regionen zustandekommt, zu denen die Urbevölkerung, Menschen aus Spanien, Portugal und Afrika gehören. Es ist eine Mischung, die sich aus Zeiten vermehrter Immigration, hauptsächlich aus Europa, ergibt, und aus der Tatsache, dass es starke autochthon-indianische und afrikanische Kulturen und Einflüsse gibt. Somit ist Vielfalt etwas, das wir schon immer im Blut haben. Auch wenn wir von Lateinamerika als Ganzem sprechen, ist es wichtig anzumerken, dass es spezifische regionale Kulturen innerhalb der einzelnen Länder des Kontinents gibt. Aus diesem Grund ist es alles andere als einfach, einen authentischen lateinamerikanischen Stil zu definieren oder darzustellen bzw. den typischen lateinamerikanischen Protagonisten zu finden, so wie er stereotyp in den Medien zu finden ist.

Was Kindermedien betrifft, ist es wahr, dass unsere Kinder globalen Anschluss haben. Globales Fernsehen erreicht sie über das Free-TV und über Bezahlfernsehen, mit vielen Sendungen aus dem Ausland, mit hauptsächlich nordamerikanischem Inhalt, übersetzt und synchronisiert in der jeweiligen Landes-

sprache. Es herrscht immer noch ein Mangel an regionalen Produktionen auf den Bildschirmen. Wir brauchen mehr Sendungen, die vor Ort produziert werden. Wir sind überzeugt, dass unsere Kinder ihre Umgebung, ihre Länder und Kultur sehen müssen. Es ist wichtig, ihre Identität zu unterstützen und sie in den lokalen Kinderkanälen zu zeigen. Das macht sie zu stärkeren BürgerInnen und Individuen.

Lokale Identität stärken

Auf der ganzen Welt ist das öffentliche Fernsehen normalerweise die Heimat für die regionale und nationale Kultur. In Lateinamerika gibt es keine erfolgreiche und lange Geschichte des öffentlichen Fernsehens, da es Ende der 1970er-Jahre in den meisten Ländern mit dem Ziel, Schulen und LehrerInnen zu unterstützen, geschaffen wurde. Es hat versagt. Andere Fernsehsender begannen im kommerziellen Sektor und das Geschäftsmodell erforderte es, gewinnbringend zu arbeiten und durch Sponsoren und Werbung zukunftsfähig zu werden. Heute kämpfen wir immer noch für ein gutes öffentliches Fernsehprogramm und eine Kontinuität von erfolgreichen Erfahrungen und Praktiken, die auf diesem Gebiet entstehen. Aber es wird immer schwieriger, öffentliches Qualitätsfernsehen ohne politische und kommerzielle Eingriffe aufrechtzuerhalten.

Das Internet, die sozialen Medien für Kinder, Video-on-Demand-Plattformen und auf gewisse Weise auch der verbreitete Gebrauch von Smartphones verändern das Panorama enorm. Dadurch werden den Zuschau-

erInnen viele andere Zugangsmöglichkeiten und -wege zu einem breiteren Angebot an Inhalten eröffnet.

Es gibt in diesem Jahrhundert andere Plattformen, andere Wege, um Qualitätsmedien für Kinder zu produzieren und zu vertreiben, die die Regionen unterstützen und ihnen neue Möglichkeiten bieten.

Ich möchte auch noch etwas zur Vergangenheit sagen. Einige Initiativen entschieden sich dafür, zu investieren und unsere Kinder ernst zu nehmen und sie auf dem Bildschirm, so gut es ihnen gelang, zu repräsentieren. Das entsprach in den 1990er-Jahren in Brasilien und in Mexiko der Realität. Die Sender TV Cultura SP und die Once TV Sender machten eine gute Arbeit und erlangten internationalen Respekt. *The boy, the slum and the pan's lids* (*Der Junge, der Slum und der Topfdeckel*) ist zum Beispiel ein Kurzfilm, den wir damals, 1996, produziert haben und für den wir von der internationalen Gemeinschaft beim PRIX-JEUNESSE-Festival ausgezeichnet wurden (Abb. 1). Es ist ein 5-minütiger Film, der für das von Ragdoll koordinierte »Open a Door«-Projekt produziert wurde. Ragdolls ausführende Produzentin, Anne Wood, hatte viele Länder dazu eingeladen, eine 5-minütige Live-Action-Vorschulsendung zu produzieren. Sie sollte von einem Kind im eigenen Land handeln, ohne Dialoge, und eine Tür zum jeweiligen Alltag des Kindes öffnen. TV Cultura SP (Brasilien) entschied sich dazu, an diesem

internationalen Projekt teilzunehmen, und war damit sehr erfolgreich. Das war ein großer Schritt, der unserem Land einen Platz auf der Landkarte der Kinderproduktion verschaffte.

Herausforderungen in Lateinamerika

Unsere Region bzw. unsere Bevölkerung wird schon lange von den globalen Medien in keinem besonders guten Licht dargestellt, und darüber hinaus auf stereotype Art und Weise. Wir glauben, dass die Produktion eigener Sendungen es ermöglicht, dieses Image zu verändern.

Einige Fragen, die wir uns stellen, wenn wir Qualitätsmedien für Kinder produzieren, sind:

- Wie können wir diese Stereotype in unserer Arbeit und bei der Entwicklung neuer Inhalte überwinden?
- Was können die Medien zur Verbesserung des Lebens der Kinder in unserer Region beitragen?
- Wie können wir auf dem globalen Markt wahrgenommen werden?
- Was sind die Hauptthemen, die tatsächlich unsere Kinder betreffen und die für sie wichtig sein können?
- Welche Geschichten sind gut für uns?
- Brauchen wir mehr regionale und lokale Inhalte?
- Brauchen wir eine universell gültige Botschaft, um einen vollständigen Blick auf die Welt zu bekommen?

Wir arbeiten immer noch aktiv daran, Lösungen für diese Punkte zu finden. Einige Ergebnisse haben wir vor Kurzem mit einigen Sendungen, in verschiedenen Ländern und mit einer Vielfalt an Genres, erreicht: Animation, Fiction, Live-Action und Dokumentationen.

31 minutes aus Chile war eine sehr einflussreiche lateinamerikanische Serie (Abb. 2). Diese Sendung hatte 2004 beim internationalen PRIX-JEUNESSE-Festival in München großen Erfolg. Sie gewann 2003 außerdem den PRIX JEUNESSE Iberoamericano, einen Ableger des Festivals in der Region. Die Sendung wurde damals vom nord-amerikanischen Sender Nickelodeon gekauft und lief in ganz Lateinamerika. *Lord Lucas' vacation* ist ein Live-Action-Kurzfilm aus Brasilien. Während eines Sommerurlaubs bemerkt der 8-jährige Lucas eigenartige Veränderungen im Verhalten seiner Schwester. Langsam beginnt er zu glauben, dass sie sich in einen Vampir verwandelt hat. *Lord Lucas' vacation* (Brasilien, 2010) erhielt eine Auszeichnung beim PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, nachdem der Film auch bei der regionalen Veranstaltung 2009 preisgekrönt wurde (Abb. 3).

In *La Lleva* geht es um regionale Kultur. Die Serie wurde in Kolumbien produziert (Abb. 4). Sie entstand auf der Grundlage einer vom Kultusministerium durchgeführten Untersuchung über das Spielverhalten der Kinder in den unterschiedlichen Teilen Kolumbiens. Die Reality-Sendung wurde als überregionale Sendung produziert.

junger Mann mit ganz klaren Vorstellungen und dem Drang, etwas zu erreichen – trotz einiger Umstände, die man als Hindernisse sehen könnte. Die Produktion zeigt besonders die Charakterstärke des Jugendlichen und seine positive Art, sich Herausforderungen zu stellen (Abb. 6). Alles begann beim PRIX-JEU-

NESSE-Festival. Das war der Ort, an dem sich die lateinamerikanischen ProduzentInnen für Kinderprogramme das erste Mal versammelten. Als PRIX JEUNESSE »Suitcase & Training«, einen Koffer für Screenings und Weiterbildungen anbot, begannen wir damit, viele Seminare zu veranstalten. Wir riefen etwa ALA (Alianza Latino Americana) ins Leben. Diese lateinamerikanische Allianz ist eine Organisation, die in der Region Qualitätsmedien für Kinder fördert, wie etwa mit dem Projekt »Erfurt Pre-School Item Exchange« der EBU (European Broadcasting Union), aber auch anderen. MIDIATIVA, das brasilianische Zentrum für Medien für Kinder ist heute für comKids und den PRIX JEUNESSE Iberoamericano zuständig, der alle zwei Jahre in São Paulo, Brasilien stattfindet. Wir bieten

Seminare, Festivals, Diskussionen und eine Plattform auf Portugiesisch und Spanisch, die ProduzentInnen und Fernsehschaffende verbindet.

MitstreiterInnen und Netzwerke

Auf dem ganzen Kontinent gibt es viele Initiativen. Wir haben Festivals, Seminare, Workshops, Veranstaltungsorte, nicht nur für Screenings oder Abstimmungen, sondern auch für Forschung und Diskussionen. Hier sind einige aufgeführt:

Ojo de pescado (Chile), Nueva Mirada (Argentinien), Divercine (Uruguay), La Matatena (Mexiko), Cinecita (Kolumbien), Chulpicine (Ecuador), Kolibri (Bolivien), Red Unial (Kuba). Diese Projekte werden auch von internationalen und nationalen Gruppen unterstützt, wie EBU, PRIX JEUNESSE, dem Goethe Institut, Sesc, CNTV (Chile), der JWB Foundation, UNICEF, UNESCO. Diese Organisationen helfen und unterstützen die Qualitätsmedien für lateinamerikanische Kinder. ■

Die Kinder aus Kolumbien kannten einander nicht wirklich, denn das Land ist enorm groß. Von Nord nach Süd gibt es verschiedene Regionen, verschiedene Akzente, verschiedenes Essen, verschiedene Spiele. *La Lleva* brachte somit kulturelle Vielfalt ins Fernsehen (Gewinner des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, 2010 und des PRIX JEUNESSE Iberoamericano, 2011). *Sexteens* ist ein 5-minütiger Animationsfilm aus Argentinien. Seine Zielgruppe sind Jugendliche. Er war sehr erfolgreich und behandelt humorvoll und im Animationsstil die Themen Sexualität, Aids und Schwangerschaft (Abb. 5).

A Special Tour (Argentinien, 2010) wurde ebenfalls beim PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL ausgezeichnet. Im Mittelpunkt der Sendung steht ein

ANMERKUNG

Dieser Artikel basiert auf einem durchgesehenen und ins Deutsche übersetzten Vortrag, den die Autorin beim PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL 2014 im Rahmen der »History Session« gehalten hat.

DIE AUTORIN

Beth Carmona, Leiterin von ComKids und verantwortlich für das PRIX-JEUNESSE-Iberoamericano-Festival, arbeitet seit über 20 Jahren im Bereich Kindermedien in Lateinamerika.

