

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Grau

Data

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Autor/a:

Tutor/a:

Any:

Titulació:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès

Resum

L'Info K, una eina de la televisió educativa és un Treball de Final de Grau que investiga l'agenda mediàtica de l'informatiu infantil del canal Club Súper 3. L'estudi es basa en un anàlisi de contingut sobre les temàtiques que composen l'escaleta del programa i el posterior estudi avaluatiu del noticiari com a instrument de la televisió educativa i cultural. El tema central és l'accés a la informació d'actualitat per part dels més petits i l'Info K és l'objecte empíric de la recerca perquè és l'únic telenotícies destinat als nens que s'emet en tota Espanya.

El corpus d'anàlisi consta de 20 informatius i s'ha limitat en el període del 4 al 29 de novembre de l'any 2013. La mostra evita la coincidència amb cap esdeveniment especial que pugui alterar l'escaleta de continguts habitual. Pel que fa al marc teòric, el treball es basa en dos blocs: l'aprofundiment en el concepte de televisió educativa, que a través dels indicadors de qualitat d'espais audiovisuals dirigits a la infància permet comprendre si el noticiari és una bona eina formativa; i el primer nivell de la teoria de l'*agenda-setting*, a partir del qual s'utilitza un sistema quantitatiu per analitzar com és l'agenda mediàtica del programa.

L'estudi del telenotícies del Club Súper 3 estableix que la percepció de la realitat que tenen els infants podria quedar alterada per la difusió de patrons o freqüències d'uns assumptes en detriment d'altres. Segons els criteris establerts, l'Info K és un bon instrument pedagògic de la televisió educativa i cultural a Catalunya, però té algunes mancances. El tractament de temes seriosos com la política i l'economia, la major preocupació per la noticiabilitat dels continguts que per la forma de transmetre'ls, i l'augment de la participació dels nens en la producció de peces informatives són, a dia d'avui, assignatures pendents.

Índex	Pàgina
1. Introducció	2
1.1. Justificació	3
2. Marc teòric	5
2.1. Funcions de la televisió	5
2.2. Model televisiu actual	6
2.2.1. Cultura de la imatge	7
2.2.2. Valors dels mitjans	8
2.3. Els nens davant la televisió	9
2.4. La televisió educativa	11
2.4.1. Reptes de la televisió	13
2.5. Els informatius infantils	14
2.5.1. L'Info K	16
2.5.1.1. Referents	17
2.5.1.2. Seccions	18
2.6. Teoria de l'establiment d'agenda	19
2.6.1. Elements	22
2.6.2. Nivells	24
2.6.3. L'agenda-setting a la televisió	25
3. Metodologia	27
3.1. Objectius	27
3.2. Procediment	27
3.3. Mostra	28
4. Investigació de camp	29
4.1. Interpretació dels resultats	29
4.1.1. Anàlisi temàtic	29
4.1.2. Anàlisi eina educativa	35
5. Conclusions	39
6. Bibliografia	43
6.1. Articles	43
6.2. Webs	45
7. Annex	47
7.1. Taula de continguts temàtica	47
7.1.1. Llibre de codis	54
7.2. Taula de continguts eina educativa	58
7.2.1. Llibre de codis	62

1. Introducció

L'info K, una eina de la televisió educativa és un Treball de Final de Grau en Periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Es tracta d'una investigació sobre l'agenda mediàtica de l'informatiu infantil Info K, emès pel canal Club Súper 3 de dilluns a divendres seguint l'horari escolar. La recerca està formada per un anàlisi de contingut sobre les temàtiques que componen l'escaleta del programa i per un estudi avaluatiu del noticiari com a instrument de la televisió educativa i cultural.

La present investigació es centra en el tema de l'accés a la informació d'actualitat per part dels infants. Els telenotícies per nens es poden definir com els programes que es produeixen específicament pels més petits amb la finalitat de transmetre'ls diferents notícies de manera entenedora. El seu objectiu és que el teleespectador compregui els continguts en un temps curt i sense fer grans esforços. Tenint en compte que l'audiència acostuma a abastar joves entre els 7 i els 12 anys d'edat, un dels seus trets principals és no excedir els 15 minuts de durada per mantenir l'interès del públic.

Encara que difondre per la pantalla un espai d'aquestes característiques és rellevant perquè permet l'enteniment de molts dels assumptes que passen al dia a dia en el món, l'Info K és l'únic informatiu infantil que s'emet a tota Espanya. Aquest fet el converteix en un objecte d'estudi empíric interessant, ja que s'estableix com a font directa de coneixements dels nens catalans que miren la televisió amb l'objectiu de ser informats sense necessitar l'ajuda dels seus progenitors.

Els models de televisió més prestigiosos del món en l'àmbit educatiu, com la BBC britànica i la NOS holandesa, fa anys que tenen instaurats a les seves graelles els noticiaris per nens. No es pot afirmar el mateix de les cadenes generalistes espanyoles, amb una tradició més comercial, on el format no triomfa i, per tant, no s'ofereix. Des de l'anàlisi d'audiències, els telenotícies infantils no sempre han gaudit de la fidelitat del públic, però és necessari concedir-los la importància que es mereixen com a font d'aprenentatge, tant pels més petits com pels adults que els acompanyen.

La present recerca sobre l'Info K es realitza per l'interès personal d'augmentar els coneixements sobre la matèria. En general, es tracta d'un programa poc analitzat des del punt de vista acadèmic, però captivant pel grup de telespectadors al qual es dirigeix. L'espai incorpora el públic més sensible i alhora menys expert i crític davant

un mitjà de comunicació molt consumit com la televisió. Un aspecte que incrementa la responsabilitat dels professionals a l'hora d'elaborar els continguts, a causa del gran poder d'influència sobre els joves que contempen la pantalla.

Tot i que les estadístiques oficials no inclouen als menors de sis anys en els controls d'audiència, sovint els nens es situen davant la pantalla des de molt petits. Per aquest motiu, en el treball s'estableixen una sèrie de criteris per analitzar la qualitat de l'informatiu infantil com a eina educativa. A partir de la mostra seleccionada, es comprova si l'Info K presenta la informació d'un mode amè però no superficial, adapta les notícies dels adults a un ritme que crida l'atenció als més petits, i fomenta la reflexió sobre els valors humans fonamentals.

L'interès per dur a terme aquest estudi va començar al cursar l'assignatura *Comunicació, educació i alfabetització mediàtica* l'any passat. En ella, diferents experts van corroborar que encara que educar es troba, en teoria, entre les funcions essencials de la televisió, la història del mitjà a Espanya demostra que aquesta suposició s'ha anat diluint amb el pas del temps. Des de l'inici de l'anomenada Societat de la Informació, sembla que la televisió ha oblidat la necessitat d'instaurar un model educatiu i cultural al servei dels ciutadans. Per aquest motiu, és fonamental generar un debat al respecte i augmentar la consciència de la població.

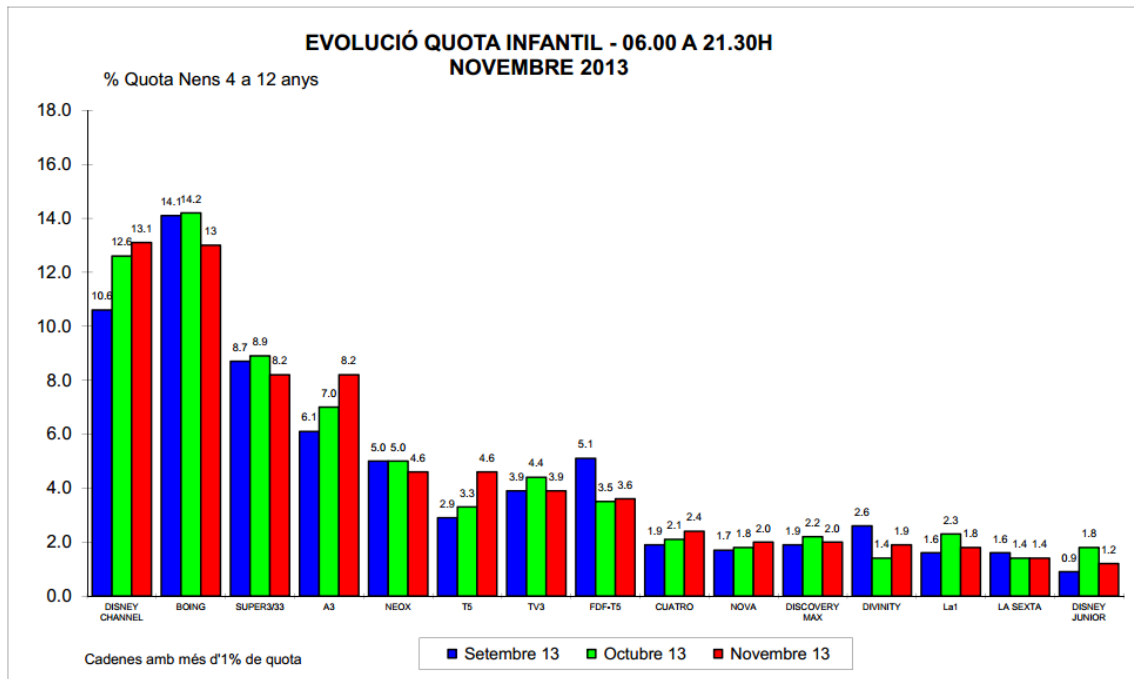
El present document està dividit en 5 capítols. Inclouen els fonaments teòrics dels principals experts sobre la matèria de la televisió educativa, la investigació de camp centrada en l'anàlisi de l'escaleta de continguts del telenotícies infantil Info K, els resultats de la recerca realitzada i les conclusions finals.

1.2 Justificació

L'Info K és l'únic informatiu destinat als nens que s'emet en tot l'Estat espanyol. Els seus referents de creació van ser *Newsround*, de la BBC britànica, i *Jeugdjournaal*, de la NOS holandesa, dues televisions amb una llarga tradició educativa i cultural que la cadena catalana va voler agafar de model per realitzar el seu propi telenotícies infantil, que ja porta 13 anys en antena.

Actualment, l'índex de menors de la població a Catalunya ha crescut i el 15,9% dels ciutadans tenen entre 0 i 14 anys, és a dir, són nens que formen part del públic objectiu del programa. Tenint en compte la gran influència dels mitjans de comunicació davant les persones, fet que es multiplica quan aquestes són infants, es considera

interessant conèixer i precisar quins continguts se'ls hi estan enviant des de la televisió. Així doncs, és important identificar si el dret a la informació dels més petits s'està cobrint oferint-los una realitat àmplia i variada o, per contra, es realitza mitjançant patrons o freqüències temàtiques que podrien afectar la seva percepció de la societat que els envolta.



El canal Club Super 3 és el tercer més vist pels nens de Catalunya.

Font: Informe Mensual d'Audiències TVC

El canal Club Súper 3 ha estat sempre un referent de la televisió infantil a Catalunya. A dia d'avui, ocupa la franja horària de les sis del matí a dos quarts de deu de la nit, que és el moment en què comencen els programes culturals del Canal 33. Quan l'any 2001 la cadena va decidir embarcar-se en l'experiència de crear un informatiu per infants, la seva finalitat era explicar les notícies que passen arreu del món de manera entenedora, així com difondre aquelles que afecten directament als més petits i no troben lloc als telenotícies per adults.

En aquest sentit, resulta rellevant estudiar si amb el pas del temps el programa ha aconseguit o no els objectius que es va marcar en la seva fundació. És a dir, si l'Info K informa al públic infantil amb un tractament adequat de les notícies i potencia l'esperit crític i la reflexió dels nens, entre d'altres. En la investigació s'han marcat una sèrie de criteris per concloure de manera avaluativa si es tracta d'una bona eina formativa dins el marc de la televisió educativa o, en cas contrari, podria millorar en alguns aspectes.

2. Marc teòric

2.1 Funcions de la televisió

La televisió és un mitjà de comunicació que es troba al centre de les nostres vides i, en conseqüència, és la font d'informació més important de la societat abans que l'escola i la família (Biasutto, 1995). La seva capacitat per difondre amb èxit tot tipus de missatges l'ha convertit en un instrument privilegiat de socialització, de penetració cultural, de formació de consciències i de transmissió de valors. La combinació d'aquesta eficiència amb l'escassa capacitat de les persones per discriminar els continguts negatius o superflus, sobretot per part del públic infantil i juvenil, ha generat una polèmica viva que enfronta a defensors i enemics del mitjà (Garcia, 1996).

Bona part de l'èxit de la televisió prové de la seva força social. L'elevat grau de penetració, tant per nombre d'espectadors com per distribució geogràfica, i la credibilitat que adquireix al presentar els fets mitjançant imatges la converteixen en un mitjà de comunicació gairebé total. El mecanisme clau per la seva popularitat és la capacitat de transmetre emocions (Obach, 1998). L'espectacle que sorgeix de l'enfrontament entre bons i dolents, el drama creat per la lluita entre tendències confrontades i el conflicte generat entre el que es té i el que es desitja activen en l'espectador mecanismes d'identificació, implicació i projecció (Ferrés, 1995).

Tot i així, l'accessibilitat i la freqüència dels missatges televisius no pressuposa que aquests es percebin ni s'assimilin fàcilment (Muñoz, 1998). Moltes persones que es situen diàriament davant la pantalla no estan preparades per analitzar els continguts que transcorren davant dels seus ulls. Aquest fet s'accentua quan els espectadors són nens, un públic vulnerable amb un alt consum medial i tecnològic a causa d'una major disposició de temps per l'oci i del sedentarisme com a estil de vida (Domínguez, 2005).

Els pares i mares són cada cop més conscients de la influència que la televisió exerceix sobre els seus fills (Pérez, 2005). És per això que resulta fonamental l'educació en els hàbits de consum respecte un mitjà de comunicació que, utilitzat de forma correcta, els pot aportar avantatges i ajudar-los a adquirir nous coneixements.

La televisió té tres funcions bàsiques: informar, formar i entretenir. La primera fa referència al discurs de l'actualitat quotidiana, és a dir, a facilitar dades i notícies que permeten a les persones conèixer el que passa al seu entorn. La segona, posa èmfasi a la capacitat educativa del mitjà. Els ciutadans poden adquirir coneixements i

aconseguir noves experiències situant-se davant la pantalla. En relació a l'entreteniment, una gran quantitat de gent utilitza la televisió com a evasió, al ser un mitjà de comunicació que "pertany al camp de la distracció, de la diversió, de l'oci i de l'espectacle" (Pérez, 2004: 7). Sovint, l'objectiu del telespectador és situar-se imaginàriament en situacions o en ambients més gratificants, menys comprometedors o en els quals poder-se desfogar de tensions i frustracions de la realitat, com s'estudia a la teoria dels usos i gratificacions.

Aquesta teoria es qüestiona què fan les persones amb els mitjans de comunicació de masses. Es fonamenta en la idea que els membres que formen l'audiència tenen certes necessitats i les intenten satisfer a través de la seva capacitat per escollir el contingut que consumeixen. Per tant, explica com la premsa, la ràdio, la televisió i Internet són utilitzats per complaure les necessitats del seu públic. Alhora, intenta entendre les motivacions pel comportament mediàtic i identifica les funcions o conseqüències que sorgeixen a partir de les expectatives que la gent desitja obtenir.

Així doncs, les funcions de la televisió es multipliquen si es fila més prim. La pantalla acompanya a moltes persones a la seva llar, acabant amb la soledat de famílies monoparentals i d'avis. A més a més, la seva capacitat per fidelitzar el públic li permet ser una garantia per vendre productes o fer propaganda d'ideologies, institucions o persones, convertint-se en un potent suport comercial. També relaciona diferents àmbits de la societat, és a dir, millora l'enteniment entre països allunyats i entre grups de ciutadans que aparentment conviuen, però que es tenen desconeixement mutu (Muñoz, 1998). Fins i tot, planteja l'agenda del dia a dia. El mitjà proposa al públic una relació de temes sobre els quals pensar, parlar o prestar atenció i deixa a les mans dels telespectadors el fer-ho o no.

2.2 Model televisiu actual

"En els últims anys, s'ha viscut a Espanya un procés gradual, constant i persistent de deteriorament dels continguts televisius" (Walzer, 2005: 342). L'oferta de programes dominant a les graelles de les cadenes generalistes és la dedicada a l'oci i l'entreteniment. Encara que ningú sembla dubtar de la conveniència dels missatges educatius i culturals, en moltes ocasions la funció de distracció desplaça o anul·la pràcticament la seva presència a la pantalla (Pérez, 1994).

El plantejament comercial i economicista s'ha apoderat del desenvolupament del mitjà. Tot i que el nombre de programes de qualitat i d'interès que es produeixen és elevat,

resulta complicat veure'ls emesos als grans canals públics i privats (Gómez, 2005). Tant a nivell nacional com internacional, la difusió cultural i educativa de la televisió es limita a unes quantes excepcions que confirmen la norma: la utilització real i satisfactòria dels mitjans audiovisuals amb finalitat pedagògica és proporcionalment irrellevant en el nostre entorn (Muñoz, 1998).

“Els arguments que intenten justificar la deriva de la televisió cap a l'oci i l'entreteniment no troben raó en la naturalesa específica del mitjà” (Pérez, 2004: 10). Si la televisió és percebuda com a eina recreativa és perquè en la majoria d'ocasions s'utilitza com a tal. Es tracta d'un ús social generalitzat que crea la percepció que l'única funció vàlida de la pantalla és la distracció. Però si per contrari existís la rutina de veure-la com a formativa, segurament la seva imatge seria una altra. De fet, per sí sola la televisió no és ni bona ni dolenta. “Som nosaltres, amb l'ús que en fem, els que la transformem en alguna cosa més que un electrodomèstic” (Arenas, 1995: 58).

Com tots els altres mitjans, el seu objectiu fonamental és la captació d'audiència. L'aparell busca generar beneficis i maximitzar-los mitjançant els consums massius. L'entreteniment com a raó de ser i la inclusió contínua de publicitat provoquen la creació d'un model televisiu que es desentén de qualsevol altre funció que no sigui la recerca del màxim crèdit econòmic, un principi que condiciona la seva estructura i pràctica quotidiana. En aquest sentit, en l'actualitat la pantalla s'esforça per desvincular-se de qualsevol responsabilitat social, cultural i educativa respecte la població que la mira (Walzer, 2005).

2.2.1 Cultura de la imatge

Els mitjans audiovisuals es diferencien de la resta en què no requereixen un públic que sàpiga llegir. Es donen de forma permanent i contínua a les llars de les persones i un cop es compra l'aparell, pràcticament no costen diners (Biasutto, 1995). Adopten una manera de transmetre els continguts que mostra els fets visualment alhora que els comenta o retransmet, sense necessitat que els telespectadors surtin de casa seva per ser informats.

La societat del moment no accepta que les coses passin lentament. La majoria de la gent exigeix rebre notícies de forma constant i que els missatges s'expliquin en el menor temps possible. Les pantalles potencien l'acció i l'espectacularitat de les imatges, mentre conformen l'univers dinàmic del televident (Ferrés, 1994). Així doncs, la televisió privilegia la gratificació sensorial de les persones a diferència dels llibres,

que potencien la reflexió i requereixen una audiència estàtica i pacient. En aquest sentit, en lloc de desaprofitar i atacar el llenguatge audiovisual que utilitzen les pantalles per transmetre continguts, seria convenient aprofitar les seves possibilitats educatives (Pindado, 2005).

Amb el pas del temps, la informació visual “ha passat de ser considerada com un engany pels sentits i un obstacle pel coneixement a esdevenir un ingredient clau i constituent de la producció de sabers” (Walzer, 2005: 345). La televisió ocupa un lloc especialment rellevant a la vida de les persones i aquest rol protagonista al·ludeix al predomini de la imatge en la quotidianitat actual (Aranguren, 2004), sobretot en la relació estreta que mantenen les noves generacions amb aquest tipus d'expressions comunicatives.

És en aquest context on apareix el terme alfabetització mediàtica. Es tracta d'una àrea de coneixement imprescindible en la Societat de la Informació que promou la lectura i la recepció crítica dels missatges que difonen els mitjans de comunicació (Potter, 1998). El concepte engloba tant els tradicionals com la premsa escrita, el cinema, la ràdio i la televisió, com els nous formats tecnològics d'Internet, la telefonia mòbil o els videojocs. El seu objectiu fonamental és que des de petites, les persones aprenguin a apropiarse als mitjans amb sentit crític i a utilitzar-los amb creativitat.

2.2.2 Valors dels mitjans

Els continguts que ofereixen els mitjans de comunicació no són neutrals. Com que han de seleccionar i jerarquitzar la informació que consideren més important, presenten una visió esbiaixada de la realitat. Transmeten una sèrie d'idees de manera directa, mitjançant el propi estil i estructura, i d'altres implícitament, a través de missatges subliminals que de forma inconscient es van rebent per part de l'emissor. Ja sigui volent o no, els receptors integren un conjunt de valors i els introdueixen en les seves pautes de comportament, sobretot durant la presa de decisions personals respecte els principals problemes de la societat (Martínez, 2004).

La televisió serveix per difondre notícies, coneixements, diversió i creativitat. Però al fer-ho, inclou “mecanismes culturals globals, un pensament únic i la primacia de les idees dels països econòmicament més poderosos” (Peralta, 2005: 194). Tot i que la seva aparició suposa un enorme avenç intel·lectual per la humanitat, és necessari canviar-la profundament per apropiarse als valors humans (Pérez, 1994). La amoralitat

d'alguns programes o la visió cínica de la societat que se'n desprèn són exemples de pràctiques que cal eradicar per aprofitar el potencial educatiu de les pantalles.

Deixar de banda les desviacions en les graelles i aturar la utilització abusiva del mitjà per part del poder, així com abandonar la supremacia de les lleis d'audiència, haurien de convertir-se en objectius a curt termini. Allò ideal seria que la finalitat primordial de la televisió fos transmetre els valors de convivència, solidaritat, respecte i, en definitiva, de "punt de vista ètic i moral pels quals es caracteritzen els pobles democràtics en els que la Societat de la Informació i del Coneixement són els punts de referència essencials per la major educació dels ciutadans" (Gómez, 2005: 47).

Però la realitat és una altra. La televisió introdueix diàriament les preocupacions de la ciutadania i genera un pensament unificat que no sempre té en compte la diversitat cultural. "Prefereix fer riure o plorar" (Clarembaux, 2005: 346) que interessar-se per la gent o comprometre's socialment amb situacions autèntiques. Sovint, procura desvincular-se de la seva responsabilitat com a aparell que té una gran capacitat d'influència a la vida de les persones.

2.3 Els nens davant la televisió

Les conseqüències cognitives de veure poc o molt la televisió o de seguir uns tipus de programes o uns altres són diferents en funció de les característiques de cada individu. Aspectes com el nivell intel·lectual, la solidesa dels principis morals propis, la predisposició a respondre a estímuls específics, la capacitat crítica i la formació cultural resulten claus a l'hora d'entendre i interpretar els missatges que emeten els mitjans de comunicació (Muñoz, 1998). En general, són factors que determinen si els continguts que es reben són enriquidors o pertorbadors pel telespectador.

Cada cop és més evident que els nens i els joves passen una gran quantitat d'hores davant la pantalla, ja sigui de televisió, d'ordinador o fins i tot de telèfon mòbil. El problema és que es tracta d'un col·lectiu que encara no té la capacitat de discriminació necessària per escollir la informació que li és profitosa. En aquest sentit, "un infant és una esponja que registra i absorbeix indiscriminadament tot el que veu" (Jiménez, 2000: 92), amb independència de si observa contingut útil o perjudicial per ell.

Els mitjans de comunicació entren diàriament a la vida dels més petits i no ho fan d'una manera freda o objectiva, sinó tot el contrari: amb intencionalitat. Ja sigui social, política, econòmica o d'un altre tipus, "transmeten una càrrega de valors, normes i

actituds que representen a través de la forma en què mostren la realitat” (Martínez, 2004: 186). Un dels objectius de la societat hauria de ser formar als nens per tal d’aconseguir que adquireixin l’habilitat d’interactuar amb la televisió sota una actitud intel·ligent i puguin utilitzar el poder del mitjà en benefici propi (Masegosa, 2008).

Els infants aprenen per experimentació, per observació i per imitació. Tot allò que no assimilen mitjançant l’experiència directa, ho adquireixen per submissió a una autoritat o a través de la imitació de models atractius, encara que sovint ho fan de forma inconscient (Ferrés, 1994). La televisió és un aparell que dificulta la vivència directa, però té poder i resulta atractiva, de manera que és un instrument eficaç de penetració cultural. Aprofita les seves qualitats per potenciar l’aprenentatge tant de coneixements com de comportaments.

Tot i que el debat sobre els efectes cognitius que pot tenir la televisió pels més petits és controvertit i necessita una major investigació, algunes de les conseqüències negatives a curt termini d’una llarga exposició al mitjà no semblen discutibles. A causa del caràcter unidireccional de la pantalla, els nens poden veure afectades les seves capacitats lingüístiques, de raonament i d’interacció. El telespectador que veu molta televisió bloqueja l’exercici de l’expressió verbal, la seva habilitat reflexiva i no investiga ni descobreix per sí mateix (Ferrés, 1994).

L’horari en què els joves seuen davant la pantalla està força localitzat després del període escolar. En aquest moment del dia, la majoria de cadenes comercials emeten continguts no aptes per a menors. Les graelles de programació es troben plenes d’espais que ofereixen informacions banals i sensacionalistes que fan un us abusiu de la publicitat (Masegosa, 2008). És per això que la formació a nivell familiar, escolar i social en general resulta fonamental per ajudar als infants a desenvolupar la seva capacitat de discriminació per escollir aquells continguts que més els convenen.

En l’espectador de televisió s’aprecia la dualitat que es crea entre la realitat i la ficció. El televident veu seguidament escenes vertaderes i fictícies, sense pauses o altres referències que li aclareixin les diferències entre els continguts. Per exemple, la barreja de violència autèntica amb la falsa sense atendre a explicacions pot portar a l’equivocació. Una persona ignorant o innocent, com podria ser un nen, o simplement despistada, “tendeix a confondre els conceptes i a no discriminar la realitat de la ficció” (Peralta, 2005: 195). Fins i tot, la intensitat amb la que es viuen els fets a la pantalla pot arribar a dues conseqüències radicals: creure-ho tot o res; és a dir, introduir-se

falsament en un món imaginari o crear-se una consciència angelical de que no succeeix cap cosa important (Peralta, 2005).

Els infants adquireixen des de molt petits “una visió del món enquadrada per la pantalla de la televisió, però extraordinàriament rica i completa” (Garcia, 1996: 36). Tot l'univers amb la seva varietat i grandesa es transmet de manera anàrquica i desordenada. Els continguts emesos formen part del coneixement dels nens, que no s'eduquen únicament a través de l'escola ni dels mètodes tradicionals d'aprenentatge, sinó que també ho fan mitjançant la recepció de fets i opinions que es presenten a través dels mitjans de comunicació.

Si la televisió no es mira de manera comprensiva i reflexiva és pràcticament impossible adquirir la suficient maduresa per interpretar-la i aprendre amb ella (Peralta, 2005). La creació d'una audiència crítica capaç de meditar i debatre resulta fonamental a l'hora d'enfrontar-se a les manipulacions que sorgeixen des dels propis mitjans de comunicació. En aquest sentit, l'escola ha de facilitar als alumnes les claus necessàries per reaccionar i despertar la seva habilitat per donar respostes personals davant la transmissió d'idees, valors, formes de comportament o conductes a través de les pantalles (Martínez, 2004).

Per a moltes persones, “la televisió significa la seva experiència quotidiana més important, i resulta en molts casos que no reflecteix el món, sinó que és el món” (Biasutto, 1995: 33). Sovint, l'audiència arriba a convertir-se i a ser el que veu per la pantalla, quan assumeix que ella mateixa evoluciona d'acord amb les imatges que té a la seva ment. “L'actualitat que ofereixen els mitjans de comunicació es troba esbiaixada, limitada i modelada des de diferents perspectives per la pròpia estructura mediàtica” (Martínez, 2004: 187). Així doncs, la realitat que percep el públic s'acaba convertint en la suma de totes les visions d'ella que li ofereix la premsa, la ràdio, la televisió i Internet.

2.4 La televisió educativa

Els programes destinats a una audiència juvenil intenten entretenir als telespectadors per fidelitzar-los. Fomentar la fantasia, la imaginació i la creativitat dels nens resulta imprescindible, però cal evitar que els continguts lúdics siguin l'únic element tingut en compte a l'hora de confeccionar els guions (Gómez, 2005). Promoure els valors com la solidaritat o la pluralitat i formar en coneixements són dos objectius primordials si es considera que els mitjans de comunicació són agents educatius.

La televisió educa als seus televidents inclús en aquells casos en què no ho pretén explícitament. Per bé o per mal, forma a l'audiència perquè transmet sabers, principis i valors quan difon determinats missatges, malgrat que no ho faci de manera intencionada (Clarembaux, 2005). Així doncs, condueix a les persones a través d'una visió del món centrada en l'emissió reiterada d'unes idees que acostumen a calar en les consciències de molts ciutadans (Garcia, 2003).

Un mitjà audiovisual de qualitat és aquell que té la capacitat d'educar als seus oients mentre els entreté, amb independència de que aquests siguin menors d'edat o adults (Reig, 2005). Es tracta d'una combinació possible tant a l'estat espanyol com a la resta de països, però que necessita de l'existència d'una voluntat específica, d'una forta inversió econòmica i de certes condicions socioculturals, polítiques i legals.

Les funcions didàctiques de la televisió s'inscriuen dins el marc de la seva responsabilitat com a servei orientat a la ciutadania (Pérez, 2004). La seva finalitat principal és contribuir a la formació del telespectador, augmentar les seves capacitats crítiques i, sobretot, eixamplar la seva consciència (Pérez, 1994). Els motius que han animat a crear diferents fórmules d'ensenyament a través de les pantalles durant la història han estat diversos. En són alguns exemples "la dispersió geogràfica de la població, les diferències en les possibilitats d'accés a la cultura i la necessitat de fer entrar el món mediàtic a l'escola d'una forma pedagògica" (Walzer, 2005: 344).

S'ha estès la idea que la televisió educativa és aquella destinada a un públic infantil o juvenil. L'associació entre els dos conceptes deriva probablement de l'escassa existència d'espais que es dirigeixen als nens a les graelles de programació de les cadenes generalistes (Gómez, 2005). De la mateixa manera, s'acostuma a fer una analogia entre els continguts educatius i culturals. Són entesos com els que ofereixen una informació il·lustrada i igual que els anteriors, troben poca representació en el dia a dia dels mitjans audiovisuals més influents. Malgrat això, els espais que ajuden a la formació dels televidents no s'haurien de pensar com un afegit incrustat a les graelles de programació actuals, sinó com un element medul·lar que proporciona a les persones noves experiències i coneixements (Walzer, 2005).

A Espanya, la difusió de continguts educatius per la pantalla és purament testimonial. En general, es tracta d'una forma de televisió ignorada en els plans de finançament de les grans cadenes i oblidada pels legisladors i els programadors (Pérez, 2004). En

conseqüència, bona part del públic que l'utilitza diàriament la desconeix i no aprofita les qualitats que podrien beneficiar-lo.

La funció essencial de la televisió com a aparell capaç de formar a l'audiència que el visiona és contribuir a ampliar la seva educació integrant a les persones en un sistema cultural dinàmic. Col·laborar amb les famílies en l'ensenyament dels més joves, facilitar recursos audiovisuals als centres d'estudi, promoure l'aprenentatge entre els adults, estimular la creativitat i potenciar la participació ciutadana en diverses activitats per difondre valors pedagògics són algunes de les tasques més importants que duu a terme el mitjà de comunicació (Pérez, 1994).

Segons el "Manifest a favor de la televisió educativa" de l'AITED (Associació Internacional de Televisió Educativa i del Descobriment) reconegut i subscrit per la UNESCO l'any 2000, les funcions de la televisió educativo-cultural són diverses. El seu objectiu primordial és contribuir a la formació d'una ciutadana democràtica basada en els drets de l'home. Afavorir el descobriment mutu entre persones permet promoure l'equitat i la igualtat d'oportunitats sense consideració de diferències per sexes, creences, raça, nacionalitat o ideologia. En aquest sentit, fomenta l'enteniment entre pobles, així com la diversitat i l'intercanvi cultural.

La televisió educativa impulsa el desenvolupament de contextos formatius i participatius per millorar la difusió del coneixement. Crear circuits d'informació i de comunicació entre els diferents agents de la comunitat pedagògica (professors, nens, pares i mares) contribueix al progrés de l'individu i de la societat en general. A més a més, la funció didàctica de l'aparell estimula el pensament crític respecte la ciència, l'art i la tecnologia, ja que els fa accessibles per a tothom. Així doncs, la pantalla fomenta l'ensenyament entre els més petits, promou la inserció dels joves en el món cívic i laboral, i la formació dels adults en camps més específics com l'actualització professional (Pérez, 2004).

2.4.1 Reptes de la televisió

Resulta necessari per tots els agents socials interrogar-se constantment sobre la utilització i l'eficàcia de les noves eines comunicatives que ajuden a comprendre el món (Gómez, 2005). Preguntar-se de quina manera serveixen els mitjans de comunicació per formar la visió de la realitat que tenen les persones ofereix la possibilitat de detectar alguns errors i plantejar desafiaments de cara el futur.

L'objectiu primordial que s'hauria de marcar la televisió generalista és realitzar una "programació de qualitat difonent continguts de servei que abastin la informació, la cultura, l'educació i l'entreteniment" (Pindado, 2005: 101). L'exigència com a mitjà de comunicació porta a intentar respectar el pluralisme i prestar una atenció especial als sectors de la ciutadania que més ho necessiten. Per tant, el propòsit és que la pantalla no només no menyspreï la intel·ligència de les audiències, sinó que pugui incloure assumptes que augmentin els seus coneixements (Walzer, 2005).

En relació a la funció didàctica de l'aparell, seria convenient produir i aprofitar pedagògicament els seus missatges. Parlar d'una televisió per l'educació representa assumir que té una influència directa o indirecta en la formació de la població i en l'establiment de normes, valors, hàbits i comportaments. Per aquest motiu, les cadenes han d'imposar-se un codi de conducta eficaç que no vulneri els principis fonamentals de les persones. La creació de programes que utilitzin gèneres i formats valuosos tant per informar i entretenir com per ensenyar permet orientar el mitjà cap a l'enriquiment de l'individu i de la societat en general (Biasutto, 1995).

Pel que fa al cas concret de la infància, la televisió hauria d'emetre espais pels diferents segments d'edat que la conformen. N'és un exemple l'objecte d'estudi d'aquest treball, és a dir, la producció d'informatius específicament dissenyats i pensats pels més petits (Garcia, 2003). El visionat dels mitjans de comunicació que promouen el diàleg és una bona oportunitat per compartir un temps de formació i educació entre els nens, els joves i els adults d'una mateixa llar (Biasutto, 1995).

Allò ideal seria que les pantalles s'utilitzessin amb la finalitat d'ensenyar i instruir mentre entretenen. D'aquesta manera, la rendibilitat de la televisió no hauria de valorar-se únicament a partir de termes econòmics o monetaris, sinó a través d'aspectes com el creixement cognitiu de l'audiència (Reig, 2005).

2.5 Els informatius infantils

Un telenotícies és un espai televisiu que busca informar a la població dels esdeveniments més important del dia. Tot i que es realitzen varies edicions en funció de cada cadena, la majoria s'emeten coincidint amb els moments on hi ha més audiència davant la pantalla, és a dir, durant el migdia o el vespre. Encara que sovint els nens veuen les notícies en companyia dels seus pares, en moltes ocasions no són capaços d'entendre-les. Per aquest motiu, els informatius dirigits als infants s'han assentat en alguns dels models de televisió més prestigiosos del món (Garcia, 2005).

Els informatius infantils són “programes produïts específicament per nens i adolescents que tenen la finalitat de transmetre’ls certes notícies d’actualitat redactades en un llenguatge senzill, proper a ells” (Sánchez, 2008: 154). La seva voluntat és que el teleespectador compregui els continguts en un temps curt i sense grans esforços. El públic objectiu acostuma a abastar joves entre els 7 i els 12 anys d’edat, perquè és quan comencen a prendre consciència dels problemes que formen part del seu entorn. Pel que fa a la durada, s’ha estudiat que per mantenir l’interès de l’audiència no han d’excedir els 10 o 11 minuts (Garcia, 2005).

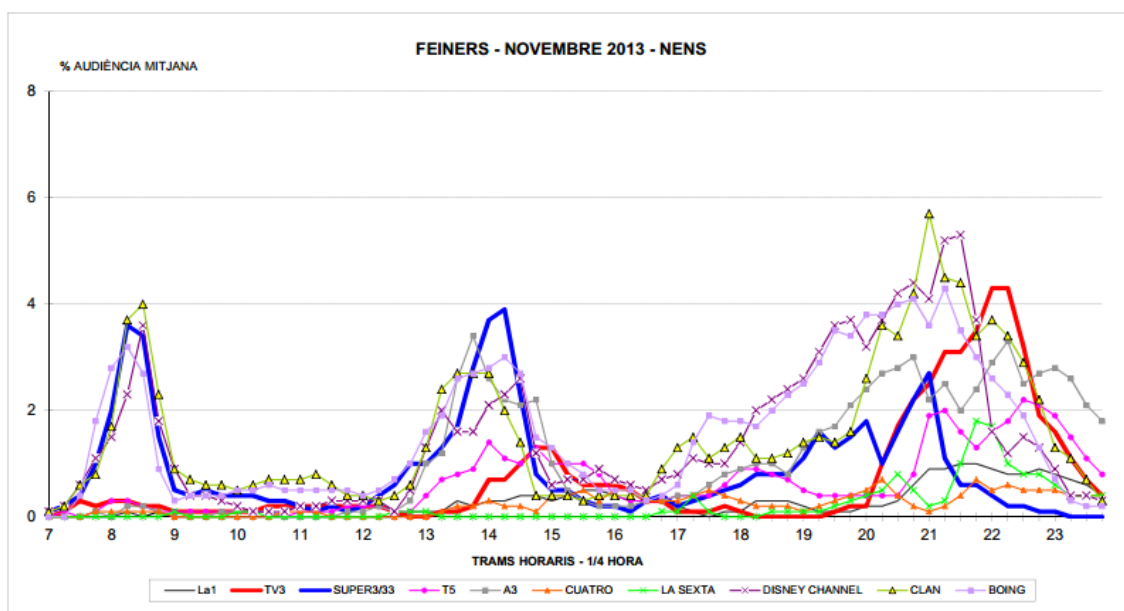
Un espai d’aquestes característiques és interessant perquè contribueix a l’enteniment de molts dels assumptes que passen al dia a dia dels nens (Garcia, 2003). Els informatius pels més petits promouen el desenvolupament del pensament infantil i han passat a ser un símbol de com és possible produir una televisió que inciti a reflexionar. Fomenten la creació d’un mitjà de comunicació “respectuós amb uns telespectadors que tenen el dret de rebre estímuls que els ajudin a comprendre el món i a ser autònoms per interactuar amb la realitat” (Garcia, 2005: 40).

Els recursos que ofereixen són variats. La part central dels telenotícies està formada per l’aportació diària d’una selecció de continguts d’interès pels nens. Al mateix temps, mostren la manera en què es produeix una informació i com és recollida pels professionals de la comunicació. Un altre factor positiu dels informatius infantils és que, en ocasions, compten amb petits espais que estimulen la participació dels nens. Així doncs, sovint els més petits són els responsables d’una secció del programa i poden manifestar els seus punts de vista des del propi mitjà (Sánchez, 2008).

Des de l’anàlisi d’audiències, els noticiaris per nens no sempre han gaudit de la fidelitat del públic. No obstant això, és necessari concedir-los la importància que mereixen com a model educatiu (Garcia, 2003). A diferència d’altres gèneres televisius, els informatius són una font d’aprenentatge no només pels més petits, sinó també pels pares i pels mestres. Es tracta d’un tipus de programa que resumeix els continguts més importants del dia, però no ho fa de forma superficial. Presenta la informació d’un mode amè, a un ritme que crida l’atenció de l’audiència i que “pot servir alhora per fomentar tertúlies sobre els valors humans que estan tant anul·lats en els mitjans de comunicació” (Sánchez, 2008: 158).

2.5.1 L'Info K

Televisió de Catalunya, a través del seu canal Club Super 3, emet regularment l'Info K, el primer i únic informatiu de l'estat espanyol pensat per a nens. El telenotícies es fa en directe a les 19:30 de dilluns a divendres i és el model infantil que més s'apropa a altres referents europeus d'èxit (Garcia, 2005). Segueix l'horari escolar, és a dir, no es realitza quan els centres d'estudi fan vacances i té una durada d'aproximadament 12 minuts. Tot i que està pensat per un públic objectiu d'entre els 8 i els 12 anys, qualsevol persona interessada en conèixer millor l'actualitat des d'una perspectiva diferent pot visionar-lo.



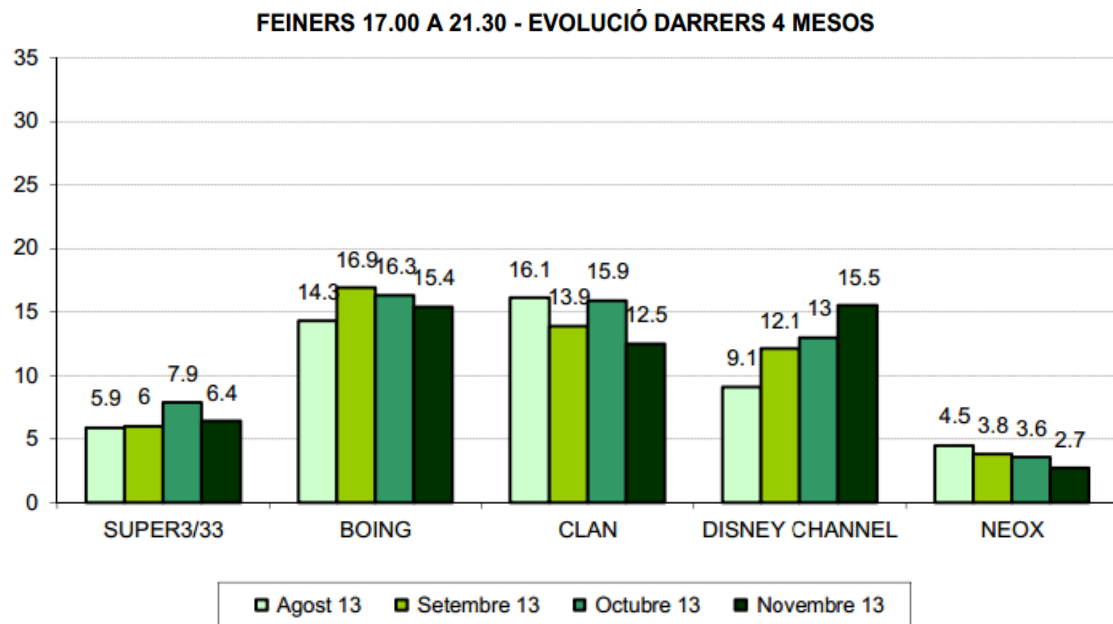
L'Info K forma part d'una de les franges horàries on el canal Super 3 aconsegueix més audiència.

Font: Informe Mensual d'Audiències TVC

L'Info K és una experiència pionera en els últims temps. Va néixer el 23 d'abril del 2001 coincidint amb l'estrena del K3, que aleshores era el canal infantil i juvenil de Televisió de Catalunya. L'objectiu principal de la creació del programa va ser donar resposta al dret a la informació dels nens i oferir un pas previ i necessari abans d'enfrontar-se als telenotícies de les persones grans.

En aquest sentit, l'informatiu infantil intenta abordar el dia a dia des d'un punt de vista juvenil, atenent a continguts relacionats amb àrees com internacional, ciència, societat, cultura i esports (Garcia, 2003), i ho fa prestant especial atenció a la integració de les minories. Els temes es seleccionen en funció de l'interès que puguin tenir pels nens i els joves, ja sigui perquè els afecten directa o indirectament. Pel que fa al format dels

vídeos informatius, acostumen a utilitzar la notícia i el reportatge, on la duració no excedeix els tres minuts (Sánchez, 2008).



El canal Club Super 3 és el quart més vist pels nens a la tarda.

Font: Informe Mensual d'Audiències TVC

El llenguatge que utilitza l'Info K és planer, però intenta no al·ludir les paraules complicades ni abaixar el nivell dels missatges per aconseguir-ho. Davant un terme enrevessat, el programa no busca evitar-lo, sinó que el defineix amb l'objectiu d'ampliar el vocabulari dels més petits. El telenotícies procura contextualitzar totes les informacions que difon, fent servir infografies com gràfics i mapes per explicar els antecedents, i distanciant-se dels continguts perquè els nens facin les seves valoracions o treguin conclusions pròpies.

Pel que fa a l'adaptació a les noves tecnologies, l'informatiu té una pàgina web que utilitza com a eina principal per interactuar amb el públic (Sánchez, 2008). Amb un format atractiu i actualitzada diàriament, permet als teleespectadors visionar programes nous i antics, respondre enquestes, divertir-se amb jocs o participar a concursos. Per tant, la finalitat de l'espai web és rebre el feedback dels nens, els pares i els professors de les escoles.

2.5.1.1 Referents

Els creadors de l'Info K es van servir de dos models d'informatiu infantil per inventar el seu propi. *Newsround*, de la BBC britànica, i *Jeugdjournaal*, de la NOS holandesa, van

ser els dos exemples que la Televisió de Catalunya va utilitzar per confeccionar l'estructura i la tipologia de programa que volia.

La BBC ha estat sempre un referent com a model exemplar de televisió de servei públic al món. “El compromís amb els ciutadans, la qualitat dels seus programes i el paper protagonista en la renovació i l'adaptació tecnològica, són algunes de les constants que es mantenen al llarg del temps” (Garcia, 2005: 38). No n'és una excepció *Newsround*, el telenotícies per a nens que està en antena des del 4 d'abril de 1972. Dirigít a infants d'entre els 6 i els 12 anys, té com a objectiu promoure el coneixement, ajudar als més petits a comprendre el món i a participar-hi activament.

El *Newsround* desenvolupa aquesta labor donant un paper rellevant a la pàgina web. En ella, els nens poden ampliar els continguts que se'ls hi ofereixen per televisió, així com participar a xats i a fòrums de debat (Garcia, 2003). L'espai web actualitza les informacions de manera permanent i dóna especial èmfasi a les notícies sobre els esports i els animals.

Per la seva banda, el *Jeugdjournaal* es va començar a emetre l'any 1981 per la televisió NOS. És un programa dirigit principalment a espectadors que tenen entre 10 i 12 anys i abasta informacions tant nacionals com internacionals. Dura aproximadament uns 10 minuts i els vídeos que difon no acostumen a superar els 3 minuts i mig de llargada (Sánchez, 2008). En relació a les temàtiques, els continguts que transmet són força variats i, igual que en el cas anterior, utilitza la pàgina web per ampliar les notícies i fomentar la participació activa de l'audiència.

2.5.1.2 Seccions

Encara que l'estructura del programa canvia per adaptar-se a les necessitats de cada dia, hi ha un seguit de seccions fixes que permeten ordenar el contingut. Les grans *Notícies diàries* acostumen a obrir l'Info K. Es tracta d'una petita selecció d'informacions que introdueix els nens als aspectes més rellevants de l'actualitat. Està formada per vídeos que no superen els 3 minuts de duració. En la mateixa línia es troba l'apartat *Els clips*, un seguit de peces curtes que expliquen curiositats i anècdotes tant de Catalunya com de la resta del món.

L'informatiu infantil procura explicar en primera persona els esdeveniments que afecten de manera directa als més petits. Aquesta és la funció de *L'entrevista*, en la qual un convidat contesta tant les preguntes del presentador com les que li fa

l'audiència a través de la pàgina web. Generalment, els entrevistats formen part del món cultural i han estat notícia durant la setmana per diversos motius.

Pel que fa a la literatura, la secció *El llibre* introdueix regularment alguna novetat editorial, o bé recomana exemplars que mantenen un vincle amb l'actualitat. Persegueix un objectiu similar *La proposta*, un apartat que suggereix una activitat cultural per fer amb els pares o els amics. És habitual que plantegi la idea d'anar a una exposició, veure una obra de teatre, participar a un taller o assistir a un concert de música. Les dues seccions presenten la informació de manera dinàmica, fent que els personatges cobrin vida, que els reporters es colin entre les pàgines d'un llibre o dins l'escenari i realitzant petites entrevistes als protagonistes.

Els nens poden participar de forma directa al telenotícies a través de *L'inforeporter*. És un espai que motiva els més petits a convertir-se en professionals de la comunicació durant un dia. Els infants envien les seves propostes al programa a través de la pàgina web i l'Info K els hi dona l'oportunitat d'explicar-les en primera persona. Així doncs, van de rodatge acompanyats per un periodista i un càmera, que s'encarreguen de polir la informació perquè sigui apta per emetre's.

La meteorologia té el seu lloc a la secció *El Temps*. Es tracta d'un espai de poc més de trenta segons que, amb l'ajuda d'infografies com un mapa i diverses icones, informa del temps que farà l'endemà. Després d'aquest apartat, la majoria de telenotícies acaben amb un vídeo musical. El nom de la darrera secció del programa és *La contra* i està formada per imatges i música que fan reflexionar a l'espectador.

2.6 Teoria de l'establiment d'agenda

Una gran quantitat de persones llegeix el diari cada dia de la setmana a Catalunya, ja sigui de manera tradicional o a través de la xarxa. Aproximadament la mateixa xifra veu els informatius de la televisió diàriament. I molta part de la població fa les dues coses a la vegada. Es tracta d'un consum representatiu de la quantitat de temps que l'audiència comparteix amb els mitjans de comunicació. Sovint, la societat percep que els assumptes més importants de l'actualitat són els que es difonen a la premsa, a la ràdio, a la televisió o a Internet. A l'escollir certs temes per cridar l'atenció en lloc d'altres, els mitjans modelen la imatge que la gent té sobre el món.

Les notícies influeixen en moltes facetes de la vida quotidiana de les persones. La manera de vestir, els plans del pròxim cap de setmana i els sentiments generals de

benestar o d'inseguretat, entre d'altres, estan sota la influència directa o indirecta de la informació mediàtica. L'agenda de continguts dels mitjans dirigeix l'enfocament de l'atenció de la societat i condiona la seva manera de desenvolupar-se amb l'entorn.

En el seu sentit etimològic, agenda significa "les coses que s'han de fer". Existeixen, però, diferents definicions del concepte en funció de qui l'estudia. Alguns l'entenen com "un conjunt de qüestions que són comunicades en un ordre jeràrquic d'importància en un punt determinat del temps" (Dearing i Rogers, 1996: 2). No obstant això, d'altres recolzen la idea que "no pot considerar-se simplement com una llista restringida de coses, sinó més bé com un mode de classificar el que és prominent en el món" (McCombs i Evatt, 1995: 14). El que queda clar és que la mera presència d'un tema a l'agenda mediàtica marca la prioritat d'interessos: el que hi apareix té preferència sobre el que, per un motiu o un altre, no hi és.

Com és evident, no totes les notícies que es donen al dia a dia es publiquen. Moltes d'elles es rebutgen mitjançant un procés que comparteixen la premsa, la ràdio, la televisió i Internet, tot i que aquest últim no ho fa tan estrictament ja que no compta amb limitacions espacials. A grans trets, els mitjans seleccionen unes informacions, les inclouen o les exclouen als seus continguts a partir d'uns barems de rellevància i, un cop escollides, les jerarquitzen (López, 1995: 46-48).

Durant una jornada són molts els esdeveniments que es converteixen en notícia. Per seleccionar quins es publiquen i quins no, és primordial mesurar el grau d'interès públic a partir de característiques com la diversitat de fonts i l'actualitat de la informació. Un cop aplicat el criteri de rellevància o per decisió pròpia, els mitjans decideixen si accepten o descarten els continguts per formar part del cos del diari o de l'escaleta d'un telenotícies, per exemple. Posteriorment, les notícies s'ordenen aplicant diversos factors d'importància com poden ser una millor elaboració per part dels professionals, la investigació periodística que s'ha dut a terme, la proximitat geogràfica amb l'audiència o la quantitat d'afectats, entre d'altres.

El model de l'*agenda-setting*, que traduït al català vindria a ser la teoria de l'establiment de l'agenda periodística o mediàtica, diu que un cop s'ha dut a terme aquest procés d'elecció, "la informació resultant influirà en la manera en què els individus veuen i pensen sobre les idees i assumptes que es discuteixen" (McCombs i Evatt, 1995: 20). Sovint, els ciutadans coneixen, aprenen i transmeten sabers a partir dels factors explicatius que han vist a la televisió, escoltat a la ràdio o llegit a la

premsa. Així doncs, d'acord amb la sentència de Bernard Cohen: “potser els mitjans no diuen a la gent què ha de pensar, però sí sobre què ha de pensar”, determinant quines històries tenen més interès informatiu i quan espai o importància se'ls hi brinda.

La hipòtesi de l'*agenda-setting* va tenir la seva primera aparició en el camp empíric l'any 1972 sota una investigació realitzada per Maxwell McCombs i Donald Shaw (D'Adamo et al., 2000). Durant la campanya presidencial del 1968 a Chapel Hill, Carolina del Nord, es va analitzar la cobertura de les eleccions en nou mitjans de comunicació i, alhora, es va realitzar una enquesta entre els habitants que hi participaven. A l'estudi se'ls hi preguntava quin creien que era el problema més important que havia d'afrontar el seu territori i es comparava la resposta obtinguda amb l'esforç que havien dedicat els diferents mitjans a determinades qüestions.

A través d'operacions estadístiques, el resultat de la investigació demostrava que existia una forta correlació entre el que la majoria de la societat considerava la preocupació més significativa pel país i la rellevància que atorgaven els mitjans als diversos assumptes (Rodríguez i Sádaba, 2007). En aquest sentit, McCombs i Shaw van concloure l'estudi afirmant que, en gran mesura, els mitjans establien l'agenda de prioritats del públic.

Un antecedent d'aquesta tesi és la proposada per Walter Lipmann. L'intel·lectual americà ja feia al·lusió a la interrelació entre els continguts difosos pels subjectes de comunicació i l'opinió pública l'any 1922. Va marcar una clara distinció entre l'entorn, entès com el món que existeix realment allà fora, i el pseudo-entorn, és a dir, les percepcions privades que cada individu fa de la realitat (McCombs, 1996). Lipmann sostenia que els mitjans de difusió “modelaven les imatges que la gent tenia del món al seleccionar i organitzar la informació d'un món real que és massa ampli i complex per un tenir-ne un coneixement directe” (McCombs i Evatt, 1995: 8).

La postura sobre la qual es fonamenta l'*agenda-setting* està basada en què la premsa, la ràdio i la televisió li indiquen a l'audiència els temes sobre els que ha de pensar. Quan els mitjans realitzen l'elecció de continguts n'inclouen uns i n'exclouen d'altres, exercint d'aquesta manera un fort control sobre la capacitat de la població per opinar, jutjar o debatre els problemes de l'esfera pública (McCombs, 2006). Com a conseqüència de les rutines dels diferents mitjans de comunicació, “el públic és conscient o ignora, presta atenció o descuida, emfatitza o passa per alt elements específics de la realitat” (Shaw, 1979: 96). Així doncs, “la gent tendeix a incloure o

excloure dels seus propis coneixements el que els mitjans inclouen o exclouen del seu propi contingut” (Fernández i Garcia, 2001: 128).

La labor més important que tenen avui en dia la premsa, la ràdio, la televisió i recentment, Internet, és apropar la informació a les persones. L'únic mecanisme que la gent té per accedir als continguts que no coneix de manera directa és consultant els mitjans de difusió. Son les empreses de comunicació qui donen l'oportunitat a les audiències de tenir un món conegut o desconegut, dues característiques que depenen, en gran mesura, dels missatges que es publiquen (Rivera et al., 2013).

Els estudis que es realitzen en l'àmbit de l'establiment d'agenda apliquen mètodes com l'anàlisi de continguts i les enquestes al públic que el consumeix amb l'objectiu d'obtenir i contrastar els resultats. Cal tenir en compte, però, que el poder que té l'*agenda-setting* sobre les audiències varia en funció del mitjà de comunicació que s'investiga.

2.6.1 Elements

Segons Raquel Rodríguez (2004: 29-32) tota investigació ha de tenir en compte que l'agenda està composta per diferents elements. La columna vertebral o l'aspecte més important de la teoria són els temes, que en anglès es denominen *issues* o *subjects*. “Un tema es defineix com un problema social, sovint conflictiu, que ha aparegut i és cobert pels mitjans de comunicació” (Dearing i Rogers, 1996: 3). El terme fa referència als assumptes generals, és a dir, aquells que des de sempre han preocupat més a la societat com la política, l'economia o la sanitat. Donald Shaw i Maxwell McCombs defineixen *issue* com “el conjunt de temes que apareixen de forma continua i permanent en els mitjans de comunicació, i que es poden agrupar fàcilment dins de grans categories”.

D'altra banda, cal destacar els *events* o la seva traducció al català, els esdeveniments. Tot i que estan molt units als *subjects*, tenen algunes característiques que els diferencien. L'expressió al·ludeix a aquells fets noticiosos relacionats amb accidents de trànsit, entregues de premis o desastres naturals, entre d'altres. En conseqüència, una de les diferències més notòries entre els esdeveniments i els ítems és que els primers no passen de forma fixa o constant, sinó que són discontinus i no es centren en un temps ni en un espai concrets (Shaw i Long, 1977).

Encara que dins d'una mateixa agenda apareixen una gran varietat de temes, és evident que no tots tenen la mateixa importància. La distinció entre la significació dels assumptes ve donada pel que s'anomena rellevància o *salience*. Es tracta del "grau de consideració a través del qual un *issue* de l'agenda es percep com a relativament important" (Dearing i Rogers, 1996: 8). Aquest element estableix el punt central de la teoria, que es centra en observar quan canvia l'interès per un tema en l'agenda dels mitjans, en la pública o en la política. A grans trets, el *salience* fa referència a la jerarquització dels continguts, destacant-ne uns per sobre dels altres.

La unió dels dos conceptes definits anteriorment (els temes i la rellevància) s'ha convertit en la finalitat principal dels estudis d'*agenda-setting*. En la primera investigació sobre les eleccions presidencials a Chapel Hill l'any 1972, McCombs i Shaw ja perseguien aquest mateix objectiu: descobrir la relació entre els assumptes tractats i el nivell d'importància que ocupaven en els mitjans.

Els dos últims elements que estan relacionats amb la teoria de l'establiment d'agenda tenen a veure amb aspectes de la proximitat de l'audiència. No tots els temes que apareixen a la premsa, la ràdio, la televisió o Internet compten amb el mateix grau d'atenció per part de la gent. Com a conseqüència dels diferents nivells de vinculació, no només geogràfica sinó també empàtica, existeixen alguns assumptes amb els que el públic es sent més identificat que amb altres. Els continguts que afecten a l'entorn immediat dels espectadors o a la seva vida personal els són més propers, ja que els experimenten de manera directa sense necessitat de ser informats pels mitjans.

Aquesta familiaritat amb un tema fa que l'audiència sigui més crítica i menys influenciable. Per aquest motiu, als assumptes considerats pròxims se'ls ha qualificat d'*obtrusive* o, en una traducció literal, d'entorpidors. Com el seu nom indica, hi ha fets que es coneixen directament perquè irrompen la vida de les persones. Així doncs, el públic no necessita que l'orientin per emetre un judici propi encara que sigui superficial i els mitjans perden eficiència en la seva funció d'establiment d'agenda.

Tot i així, la situació canvia quan els mitjans aborden temes dels quals la gent no té cap referència personal. En aquest cas se'ls denomina *unobtrusive*, és a dir, que no entorpeixen la quotidianitat del públic, sinó que li són distants. Per sentir-se còmode, l'audiència necessita que la premsa, la ràdio, la televisió o Internet l'orientin al respecte. És en aquesta situació quan els individus estan més oberts per assumir com a vertader tot allò que li expliquen els mitjans de comunicació (McCombs, 1996). No

obstant això, cal tenir en compte que no totes les persones són igual d'influenciables i que no tothom confia en els mitjans amb la mateixa intensitat.

Amb altres paraules, “quan major experiència personal té algú sobre un tema, menys probabilitats hi ha de que el seu interès i preocupació segueixin les anades i vingudes de l'atenció dels mitjans de difusió” (McCombs i Evatt, 1995: 11). En aquest sentit, el rol de l'establiment de l'*agenda-setting* mostra un fort impacte en esdeveniments no entorpidors i gairebé cap efecte en fets que irrompen el dia a dia de la societat.

2.6.2 Nivells

Quan McCombs i Shaw van plantejar la teoria de l'establiment d'agenda ho van fer en base a dos nivells, a partir dels quals s'han desenvolupat diferents camps d'investigació. El primer dirigeix el seu focus d'atenció cap als temes. A partir de la idea que els mitjans diuen a la població els assumptes sobre els que ha de pensar, la hipòtesi principal sosté que “la gent tendeix a incloure o a excloure dels seus propis coneixements el que els mitjans inclouen o exclouen dels seus propis continguts” (Fernández i Garcia, 2001: 128). A grans trets, el que no entra en l'agenda mediàtica de la premsa, la ràdio, la televisió o Internet, no existeix per bona part de les persones.

El mode de cobrir una informació i l'emfatització constant d'algunes qüestions en detriment d'altres influeix en la percepció sobre els assumptes del dia a dia que la societat considera importants (McCombs i Evatt, 1995). Així doncs, el primer nivell de la teoria de l'*agenda-setting*, en el qual es centra aquest treball, segueix un model lineal simple: la transferència de la prominència de temes dels mitjans de difusió cap a l'audiència que els consumeix.

Pel que fa al segon nivell, es centra en els aspectes, atributs o característiques que els periodistes transmeten a l'hora de comunicar una informació. Es basa en el plantejament de que els mitjans diuen a la gent què ha de pensar. Es considera que ho fan a través de l'enfocament que emeten de la realitat social, un assumpte que també s'estudia en la teoria del *framing* mitjançant l'anàlisi dels enquadraments de les notícies (Semetko i Valkenburg, 2000).

D'aquesta manera, el segon nivell intenta anar més enllà de la prioritat dels blocs temàtics i procura explorar els judicis o propietats específics que es difonen d'un fet en concret. És a dir, es fonamenta en què “els mitjans ressalten o amaguen trets i

elements particulars de les diferents qüestions o problemes amb el subsegüent impacte en l'agenda pública" (Rodríguez i Sádaba, 2007: 190).

La premsa, la televisió, la ràdio i Internet no només diuen a la població quins continguts són importants, sinó quins aspectes de cada fet cal tenir en compte. La qüestió que McCombs i Shaw es van formular va ser fins a quin punt l'opinió d'una persona és independent o es forma sota la influència de l'enfocament o del marc referencial que li subministren els mitjans de comunicació.

2.6.3 L'*agenda-setting* a la televisió

Existeixen diferents factors que poden modificar l'efecte de l'establiment d'agenda en els espectadors, és a dir, que varien el poder o l'impacte dels mitjans sobre l'audiència a l'hora de parlar o debatre sobre un assumpte o un altre. La duració o la longitud d'exposició davant la informació, el grau de sensibilitat del receptor, el contacte personal o la proximitat amb el tema, el nivell d'homogeneïtat de discurs entre diverses plataformes, la credibilitat de les fonts i el tipus de mitjà on es difon el contingut, en són alguns exemples.

L'impacte d'un missatge resulta diferent si es presenta en un diari imprès o en un telenotícies. Avui en dia, la televisió és el mitjà que es troba més a l'abast de la població espanyola i els seus informatius s'han convertit en un recurs de molta importància per conèixer els fets més rellevants de l'actualitat. Per aquest motiu, la cobertura televisada és particularment efectiva amb la canalització de prominència temàtica cap als ciutadans, sobretot per aquells que tenen recursos limitats per accedir a les notícies a través d'altres plataformes (McCombs, 2006).

La pantalla ofereix circumstàncies comunicatives i condicions tècniques que serveixen per atribuir un relleu particular al contingut que s'emet. Es pot obtenir una major potencialitat en l'efecte del primer nivell de l'*agenda-setting* mitjançant la interrupció de la programació ordinària per informar sobre un fet extraordinari, utilitzant una presentació gràfica i visual de les notícies que transmet el periodista de manera oral o cobrint un esdeveniment en viu o en directe.

L'aplicació de la hipòtesi de la teoria de l'establiment d'agenda, que postula un impacte directe sobre els espectadors a través de l'ordre de temes del dia i de la jerarquia d'importància en què són presentats, permet estudiar el que s'anomena tematització (McCombs, 2006). Es tracta del procés a partir del qual un programa decideix concedir

una rellevància a un assumpte col·locant-lo en la seva escaleta en detriment d'un altre, que es considera menys substancial.

Així doncs, la televisió subratlla el significat de certes qüestions respecte el curs normal de la informació que no està tematitzada, i estableix prioritats que acaben afectant les percepcions dels telespectadors. En relació a l'impacte dels missatges sobre l'audiència, també s'analitzen aspectes com el paper del sumari, l'ordre en què apareixen les notícies i el temps que es dedica als temes seleccionats, amb l'objectiu d'entendre els elements implícits que arriben al televident.

3. Metodologia

3.1 Objectius

Objectius generals:

- Analitzar com és l'agenda de continguts de l'Info K.
- Comprendre si l'Info K és una bona eina formativa de la televisió educativa i cultural a Catalunya.

Objectius específics:

- Identificar i quantificar patrons o freqüències temàtiques que podrien afectar la percepció de la realitat dels infants.
- Comprovar si l'Info K respecta els indicadors de qualitat de programes audiovisuals en televisió dirigits a la infància.

3.2 Procediment

S'efectua l'anàlisi de contingut del noticiari infantil Info K per tal d'aconseguir els objectius plantejats anteriorment. En primer lloc, es duu a terme una investigació categorial, que permet calcular i comparar les freqüències dels temes evocats pel programa. La idea inicial és que la freqüència en l'aparició de determinats assumptes denota la importància que aquests tenen per l'emissor i poden afectar la percepció de la realitat del receptor, és a dir, dels nens. L'estratègia metodològica es basa en l'elaboració d'un estudi de continguts eminentment quantitatiu sobre un producte concret de comunicació, l'Info K.

Les unitats d'anàlisi d'aquesta recerca són les temàtiques tractades durant l'emissió del noticiari les 4 setmanes centrals del mes de novembre. Així doncs, es divideixen en assumptes d'internacional, política, economia, societat, ciència, esports, cultura, tecnologia i meteorologia. Tots els aspectes es concreten posteriorment amb subtemes més específics dins el seu àmbit.

En general, la metodologia seguida en el treball es centra en la realització de dues fitxes d'anàlisi. En la primera s'interpreten els resultats a partir del primer nivell de la teoria de l'establiment d'agenda. L'estudi s'efectua en base a què les prioritats informatives dels mitjans de comunicació i les temàtiques amb què construeixen el seu discurs poden influir en la percepció de la realitat que té el públic, fet que s'accentua quan aquest està format per infants. Tot i així, cal destacar que no s'ha elaborat cap enquesta a l'audiència que corrobore l'impacte dels missatges.

Les categories d'identificació d'aquesta taula de continguts són la data d'emissió, la secció dins el noticiari, la durada de la peça informativa i el gènere utilitzat. Pel que fa a les categories tòpiques, es corresponen amb els continguts dels missatges i, per tant, amb les unitats d'anàlisi definides prèviament.

Un cop realitzat el primer anàlisi, es procedeix a fer un segon estudi més qualitatiu. A partir de diferents barems, com la claredat en la transmissió dels missatges o la utilització de múltiples veus per informar, s'intenta comprendre si l'Info K és una bona eina formativa dins el marc de la televisió educativa o, en cas contrari, podria millorar en alguns aspectes. Es tracta d'un estudi de caire avaluatiu a partir de la selecció de diferents indicadors de qualitat explicats en el llibre de codis de la investigació.

Així doncs, la utilització de dues fitxes de continguts amb informacions que es complementen entre sí, emprant un sistema quantitatiu en el primer cas i qualitatiu en el segon, permet el creuament de les dades i l'extracció de resultats globals amb la finalitat d'aconseguir resoldre els objectius de la recerca.

3.3 Mostra

En relació als trets característics de la mostra escollida, el suport dels missatges és audiovisual i es dirigeix a una audiència formada per infants. El seu abast geogràfic de difusió és Catalunya i el volum de públic potencial al qual s'adreça és aproximadament 1.190.000 de nens que es troben entre els 0 i els 14 anys. Es tracta d'un noticiari informatiu que permet la seva visualització a través del canal de televisió Super3 i de la web de Televisió de Catalunya.

Pel que fa a l'espai de temps analitzat, s'ha escollit el període del 4 al 29 de novembre de l'any 2013. L'elecció d'aquesta fase es deu a què suposa la visualització i el posterior estudi de 20 informatius diaris per nens. Una quantitat que es considera suficient per extreure resultats significatius, després de comparar-ho amb la mostra d'altres estudis similars com *La comunitat romanesa a Catalunya en el programa de televisió Tot un Món*, de Marta Guasch, o *l'Anàlisi de l'estructura narrativa del discurs amorós de Los Serrano i de Porca Misèria*, de Pilar Medina i Miquel Rodrigo.

De la mateixa manera, s'opta per les quatre setmanes centrals del mes de novembre amb l'objectiu d'evitar la coincidència amb cap esdeveniment especial que modifiqui o alteri l'escaleta de continguts de l'Info K, com podria ser la celebració de Tots Sants o el període de Nadal.

4. Investigació de camp

4.1 Interpretació dels resultats

Després de realitzar l'anàlisi de 20 informatius infantils del canal Club Súper 3, es procedeix a desglossar els resultats obtinguts en la investigació. Mentre es visualitzaven els Info K del mes de novembre del 2013, s'han elaborat dues taules (disponibles a l'Annex) amb les dades necessàries per respondre els objectius generals de la recerca i, de retruc, també els específics.

En aquest sentit, s'ha considerat més adequat dividir la interpretació dels resultats en dos apartats per tal d'obtenir valors més significatius. El primer bloc, es basa en l'anàlisi de l'agenda mediàtica del telenotícies per nens tenint en compte la temàtica dels continguts que s'hi emeten. El segon, en canvi, es centra en la classificació del programa com a eina de la televisió educativa i cultural mitjançant el compliment o no de determinats indicadors de qualitat.

4.1.1 Anàlisi temàtic

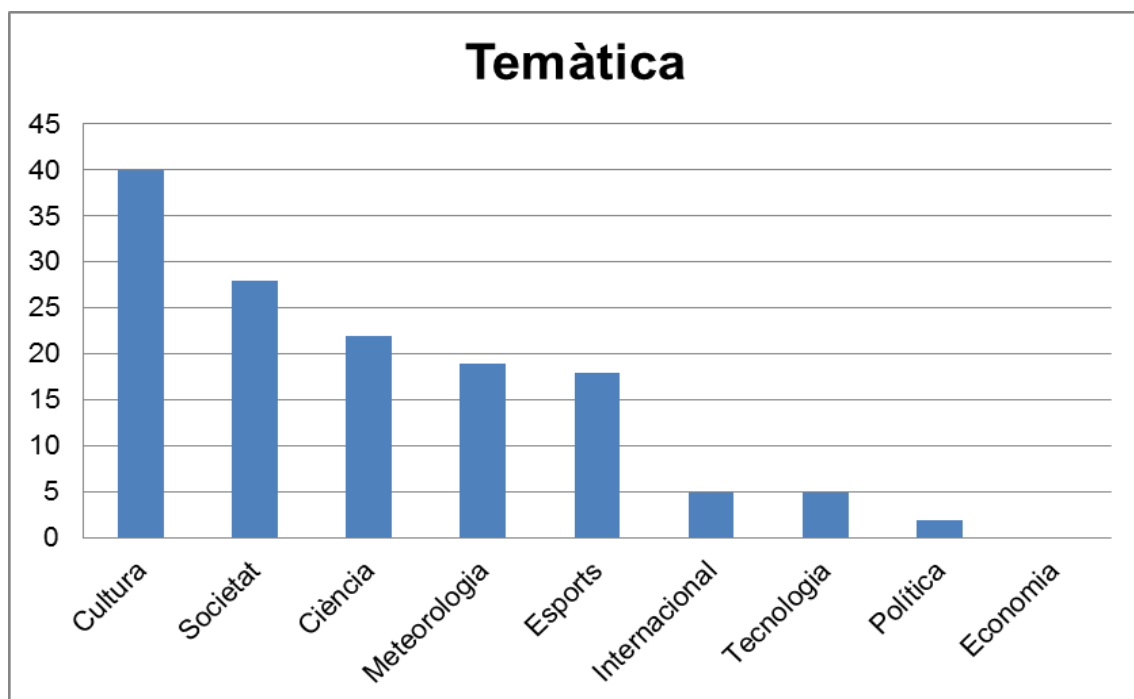
En el moment en què l'Info K selecciona una informació en detriment d'una altra i posteriorment la jerarquitzava establint un ordre, mostra la importància que li atorga. Com és evident, els continguts considerats més rellevants s'emeten en primera instància i, sovint, tenen una durada més llarga que els que els segueixen a l'escaleta. En la mostra analitzada, el 28,8% de les notícies estan relacionades amb la cultura i el 20,15% s'engloben dins de la temàtica de societat. És a dir, gairebé la meitat de les idees que es transmeten en el noticiari estan vinculades amb aquests dos àmbits.

Els segueixen els assumptes de ciència i esports, amb un 15,8% i un 13%. A diferència dels informatius que es dirigeixen als adults, en les quatre setmanes centrals del mes de novembre l'Info K no produeix cap espai dedicat a l'economia i només l'1,5% a la política. Es tracta de dues temàtiques que canalitzen la major part de l'escaleta de continguts dels telenotícies de les cadenes generalistes i que, a més a més, ho acostumen a fer en les primeres posicions. Mentre el Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) confirma que les principals preocupacions de la població provenen d'aquests dos àmbits, l'economia i la política gairebé no formen part del noticiari que es dirigeix als ciutadans més petits.

La meteorologia es mereix una menció a part, ja que es considera informació de servei i segueix sempre el mateix patró. *El temps* és la única secció que es repeteix

diàriament, a excepció del dimarts 12 de novembre que, per motius que es desconeixen, no s'emet. En canvi, la resta de seccions s'alternen de manera aleatòria i apareixen al programa en funció de diferents criteris, com quin dia de la setmana és o quin format s'adapta millor a la temàtica informativa en concret. Es tracta d'un espai d'aproximadament 30 o 40 segons que ofereix la previsió meteorològica de Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears a través de la utilització d'infografies i d'efectes sonors. És, per tant, una secció que s'adapta a la comprensió dels nens i s'allunya de la serietat del món dels adults.

Per la seva banda, els apartats de tecnologia i internacional tenen poca visibilitat a l'Info K. Les notícies que fan referència a successos forans acostumen a aparèixer en casos extrems. En la mostra analitzada, el criteri de noticiabilitat que s'aplica en aquestes ocasions és el de quantitat d'afectats, com mostren els exemples dels desastres naturals o les guerres.

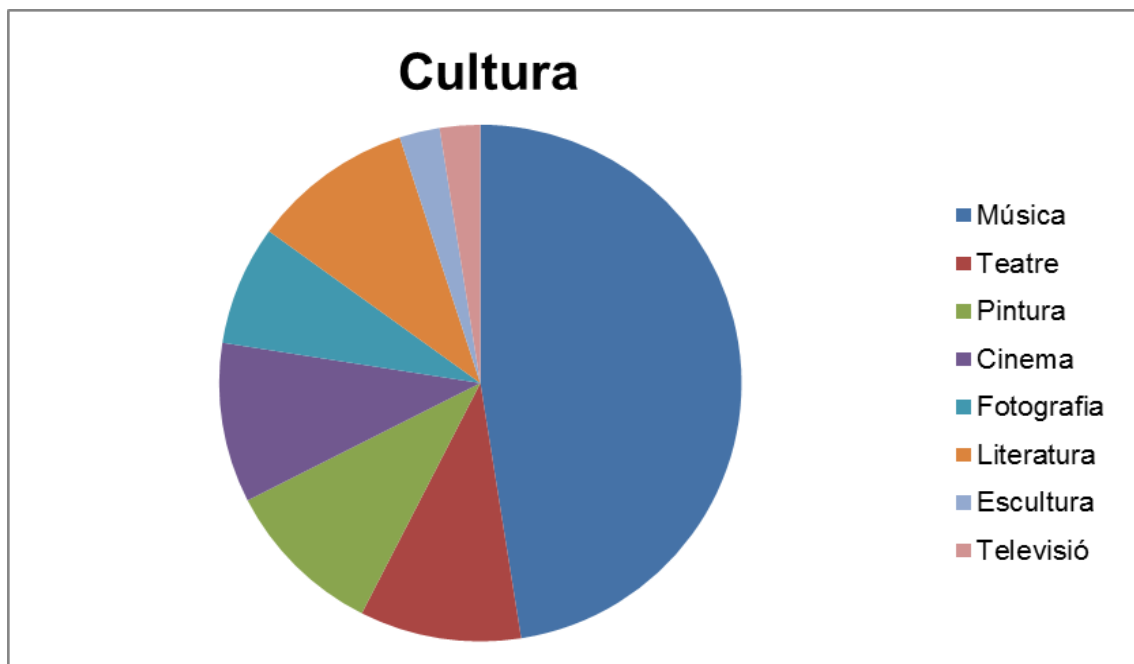


Per tal d'aprofundir en l'anàlisi temàtic és important tenir en compte que l'Info Kap de setmana, que s'emet els divendres, és un informatiu força diferent a la resta de dies. Generalment hi destaquen una proposta cultural que l'audiència pot fer acompanyada dels seus pares, una entrevista a un convidat i un resum d'imatges amb música de les notícies més destacades de la setmana, que serveix per tancar el noticiari fins el següent dilluns.

Tanmateix, cal destacar que el dia 20 de novembre s'emet una programació especial per commemorar el Dia Internacional de la Infància. És l'única unitat de la mostra on els continguts són diferents als habituals, ja que es centren en la figura dels nens per commemorar els seus drets i descriure de manera positiva algun dels seus comportaments amb l'objectiu d'impulsar valors com la solidaritat o la igualtat.

En relació al món de la cultura, la música és el subtema més tractat de tot el telenotícies. Ocupa gairebé la meitat de les informacions dins d'aquest l'àmbit, el 47,5%, que com s'ha dit anteriorment, és el que té més presència a la pantalla. Es tracta d'un espai que es difon a través de diferents formats, com entregues de premis, actuacions en directe des del plató o videoclips, entre d'altres. La segueixen a força distància el teatre, la pintura, el cinema i la literatura, amb la mateixa representació durant el període estudiat, el 10%.

La majoria d'intervencions de l'art escènic són dins la secció *La proposta*, on el programa suggereix un espectacle a l'audiència per fer amb els pares o els amics. A més a més, sovint els continguts culturals apareixen en espais com *L'entrevista* o *La contra*. És a dir, es vehiculen mitjançant els seus protagonistes, com autors i cantants, o utilitzen clips d'imatges disteses que permeten tancar el programa d'una manera dinàmica i visual.

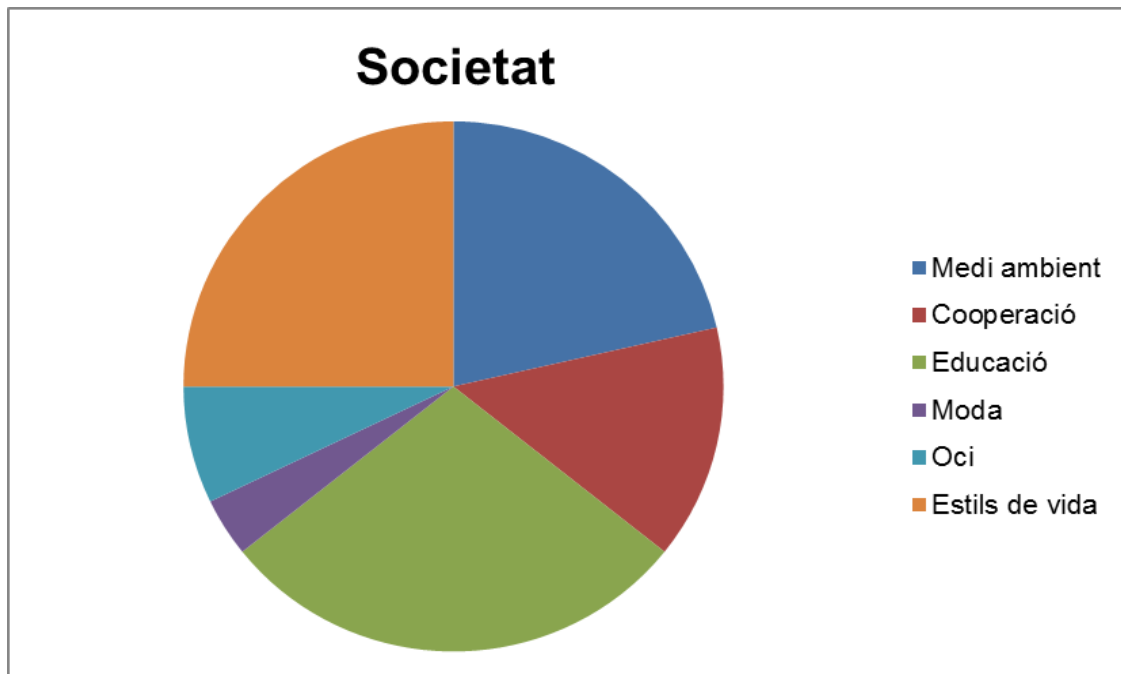


L'educació és l'element principal de les temàtiques socials. Gairebé el 29% de les notícies es centren en un aspecte fonamental de la vida dels infants: l'ensenyament.

S'atorga importància a les xerrades formatives que es fan per tota Catalunya sobre diversos assumptes com la violència de gènere o la diversitat i els drets humans. Amb el mateix objectiu s'explica la llei LOMCE, que afecta directament als telespectadors, per tal de conscienciar-los del que passa al seu entorn.

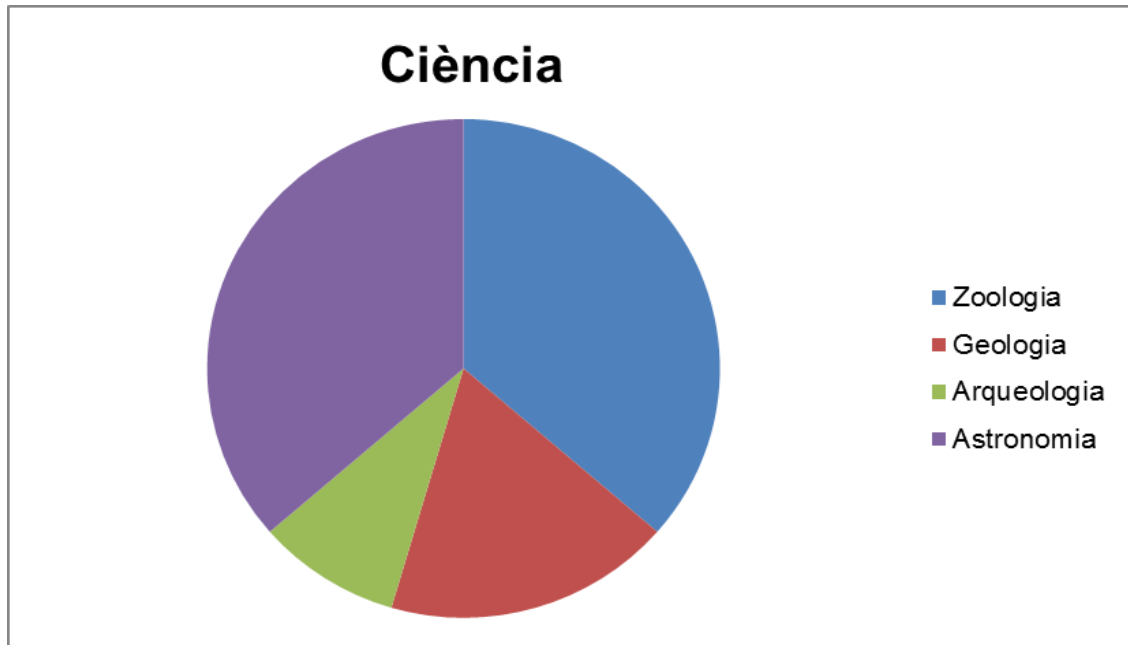
El 25% del contingut social fa referència als estils de vida de diferents nens arreu del món. Així doncs, els més petits es senten identificats i alhora comproven que hi ha altres formes de viure a part de la seva, ja siguin millors o pitjors. Relacionat amb aquest últim cas, el 14,3% dels espais fomenten la cooperació humana per acabar amb les principals injustícies del món, com l'esclavitud o la pobresa. L'informatiu no estimula l'immobilisme, sinó al contrari: pretén donar a conèixer conductes positives que han permès millorar la situació de persones o d'animals a través de la lluita.

L'altre gran bloc temàtic dins del mateix àmbit és el que engloba les conseqüències dels fenòmens mediambientals que pateix la població. El canvi climàtic, les grans nevades o els incendis alteren el dia a dia de la ciutadania i l'explicació d'aquesta modificació ocupa el 21,4% dels temes socials. A una distància considerable en termes de visibilitat es troben les propostes de moda i oci.



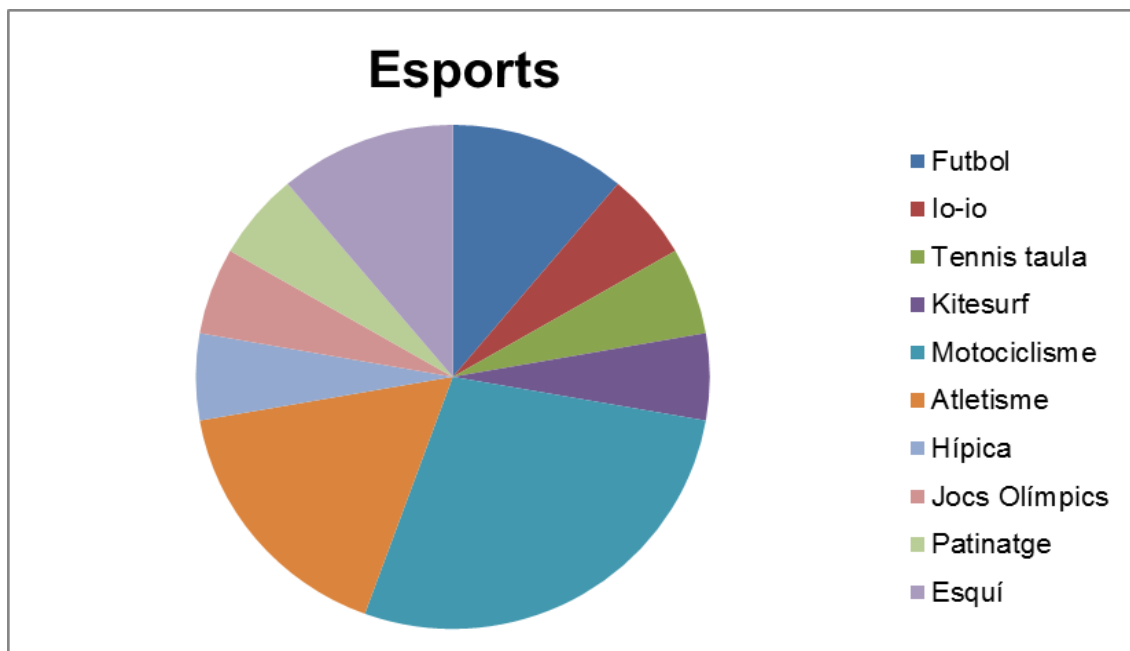
La ciència és el tercer assumpte més tractat en el noticiari. Més de la meitat dels missatges que es difonen sobre el tema tracten de la zoologia i l'astronomia. El 36,4% de les informacions es destinen a la importància del foment a la protecció dels animals

i el seu entorn, així com a notificar el naixement de noves espècies. A més a més, s'emet la mateixa xifra d'espais que es dediquen a impulsar el coneixement sobre planetes, estrelles, satèl·lits i els diferents fenòmens del cel. La geologia és un altre dels elements centrals de la ciència, que es fonamenta en explicar la formació de nous indrets i en la divulgació d'aquesta disciplina a través de xerrades.



Finalment, el món de l'esport que es difon a l'Info K és molt diferent al que la població està acostumada dels informatius de les cadenes generalistes per adults. En aquest sentit, al fer la comparació sorprèn la poca presència en pantalla dels dos esports majoritaris: el futbol i el bàsquet. El primer apareix en un 11,1%, un percentatge petit en relació a l'hegemonia a què la gent està habituada a les escaletes dels telenotícies, i el segon directament no es transmet. Tanmateix, cal tenir en compte que en cap cas es difonen cròniques dels partits que es disputen durant el cap de setmana, sinó que es presenten nous jugadors joves o es comenta la concessió d'algun premi.

L'esport amb més representació a l'informatiu infantil és el motociclisme, amb un 27,8%. La xifra es dona a causa que el mes de novembre coincideix amb el final del campionat del món d'aquest esport i que els guanyadors de les diferents categories van ser catalans. En general, doncs, les notícies estan molt diversificades. Es narren experiències vinculades amb l'exercici físic, sovint protagonitzades per nens, i es fomenta la difusió d'informacions relacionades amb els esports considerats minoritaris a Catalunya, com el io-io, el tennis taula o el kitesurf.



Com és natural en un telenotícies diari, el gènere periodístic més utilitzat a l'hora de transmetre continguts de totes les temàtiques és la notícia, en un 63,3%. La segueix el reportatge, amb un 23,7%. Aquest últim s'aplica en els casos on la durada de les informacions és més extensa, ja que s'aprofundeix en un tema i el nombre de veus que participen a la peça és major.

El format de clip s'utilitza bàsicament per tancar el programa d'una manera distesa a *La contra*. Es realitza mitjançant la participació de grups de música en directe, a través de videoclips o aprofitant les seves cançons per acompanyar fotografies o elements visuals. En cap cas de la mostra analitzada, però, hi ha més d'un clip en un noticiari. Pel que fa al gènere de l'entrevista, és el menys emprat amb un 5,8%. Com s'ha dit anteriorment, acostuma a formar part de l'Info Kap de setmana, on el protagonista d'un succés manté una conversa, generalment al plató, amb el presentador Jordi Gil.

Els fets d'actualitat s'engloben dins la secció *Notícies diàries*, que representa el 52,5% de les unitats. Es tracta d'un conjunt d'informacions que el propi programa no encasella dins de cap portada, sinó que formen part del cos del noticiari. En la mateixa direcció es troba l'apartat *Els clips* amb un 17,3%, que narra curiositats i fets extraordinaris a través d'explicacions breus que no superen els 30 segons de duració. En termes de quantitat d'emissió, les segueixen les seccions d'*El temps*, *La contra* i *L'entrevista*, totes elles explicades amb anterioritat.

Encara que *La proposta* només apareix els divendres, es tracta d'una secció elaborada on, a través d'un reportatge, es suggereix un esdeveniment perquè els més petits puguin gaudir de l'oferta cultural. En primera instància es presenta l'espectacle i, posteriorment, es donen les dades més importants d'aquest, com l'horari, el lloc, el preu i les dates, mitjançant una infografia. Dins la peça destaca l'aportació de diferents punts de vista d'altres nens que ja han presenciat l'obra.

L'últim element a destacar de la primera taula de continguts examinada és que en el període de les quatre setmanes centrals del mes de novembre no s'emet cap *Inforeporter*. És un espai que motiva als més petits a convertir-se en professionals de la comunicació durant un dia. La causa de la seva absència en l'escaleta pot ser que es tracta d'una secció molt laboriosa que només es duu a terme en ocasions especials. Els nens van de rodatge acompanyats per un periodista i un càmera, que posteriorment s'encarreguen de polir la informació perquè sigui apta per difondre's a través de la pantalla i, per tant, no és una tasca senzilla.

4.1.2 Anàlisi eina educativa

Els més petits fan un gran us dels continguts a través de les pantalles. La televisió, l'ordinador o el telèfon mòbil s'han convertit en aparells de la vida quotidiana, motiu pel qual ha augmentat la preocupació social sobre la producció d'una programació infantil de qualitat. Però aquest és un concepte poc universal que es troba molt relacionat amb l'objectiu d'un emissor determinat. En aquest sentit, es procedeix a l'estudi de l'escaleta de l'informatiu infantil Info K a partir de diferents indicadors per intentar racionalitzar la mesura de qualitat dels seus missatges. Els criteris utilitzats s'han extret del "V Fòrum d'Investigació en Comunicació", dut a terme a Madrid l'any 2003, i del "Codi de regulació sobre continguts televisius i infància".

Després de realitzar un pretest del telenotícies a partir de totes les seves unitats d'anàlisi, es va decidir excloure de l'estudi la secció *El temps*. És una temàtica que es considera informació de servei i no compleix la majoria dels requisits d'una bona eina de la televisió educativa i cultural al seguir els mateixos patrons que la meteorologia per adults. Tot i que l'Info K utilitza la infografia i els efectes sonors per intentar adaptar els continguts al públic infantil, s'han extret de la mostra les 19 unitats referents a *El temps* amb l'objectiu que els resultats (disponibles a l'Annex) no quedin alterats.

Gairebé el 46% de les notícies analitzades utilitzen diferents veus per explicar un esdeveniment, a part de la del presentador Jordi Gil. En el percentatge cal tenir en

compte que l'apartat *Els clips* està compost per informacions breus, d'uns 30 segons, narrades sempre per un sol periodista. Per tant, 24 de les 65 unitats que no compleixen l'indicador de qualitat formen part d'aquesta secció. El programa acostuma a presentar les peces més llargues, com els reportatges, a través d'un reporter que complementa la seva experiència personal amb el punt de vista dels més petits. Així doncs, només 9 de les 55 unitats que utilitzen múltiples veus ho fan a través de dos o més persones adultes, sense la participació de nens o joves.

Pel que fa a la promoció de cultures externes a la pròpia, el 28,3% dels continguts de l'informatiu fan referència a aspectes forans. Resulta habitual que els protagonistes siguin infants d'arreu del món que expliquen com és el seu dia a dia en un indret llunyà. Dins d'aquest criteri d'anàlisi no s'han inclòs les unitats que fomenten la cultura autòctona de Catalunya per no desvirtuar els resultats. Tot i així, com s'ha dit anteriorment, és la temàtica més tractada en tot el telenotícies.

Aproximadament el 36% de les informacions que difon el noticiari tenen la voluntat que els nens no siguin espectadors passius de la televisió. L'objectiu d'aquestes peces és promoure el consum actiu del mitjà i, en conseqüència, provocar que l'audiència intervingui des de casa seva. L'eina més utilitzada per aconseguir-ho és la pàgina web. L'Info K incentiva als més petits a participar a concursos a través de la resolució de preguntes o enigmes, amb la finalitat d'endur-se regals materials que acostumen a donar els personatges famosos que col·laboren amb el programa.

La proposta és un dels apartats que més fomenta la participació. La secció empeny als més petits a anar a veure espectacles durant els camps de setmana. Els infants poden donar la seva opinió després d'haver assistit a la representació, que gairebé sempre és de teatre. A més a més, estimula el consum cultural a través de la compra de llibres i discos, i impulsa la realització d'experiments a casa amb l'ajuda dels pares.

En relació a la identificació, el 44,2% de les unitats permeten que els nens estableixin relacions de semblança amb els personatges que apareixen en pantalla. És a dir, l'indicador de qualitat es compleix en aquelles notícies protagonitzades per infants o en les quals el gran pes informatiu recau sobre ells. Sovint, els més petits tenen espais per expressar la seva opinió o transmetre estils de vida tant a Catalunya com a l'estranger. Un cop més, la secció que menys respecta aquest criteri és *Els clips*, ja que només hi participa una veu adulta i generalment tracta sobre curiositats alienes al món dels infants.

L'Info K posa molt èmfasi en la tria d'informacions que explica i en la manera que ho fa. Per aquest motiu, totes les notícies analitzades durant les quatre setmanes centrals del mes de novembre es presenten seguint un ordre lògic d'idees, sense interrupcions o materials externs que puguin interrompre el missatge. El programa procura ser clar i directe amb independència de la temàtica dels continguts que difon. En aquest sentit, el llenguatge que fa servir és planer, però intenta no al·ludir les paraules complicades ni abaixar el nivell. Davant un terme enrevessat, el telenotícies no intenta evitar-lo, sinó que el defineix amb l'objectiu d'ampliar el vocabulari del públic que el mira. La frase "els paleontòlegs, és a dir, els científics que estudien les restes d'animals i vegetals" n'és un exemple.

La comprensió dels conceptes augmenta amb la utilització d'estructures gramaticals simples. La majoria de sentències estan formades per subjecte, verb i complement, sense més complicacions. Així doncs, s'eviten les figures retòriques pròpies de l'escriptura literària. En el cas dels protagonistes residents a l'estranger, les seves opinions es tradueixen al català i s'escolten simultàniament les dues versions. Per tant, no es subtitula en cap ocasió.

L'encodificació, és a dir, la forma en la qual es transmeten els missatges, segueix un patró similar a la claredat. Totes les peces estan presentades amb un estil verbal i visual que s'entén fàcilment i que resulta senzill de memoritzar. El noticiari intenta contextualitzar totes les informacions fent servir infografies com mapes, per situar l'espectador, i gràfics, per explicar mecanismes o estructures no habituals. En general, les imatges afavoreixen l'enteniment de l'audiència, ja que es complementen amb la narració del presentador o del reporter.

La descripció positiva de comportaments infantils es dona en un 32,5% de les unitats estudiades. En elles, els protagonistes realitzen accions que ajuden a impulsar valors com la solidaritat, el respecte, la cooperació, l'esforç i la igualtat, entre d'altres. A més a més, cal tenir en compte que el 73,5% de les notícies que compleixen la categoria d'identificació ressalten aspectes positius de la conducta dels més petits. És a dir, 39 de les 53 unitats que tenen els nens com a protagonistes lloen la seva actitud.

Pel que fa al foment de la protecció i el respecte tant per la naturalesa com pels animals, en formen part el 18,3%. Gran tros d'aquest percentatge s'engloba dins les temàtiques de medi ambient i zoologia. En conseqüència, cal ressaltar que la xifra no és molt elevada perquè, com és evident, les notícies que no tracten aquests

assumpes no poden fomentar la seva protecció. Els nens no són els protagonistes de les informacions sobre naturalesa, sinó que la majoria d'elles es troben dins la secció *Els clips*. Tracten de curiositats que es narren de manera breu, com el sorgiment de noves espècies animals.

El 10,8% de les peces tenen càrrega d'algun tipus de violència, és a dir, la seva temàtica està relacionada amb enfrontaments que no es limiten a petits conflictes dels infants que es resolen de manera positiva, sinó que van més enllà. Tot i així, entendre el que està passant forma part del dret a la informació dels més petits, motiu pel qual la norma es pot trencar en aquells casos que es consideren rellevants per la societat. En són exemples els interessos del govern per tancar Canal 9 o les controvèrsies al voltant de la llei LOMCE.

En diversos casos la violència es mostra en països estrangers i llunyans, com l'explicació de la guerra de Síria, els atemptats als Estats Units o l'esclavitud a l'Àfrica. En aquest àmbit hi juga un paper important el 20 de novembre, Dia Internacional de la Infància, perquè recorda els principals problemes dels nens arreu del món com la fam, l'obesitat, l'ús d'armament o l'explotació laboral.

Finalment, l'última categoria analitzada de la segona taula de continguts és la que fa referència a sexualitat. Només 1 de les 120 unitats, el 0,8% del total, conté continguts relacionats amb la reproducció dels humans o dels animals. S'hi narra com es reproduïxen els cavallets de mar d'una manera curosa i adequada. A diferència dels telenotícies per adults, només hi ha una notícia vinculada amb la violència de gènere i és en motiu de la celebració del Dia Internacional contra la Violència vers les dones. En aquest sentit, l'Info K fomenta el respecte i la igualtat entre persones, i no deixa espai per les diferències sexuals entre ambdós gèneres.

Així doncs, en la mostra analitzada 6 dels 10 indicadors de qualitat per una bona eina formativa de la televisió educativa i cultural no arriben al 50% de compliment, encara que 2 hi estan molt a prop. D'altra banda, els 4 criteris restants ho fan gairebé al 100%. Tot i així, resulta complicat extreure xifres generals ja que, com s'ha explicat anteriorment, a cada indicador el defineixen les seves particularitats.

5. Conclusions

L'estudi de l'agenda mediàtica de l'Info K com a objecte empíric de la recerca permet extreure diverses idees. Pel que fa a l'anàlisi de l'escaleta de continguts, l'ordre d'importància que se li atorga a cada temàtica en funció del nombre de cops que apareix en pantalla és el següent: cultura, societat, ciència, meteorologia, esports, internacional, tecnologia, política i economia. En les quatre setmanes centrals del mes de novembre passat, gairebé la meitat de les notícies que es transmeten en el noticiari estan relacionades amb els dos primers àmbits. En aquest sentit, la percepció de la realitat que tenen els més petits podria quedar alterada per la utilització de patrons o freqüències d'uns assumptes en detriment d'altres.

A més a més, cal ressaltar que l'informatiu infantil no és una adaptació dels telenotícies per adults. El programa que es dirigeix als nens no segueix el mateix esquema temàtic que un noticiari generalista. N'és un exemple el fet que, en la mostra analitzada, gairebé mai es parla de política i en cap ocasió s'explica res sobre economia. Dos conceptes seriosos i fonamentals en el desenvolupament de qualsevol país que concentren la majoria d'informacions difoses en els noticiaris per adults.

L'Info K és un espai que busca comunicar als infants aspectes que afecten el seu dia a dia i que considera que els poden interessar. La curta durada d'emissió, d'uns 12 minuts, juntament amb la narració d'anècdotes i problemes poc transcendents en el món de les persones grans, fa que la jerarquització de continguts sigui diferent a la que la població està acostumada. L'escaleta es fonamenta en la successió de diverses seccions establertes en el transcurs del programa, tot i que les peces d'urgència o aquelles que es consideren més rellevants s'emeten en primera instància.

L'informatiu del Club Súper 3 és una bona eina formativa de la televisió educativa i cultural a Catalunya. Respecte el compliment dels indicadors de qualitat de programes audiovisuals en televisió dirigits a la infància, 4 ho fan gairebé al 100%. Tenint en compte totes les unitats d'anàlisi, 6 dels 10 criteris no arriben al 50%, però dos d'ells estan molt a prop. En aquest sentit, cal destacar que resulta complicat extreure xifres generals perquè cada indicador té les seves particularitats i n'hi ha que depenen d'altres factors per complir-se. Tot i així, és meritori que l'Info K sigui l'únic espai televisiu de tota la península que intenta donar resposta al dret a l'accés a la informació d'actualitat per part dels infants.

A partir del cas empíric investigat, el present treball intenta descriure i comprendre el gènere informatiu especialitzat en nens. Els telenotícies infantils són programes produïts específicament pels més petits que tenen la finalitat de transmetre'ls continguts d'actualitat utilitzant un llenguatge senzill i proper. El seu objectiu és que els telespectadors compreguin les notícies en un temps curt i sense fer grans esforços.

La seva capacitat per contribuir a la formació de la ciutadania, augmentar l'esperit crític i eixamplar la consciència de la gent, provoca que diversos experts de l'Observatori Europeu de la Televisió Infantil (OETI) reclamin més presència d'aquest tipus d'espais en les graelles de les cadenes generalistes. Encara que els noticiaris per nens s'han assentat en alguns dels models de televisió més prestigiosos del món, com la BBC britànica o la NOS holandesa, hi ha molts països com Espanya que obliden la vessant educativa del mitjà per concentrar-se en l'auge dels programes d'entreteniment.

Existeix una forta preocupació social davant el consum audiovisual del target que formen els més petits. Com s'ha ressaltat en el marc teòric, els informatius infantils són una eina de la televisió educativa i cultural que aporta molts aspectes positius al públic que els visiona. Però, davant del cas estudiat, sembla que també tenen algunes mancances que cal tenir en compte.

El format de telenotícies per nens es pot arribar a considerar una mica forçat. Encara que l'audiència es diverteix veient-lo, sovint no aconsegueix el seu objectiu social original: informar. En aquest sentit, hi ha el perill que el gènere obli la seva essència i s'acabi convertint en un espai de consum com qualsevol altre. La majoria dels noticiaris tenen presentadors simpàtics i divertits que agilitzen el transcurs del programa. Però alhora, acostumen a fugir dels temes seriosos com la política o l'economia i a incloure tòpics com les agendes culturals, les curiositats sobre animals o els esdeveniments esportius més populars. Així doncs, els criteris de noticiabilitat que s'apliquen no sempre són els adequats.

Els informatius infantils intenten captar l'atenció dels telespectadors. Per aquest motiu, apel·len a un grafisme cridaner, utilitzen la música de fons per emfatitzar les emocions i procuren crear un ambient amb molts colors que resulti atractiu. Tot i així, resulta fonamental que els periodistes s'ocupin de que la preocupació per la forma no comporti un detriment de la qualitat del contingut.

De la mateixa manera, algunes de les seccions més interessants són les que integren als més petits dins el món informatiu. Els mostren la manera en què es produeix una notícia i com és recollida pels professionals de la comunicació. Però el problema sorgeix perquè la laboriositat d'aquests espais provoca que la seva freqüència d'emissió sigui molt minsa. Per exemple, en el programa empíric estudiat, la secció *inforeporter* no forma part de l'agenda mediàtica de cap dels dies que conforma la mostra i, en canvi, sí que apareixen espais més senzills d'elaborar.

Per tal d'intentar superar aquestes mancances i obrir noves línies per futures investigacions, es proposen una sèrie de criteris amb l'objectiu de millorar la qualitat dels telenotícies infantils. Es basen en el "Codi de regulació sobre continguts televisius i infància" i en la "Guia d'orientacions i continguts prioritars de la programació infantil de televisió". S'estableixen un conjunt de pautes per procurar dotar d'un caràcter més científic la presa de decisions en la matèria audiovisual davant un públic format per nens, és a dir, sensible i en ple desenvolupament físic i mental.

La norma bàsica és que els missatges s'han d'adaptar als nivells d'edat de l'audiència a la qual es dirigeixen. Encara que han de versar sobre l'interès i la preocupació social de cada moment sense fugir de temes seriosos, resulta fonamental que les notícies s'adeqüin a les necessitats dels més petits. És prioritari que un noticiari aportï continguts que transmetin valors i els integrin a la vida quotidiana. El respecte a totes les persones, l'estimulació del diàleg, el foment de la convivència i la tolerància, la propugnació de la igualtat en totes les seves accepcions, i el promoure la no violència i la no discriminació en són alguns exemples.

També hi juga un paper important l'educació en hàbits. La transmissió de formes de vida d'arreu del món, el consum saludable i les indicacions sobre què fer en cas d'accident o d'emergència, entre d'altres, s'integren dins les funcions pedagògiques de la televisió. En definitiva, l'escaleta d'un programa infantil ha d'estar formada per espais que transmetin valors positius de la formació física, intel·lectual, emocional i ètica dels més petits. I alhora, ha d'ajudar a la preparació dels nens per la vida social i pública, d'acord amb els principis democràtics que regeixen la societat en què vivim.

Per aconseguir els resultats òptims, cal que les persones encarregades de les publicacions per infants s'especialitzin en aquest camp. La formació de professionals de comunicació i la cooperació amb els investigadors és vital per obtenir productes de qualitat per la formació dels més joves. Així doncs, s'ha d'incentivar a les empreses a

continuar realitzant material periodístic infantil. És a dir, fomentar la creació d'espais televisius, sense utilitzar-los únicament per satisfer als anunciants i incentivar el consum entre la població, sinó per ajudar al mitjà a complir les funcions d'informar, educar i entretenir de manera equilibrada.

Tot i que és una tasca laboriosa, la participació activa dels més petits en la producció dels programes, juntament amb els professors i els periodistes, resulta enriquidora. Donar-los un paper protagonista i iniciar-los com a redactors o corresponents permet que es sentin més representats en la pantalla. La seva integració dins el món informatiu els fa col·laborar en l'elaboració de les notícies i aportar el seu punt de vista personal sobre la realitat que els envolta.

La televisió pública té molt a dir en aquest àmbit. Sobre ella recau la responsabilitat de dur la iniciativa per implantar un projecte modèlic de programació infantil i juvenil. Però és bàsic que la voluntat s'estengui també entre les cadenes privades per tal que triomfi. Totes les institucions, incloent-hi les Facultats de Ciències de la Comunicació Social i de Ciències de l'Educació de diverses universitats, han de promoure i difondre una major quantitat i qualitat de periodisme per nens. Les noves tecnologies brinden una oportunitat única per la utilització de formats i llenguatges innovadors que poden ajudar a impulsar la televisió pedagògica en detriment de l'espectacularització.

El primer pas per instaurar els noticiaris infantils i juvenils en les graelles de televisió i augmentar la seva presència en pantalla és donar-los a conèixer i conscienciar a la població que són un instrument de formació necessari per les noves generacions. La televisió és un mitjà de comunicació de masses i la seva capacitat pedagògica depèn de la finalitat que es proposi com a font d'informació que dirigeix les nostres vides. Per tant, abandonar l'argument de la rendibilitat i apostar per la utilitat social dels missatges que es difonen resulta crucial perquè la societat assumeixi que es pot aprendre i educar amb la televisió.

6. Bibliografia

- Callejo, J. i J. Gutiérrez (2012) *Adolescencia entre pantallas*. 1a edició. Barcelona, Gedisa.
- Dearing, J. i E. Rogers (1996) *Agenda-Setting*. Califòrnia, United Kingdom, New Delhi, Sage Publications.
- Fernández, T. i A. García (2001) *Medios de comunicación, sociedad y educación*. Cuenca, Colección Humanidades.
- Ferrés, J (1994) *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- Garcia, A. (2003) *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.
- Lipmann, W. (2003) *La opinión pública*. Madrid, Cuadernos de Langre.
- López, M. (1995) *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*. Barcelona, Paidós.
- McCombs, M. (2006) *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Paidós.
- Muñoz, J. (1998) *Televisión, Sociedad y educación*. Salamanca, Librería Cervantes.
- Obach, X. (1998) "L'anàlisi dels informatius de televisió" en Pati Manning. *Fòrum educació i televisió*, 7-10 de setembre de 1998, Barcelona.
- Pérez, J (1994) *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, Paidós.
- Potter, J. (1998) *Media Literacy*. United States of America, Sage Publications.
- Quivy, R. Van Campenhoudt, L. (2001) *Manual de recerca en ciències socials*. 2a edició. Barcelona, Herder.
- Rodríguez, R. (2004) *Teoría de la agenda-setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. España, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Soriano, J. (2007) *L'ofici de comunicòleg*. Vic, Eumo.

6.1 Articles

- Aguaded, J. (2005) "Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible" en *Comunicar*. Número 25, pp 51-55.
- Aranguren, F. Arguello, R. Bustamante, B. (2004) "Educación y televisión: una convergència creativa" en *Comunicar*. Número 22, pp 132-136.
- Arenas, A. (1995) "La televisión como herramienta didáctica" en *Comunicar*. Número 4, pp 57-60.

- Biasutto, M. (1995) "Noticia y mensaje: lectura e interpretación en los medios" en *Comunicar*. Número 4, pp 29-36.
- Cebrián, M. (1996) "Los informativos de la televisión y su tratamiento didáctico" en *Comunicar*. Número 6, pp 48-51.
- Clarembeaux, M. (2005) "Televisión y educación, una pareja al borde de un ataque de nervios" en *Comunicar*. Número 25, pp 346-348.
- D'Adamo, O. Freidenberg, F. García, V. (2000) "Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: un estudio empírico en Argentina" en *América Latina Hoy*. Número 25, Agost, pp 57-66.
- Domínguez, C. Schade, N. (2005) "El niño preescolar como telespectador" en *Comunicar*. Número 25, p 279.
- Ferrés, J. (1995) "Televisión, espectáculo y educación" en *Comunicar*. Número 4, pp 37-41.
- Garcia, A. (2005) "Por una televisión para la educación en sintonía multimedia" en *Comunicar*. Número 25, pp 33-44.
- Garcia, P. (1996) "Los niños y la televisión" en *Comunicar*. Número 6, pp 35-37
- Gómez, V. (2005) "¿Como es la televisión que tenemos?" en *Comunicar*. Número 25, pp 45-49.
- Jiménez, A. (2000) "La transmisión de los valores y la televisión" en *Comunicar*. Número 4, pp 89-96.
- Martínez, H. (2004) "La influencia de los medios de comunicación en el proceso de aprendizaje" en *Comunicar*. Número 22, pp 183-188.
- Masegosa, J. (2008) "Información en TV, los jóvenes también contamos" en *Comunicar*. Número 31, pp 367-369.
- McCombs, M (1996) "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo" en *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona, pp 13-34.
- McCombs, M. Evatt, D. (1995) "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting" en *Comunicación y Sociedad*. Volum VIII, número 1, pp 7-32.
- Medrano, C. Airbe, A. Palacios, S. (2010) "El perfil de consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación" en *Revista de Educación*. Número 352, pp 545-566.
- Peralta, I. (2005) "El televisor: la pantalla estrella" en *Comunicar*. Número 25, pp 193-195.

- Pérez, J. (2004) "TV educativo-cultural en España. Bases para un cambio de modelo" en *Fundación Alternativas*, pp 1-54.
- Pérez, J. (2005) "Hacia un nuevo concepto de educación en medios" en *Comunicar*. Número 24, pp 21-24.
- Pindado, J. (2005) "Lo ideal y lo real en TV: calidad, formatos y representación" en *Comunicar*. Número 25, pp 101-108.
- Reig, R. (2005) "Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes" en *Comunicar*. Número 5, pp 63-70.
- Rivera, D. Punín, M. Calva, D. (2013) "Agenda setting en medios ecuatorianos. Diarios: El Universo, El Mercurio, El Comercio y El Telégrafo" en *Revista Latina de Comunicación Social*. Número 68, pp 529-543.
- Rodríguez, J. i T. Sádaba (2007) "La construcción de la agenda de los medios. El debate del Estatut en la prensa española" en *Ámbitos*. Número 16, pp 187-211.
- Sánchez, J. (2008) "Telediario infantil: recurso para el aprendizaje en TV" en *Comunicar*. Número 31, pp 153-158.
- Semetko, H. i Valkenburg, P. (2000) "Framing european politics: a content analysis of press and television news" en *Journal of Communication*. Spring, pp 93-109.
- Shaw, D. i C. Long (1977) "News and the public response" en *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. West Publishing, pp 33-52.
- Walzer, A. (2005) "De una televisión educativa en general a una televisión educativa en sentido estricto" en *Comunicar*. Número 25, pp 342-346.

6.2 Webs

- <http://abelsuing.files.wordpress.com/2008/12/declaracion-mexico.pdf>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/correa_g_a/capitulo2.pdf
- <http://comunicacion2ucg.blogspot.com.es/2011/06/la-teoria-de-usos-y-gratificaciones.html>
- <http://edutec.rediris.es/documentos/1999/televis.htm>
- http://elpais.com/diario/2004/04/28/radiotv/1083103202_850215.html
- <http://ijnet.org/es/stories/la-alfabetizacion-mediatica-en-la-era-digital>
- <http://jeugdjournaal.nl/>
- <http://queaprendemoshoy.com/la-agenda-setting-o-como-los-medios-manegan-la-informacion/>

- <http://rodrigodelolmo.wordpress.com/2012/01/17/establecimiento-de-la-agenda-o-agenda-setting/>
- <http://sociedadhibrida.blogspot.com.es/2008/10/la-teora-del-establecimiento-de-la.html>
- <http://tvinfancia.es/tvinfancia/sites/default/files/codigo.pdf>
- <http://tvinfancia.es/tvinfancia/sites/default/files/criterios.pdf>
- <http://web.ua.es/es/comunicacioneinfancia/documentos/doc-grupo-invest/articulos/indicadores-de-calidad-en-los-contenidos-audiovisuales-en-television-dirigidos-a-la-infancia.pdf>
- <http://www.bbc.co.uk/newsround/>
- http://www.cis.es/cis/opencm/ES/2_bancodatos/estudios/ver.jsp?estudio=1377
- http://www.eldiario.es/catalunyaplural/diarieducacio/fdsfdfs_6_176442389.html
- <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/06/15/television/1371296613.html>
- <http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/13-comunicacio/20-comunicacio/720020-linfo-k-es-material-didactic.html>
- <http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=253&lang=es>
- <http://www.janquim.cat/2013/09/17/els-nens-de-linfo-k/>
- <http://www.nodo50.org/ameco/DocuInfantil.pdf>
- http://www.oei.es/tic/guia_TV_v9.pdf
- <http://www.rebelion.org/hemeroteca/medios/040524tp.htm>
- <http://www.super3.cat/infok/>
- http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html
- <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/taller-virtual-de-television/informe-marco.pdf>
- https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Television_infantil_y_menores_de_6_a_os.pdf

7. Annex

7.1 Taula de continguts temàtica

Dia	Secció	Durada	Gènere	Tema	Subtema	Contingut
Dilluns 04/11/2013	Notícies diàries	2:41	Notícia	Ciència	Astronomia	Eclipsi solar
	Notícies diàries	2:36	Notícia	Societat	Cooperació	Dos nens funden una ONG
	Els clips	0:40	Notícia	Societat	Moda	Concurs mundial de barbes i bigotis
	Els clips	0:50	Notícia	Cultura	Literatura	Saló del manga
	Els clips	0:46	Notícia	Cultura	Música	Rècord de vendes disc del club Super 3
	Notícies diàries	1:52	Reportatge	Ciència	Astronomia	Descobriments d'estrelles supernova
	El temps	0:34	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:15	Clip	Cultura	Música	Videoclip One Direction
Dimarts 05/11/2013	Notícies diàries	2:00	Notícia	Societat	Educació	Xerrada a escoles sobre ciència
	Notícies diàries	0:44	Notícia	Ciència	Astronomia	Descobriments de nous planetes
	Notícies diàries	0:38	Notícia	Ciència	Astronomia	Enviament d'un coet a Mart
	Notícies diàries	2:02	Notícia	Cultura	Fotografia	Llibre de fotografies des de l'espai
	Notícies diàries	2:15	Reportatge	Esports	Kitesurf	Gisela Pulido campiona del món
	El temps	0:37	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:26	Clip	Cultura	Música	Videoclip Les Oques Grasses
Dimecres 06/11/2013	Notícies diàries	2:30	Notícia	Política	Espanya	Tancament de RTVV
	Notícies diàries	1:46	Notícia	Esports	Tennis taula	Concurs de piruetes de tennis taula

	Notícies diàries	2:49	Reportatge	Societat	Estils de vida	Infantesa d'una nena al continent Africà
	El temps	0:35	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	Notícies diàries	1:14	Noticia	Ciència	Astronomia	Mida dels planetes respecte la terra
Dijous 07/11/2013	Notícies diàries	3:14	Reportatge	Ciència	Geologia	Expominer i xerrada sobre minerals
	Els clips	0:42	Noticia	Ciència	Zoologia	Dos tigres aprenen a nedar
	Els clips	0:38	Noticia	Ciència	Zoologia	Tornada al mar de tortugues marines
	Notícies diàries	1:03	Noticia	Ciència	Zoologia	Població estable de Llúdrigues a l'Ebre
	Notícies diàries	2:37	Reportatge	Cultura	Música	Fira Mediterrània i concert dels Violiles
	El temps	0:36	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:20	Clip	Cultura	Música	Videoclip Via Límit
Divendres 08/11/2013	Notícies diàries	2:14	Entrevista	Societat	Estils de vida	Infantesa d'una nena al Pakistan
	Notícies diàries	0:50	Noticia	Cultura	Teatre	Festival internacional de titelles
	La proposta	2:56	Reportatge	Cultura	Teatre	El Petit Príncep
	L'entrevista	2:43	Entrevista	Cultura	Música	Free Fall Band
	El temps	1:00	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
Dilluns 11/11/2013	Notícies diàries	2:22	Noticia	Internacional	Desastre natural	Tifó a les Filipines
	Notícies diàries	0:50	Noticia	Societat	Medi ambient	Conseqüències del canvi climàtic
	Els clips	0:32	Noticia	Esports	Atletisme	La cursa de la dona a Barcelona

	Els clips	0:54	Notícia	Cultura	Música	Entrega de premis MTV
	Notícies diàries	2:16	Reportatge	Esports	Motociclisme	Marc Márquez campió del món
	Notícies diàries	1:36	Reportatge	Esports	Motociclisme	Viñales i Espargaró campions del món
	El temps	0:33	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	Notícies diàries	1:03	Notícia	Cultura	Literatura	Efemèride Miquel Martí i Pol
Dimarts 12/11/2013	Notícies diàries	2:00	Notícia	Societat	Medi ambient	Incendi al Baix Empordà
	Notícies diàries	1:35	Reportatge	Societat	Educació	Escoles tancades a causa de l'incendi
	Els clips	0:40	Notícia	Tecnologia	Robòtica	Fira de robots a Tòquio
	Els clips	0:35	Notícia	Tecnologia	Robòtica	Robot que juga a pedra, paper i tisora
	Notícies diàries	1:13	Notícia	Societat	Educació	Jornades sobre diversitat i drets humans
	Notícies diàries	2:42	Reportatge	Cultura	Pintura	Plom Gallery a Gràcia
	Notícies diàries	1:17	Notícia	Cultura	Pintura	Exposició de quadres per nens
Dimecres 13/11/2013	Notícies diàries	0:45	Notícia	Societat	Medi ambient	Control de l'incendi al Baix Empordà
	Notícies diàries	2:28	Reportatge	Política	Espanya	Resolució del cas Prestige
	Els clips	0:32	Notícia	Cultura	Pintura	Subhasta del quadre més car del món
	Els clips	0:55	Notícia	Esports	Hípica	Salt de tanques amb poni
	Notícies diàries	3:00	Reportatge	Cultura	Música	Grup de gospel Amazing Kids
	Notícies diàries	0:48	Notícia	Societat	Educació	Xerrada de l'Info K a l'escola

	El temps	0:32	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:23	Noticia	Cultura	Fotografia	Col·lecció d'imatges de tribus
Dijous 14/11/2013	Notícies diàries	1:40	Noticia	Internacional	Guerra	Conseqüències de la guerra a Síria
	La idea	2:06	Reportatge	Societat	Cooperació	Lluita contra l'esclavitud infantil
	Els clips	0:30	Noticia	Internacional	Estats Units	Rècord d'altura de la Torre de la Llibertat
	Els clips	0:28	Noticia	Ciència	Zoologia	L'espècie de les Saoles
	Els clips	0:47	Noticia	Esports	Jocs Olímpics	Foment de l'esport entre la ciutadania
	Notícies diàries	2:32	Reportatge	Cultura	Cinema	Filmets Badalona Film Festival
	Notícies diàries	0:34	Noticia	Cultura	Música	Concert de Bruno Mars
	El temps	0:42	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:10	Noticia	Cultura	Pintura	Quadres amb elements quotidians
Divendres 15/11/2013	La proposta	2:52	Reportatge	Cultura	Teatre	Moby Dick
	Notícies diàries	2:40	Noticia	Ciència	Zoologia	Noves espècies de cavalls de mar
	L'entrevista	2:48	Entrevista	Cultura	Música	Joan Dausà
	El temps	0:44	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
Dilluns 18/11/2013	Notícies diàries	0:35	Noticia	Ciència	Geologia	El volcà Etna en erupció
	Notícies diàries	2:26	Reportatge	Cultura	Literatura	Publicació del llibre Dents de lleó
	Els clips	0:40	Noticia	Societat	Oci	Trobada per la sort de La Bruixa d'Or

	Els clips	0:39	Notícia	Esports	Patinatge	Olot campió del món
	Notícies diàries	2:36	Reportatge	Esports	Motociclisme	Cervera celebra el títol de Márquez
	Notícies diàries	1:48	Entrevista	Esports	Motociclisme	Marc Márquez i Àlex Márquez
	El temps	0:37	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	0:26	Notícia	Cultura	Cinema	Efemèride Mickey Mouse
Dimarts 19/11/2013	Notícies diàries	0:54	Notícia	Internacional	Desastre natural	Petit cicló a Sardenya
	Notícies diàries	2:50	Reportatge	Societat	Educació	Xerrada sobre visió i aprenentatge
	Els clips	0:50	Notícia	Cultura	Música	Trobada d'instruments de corda fregada
	Els clips	0:33	Notícia	Esports	Atletisme	Cursa d'obstacles a Londres
	Notícies diàries	2:12	Reportatge	Cultura	Música	Copa Lotus guanyadors del Sona 9
	El temps	0:43	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:17	Notícia	Ciència	Zoologia	Naixement de tortugues marines
Dimecres 20/11/2013	Notícies diàries	3:43	Reportatge	Internacional	Drets humans	Dia mundial de la infància
	Notícies diàries	0:25	Notícia	Tecnologia	Ordinadors	Canvi d'imatge de Google pels nens
	Notícies diàries	2:56	Reportatge	Societat	Estils de vida	Infantesa de diversos nens arreu del món
	El temps	0:38	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	Notícies diàries	0:54	Notícia	Esports	Futbol	Leo Messi rep la Bota d'Or
	La contra	1:57	Notícia	Societat	Estils de vida	Infantesa de personatges famosos

Dijous 21/11/2013	Notícies diàries	2:37	Reportatge	Tecnologia	Invents	Celebració del concurs Mini Miba
	Notícies diàries	2:12	Reportatge	Ciència	Astronomia	Estació Espacial Internacional
	Els clips	0:37	Notícia	Cultura	Escultura	Museu egipci del Regne Unit
	Els clips	0:45	Notícia	Cultura	Televisió	Premi Ondas a Pulseres Vermelles
	Notícies diàries	0:32	Notícia	Ciència	Geologia	Formació d'una illa a Tòquio
	Notícies diàries	1:07	Notícia	Societat	Oci	Inauguració de la pista de gel
	Notícies diàries	0:38	Notícia	Cultura	Música	Les Macedònia estrenen videoclip
	El temps	0:37	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	0:54	Notícia	Cultura	Fotografia	Millors fotografies de l'any sobre animals
Divendres 22/11/2013	Notícies diàries	2:40	Reportatge	Cultura	Música	Els Via Límit
	La proposta	1:56	Reportatge	Cultura	Cinema	El meu primer festival
	L'entrevista	4:05	Entrevista	Esports	Esquí	Kilian Jornet
	El temps	0:48	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
Dilluns 25/11/2013	Notícies diàries	2:00	Reportatge	Societat	Educació	Xerrada sobre la violència de gènere
	Notícies diàries	1:32	Notícia	Ciència	Geologia	Formació d'icebergs a l'Antàrtida
	Els clips	0:53	Notícia	Esports	Atletisme	Cursa popular Jean Bouin
	Els clips	0:38	Notícia	Esports	Futbol	Debut d'Adama Traoré
	Notícies diàries	1:14	Notícia	Ciència	Arqueologia	Descobriments de dinosaures

	Notícies diàries	1:34	Reportatge	Ciència	Zoologia	Efemèride Floquet de neu
	Notícies diàries	0:51	Noticia	Ciència	Astronomia	Cometa Ison dins el Sistema Solar
	El temps	0:35	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	Notícies diàries	1:18	Noticia	Societat	Estils de vida	Anunci que trenca estereotips
Dimarts 26/11/2013	Notícies diàries	2:55	Reportatge	Societat	Educació	Telèfon d'emergències 112
	Notícies diàries	0:51	Noticia	Cultura	Literatura	Resolució d'un enigma
	Notícies diàries	2:01	Noticia	Ciència	Zoologia	Rànquing dels animals més influents
	L'entrevista	3:23	Entrevista	Cultura	Música	Macedònia
	El temps	0:34	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:14	Clip	Cultura	Música	Actuació Macedònia
Dimecres 27/11/2013	Notícies diàries	2:10	Reportatge	Societat	Estils de vida	Infantesa de nens a Síria
	Notícies diàries	1:42	Entrevista	Esports	Motociclisme	Jorge Lorenzo
	Notícies diàries	2:40	Reportatge	Societat	Medi ambient	Captació de sons a l'entorn natural
	Notícies diàries	0:45	Noticia	Societat	Medi ambient	La neu arriba a Catalunya
	El temps	0:30	Noticia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:15	Noticia	Esports	Io-io	Campionat del món
Dijous 28/11/2013	Notícies diàries	0:52	Noticia	Societat	Educació	La llei LOMCE
	Notícies diàries	2:39	Reportatge	Ciència	Arqueologia	Expedició dins d'una cova

	Notícies diàries	0:42	Notícia	Societat	Medi ambient	Remolí de gel sobre un riu
	Els clips	0:41	Notícia	Tecnologia	Ordinadors	Sistema que reproduïx el moviment
	Els clips	0:55	Notícia	Esports	Esquí	Wakeboard a glaceres
	Notícies diàries	2:21	Reportatge	Cultura	Música	Antònia Font es separa
	Notícies diàries	0:49	Notícia	Ciència	Astronomia	Futur del cometa Ison
	El temps	0:27	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:27	Notícia	Societat	Estils de vida	Reportera que serà mare
Divendres 29/11/2013	La proposta	2:50	Reportatge	Cultura	Teatre	Un conte de Nadal
	Notícies diàries	1:20	Notícia	Societat	Cooperació	Gran recapte d'aliments
	Notícies diàries	1:24	Notícia	Cultura	Cinema	Estrena de Frozen
	Notícies diàries	0:52	Notícia	Societat	Cooperació	El disc de La Marató
	L'entrevista	2:39	Entrevista	Cultura	Música	Núria Graham
	El temps	0:34	Notícia	Meteorologia	Medi ambient	Previsió meteorològica
	La contra	1:21	Clip	Cultura	Música	Actuació Núria Graham

7.1.1 Llibre de codis

Gènere:

- Clip: Curtmetratge musical que ofereix una representació visual d'una cançó i busca promocionar un artista.
- Entrevista: Diàleg entre el presentador i una o més persones, generalment vinculades a l'actualitat, que expliquen les seves vivències i opinions mentre contesten a les preguntes que se'ls hi formulen.

- Notícia: Relat d'un text informatiu, la funció bàsica del qual és explicar la màxima informació en relació a un fet d'actualitat, en el menor temps i espai possible. Busca la major eficàcia comunicativa, motiu pel qual utilitza un estil clar i directe que facilita la seva comprensió.
- Reportatge: Narració ampliada, exhaustiva i documentada d'un succés que pot no estar lligat a l'actualitat. Permet profunditzar en les causes i conseqüències d'un tema, i ofereix una major contextualització a través de la consulta a diverses fonts d'informació.

Tema i subtema:

- Ciència: Notícies sobre els diferents àmbits de coneixement ordenat i experimentat, de sabers aconseguits a través de l'aplicació del mètode científic.
 - Arqueologia: Estudi dels canvis físics que es produeixen des de la societats antigues fins a les actuals, a través de restos materials distribuïts en l'espai geogràfic i conservats a través del temps.
 - Astronomia: Ciència que s'ocupa de la investigació dels cossos celestes de l'univers. Inclou informació sobre els planetes, satèl·lits, cometes, estrelles i galàxies, entre d'altres.
 - Geologia: Analitza la composició material i l'estructura interna i externa de la terra, així com els processos pels quals ha anat evolucionant al llarg dels anys des del seu origen.
 - Zoologia: Disciplina de la biologia que s'encarrega de l'estudi dels animals i del seu entorn.
- Cultura: Continguts vinculats amb representacions artístiques que són resultat de l'intel·lecte dels humans.
 - Cinema: Celebració de festivals, efemèrides i estrenes de pel·lícules a la gran pantalla.
 - Escultura: Exposicions de l'art de modelar, tallar i esculpir figures a partir d'un material qualsevol, tant en l'antiguitat com actualment.
 - Fotografia: Informacions vinculades al món de les imatges, ja siguin per explicar situacions, transmetre emocions o commemorar actes.
 - Literatura: Aspectes relacionats amb la publicació de llibres i l'univers de les paraules, així com la divulgació dels autors que en formen part.
 - Música: Temes vinculats amb les cançons, així com el reconeixement dels seus artistes a través d'entregues de premis o rècords de vendes.
 - Pintura: Dóna a conèixer exposicions i galeries de quadres, així com la seva compravenda mitjançant subhastes o altres mecanismes.

- Teatre: Presentació i explicació de les obres representades en un escenari davant el públic.
- Televisió: Fets de l'aparell entès com al consum cultural de la població. Premis i reconeixements a les sèries i programes que en formen part.
- Economia: Notícies relacionades amb el món empresarial i comercial, així com amb la borsa, les finances, i els diferents mercats.
- Esports: Informacions de diverses competicions i entrenaments que exigeixen un esforç físic i mental per part de qui les practica.
 - Esquí: Esport de muntanya que consisteix en lliscar per la neu a gran velocitat.
 - Futbol: Joc practicat entre dos equips d'onze jugadors cadascun, que es disputen una pilota amb els peus i intenten introduir-la en la porteria contrària seguint unes normes determinades.
 - Hípica: Modalitat que es realitza muntant a cavall i consta de carreres, salts d'obstacles, doma i altres varietats.
 - Io-io: Competició que utilitza un disc al qual s'enrotlla un cordó per a fer-lo baixar i pujar alternativament amb habilitat a través de sacsejades.
 - Jocs Olímpics: Esdeveniment internacional multidisciplinari que es celebra cada quatre anys. Els esportistes d'arreu del món competeixen entre sí per aconseguir medalles d'or, plata i bronze.
 - Kitesurf: Modalitat de navegació que consisteix en utilitzar un estel de tracció que està subjecte a l'esportista, fet que el permet lliscar sobre l'aigua realitzant diverses piruetes.
 - Motociclisme: Campionat format per diferents carreres de motos que guanya qui aconsegueix completar la distància del circuit amb el menor temps possible.
 - Patinatge: Competició que consisteix en lliscar ràpidament sobre una superfície plana, ja sigui sobre gel o sobre terra, fent piruetes.
 - Tennis taula: Joc de raqueta que enfronta a dos jugadors situats cadascun a una banda d'una taula dividida transversalment per una xarxa. Consisteix a fer passar una pilota d'una banda a l'altre de manera que l'adversari no la pugui tornar.
- Internacional: Recull dels fets que passen a l'estranger, és a dir, de notícies d'arreu del món.
 - Desastre natural: Grans pèrdues humanes i materials ocasionades per fenòmens naturals com els terratrèmols, inundacions, tsunamis o tifons, entre d'altres.

- Drets humans: Conjunt de facultats que garanteixen una vida digna a qualsevol persona pel simple fet de la seva condició humana.
- Estats Units: Vídeos que tenen el país americà com a centre dels diferents temes que tracten.
- Guerra: Causes i conseqüències humanes i materials del conflicte armat entre dos governs o societats amb interessos contraris.
- Meteorologia: Continguts relacionats amb la previsió del temps, així com amb l'estat de l'atmosfera i els fenòmens que s'hi produeixen.
- Política: Parlaments i decisions preses per presidents, alcaldes o representants de la ciutadania, així com la repercussió que aquestes tenen en la societat.
 - Espanya: Recull de l'actualitat política que afecta al país.
- Societat: Fets protagonitzats per l'home a la seva vida en comunitat. També agrupació de tot allò que no té cap catalogació específica.
 - Cooperació: Iniciatives o actes benèfics on col·laboren diverses persones amb l'objectiu de millorar alguna situació considerada injusta.
 - Educació: Recopilació de notícies referides al món de l'ensenyament. Conferències, classes i legislació que afecta l'aprenentatge dels nens.
 - Estils de vida: Forma o manera particular com una persona decideix viure. S'expressa a través de comportaments, de costums quotidians i mitjançant les relacions amb l'entorn.
 - Medi ambient: Successos en l'entorn natural que condicionen i influeixen les circumstàncies de vida de la societat.
 - Moda: Informacions relacionades amb les tendències estètiques del moment, que estan vigents però acostumen a ser passatgeres.
 - Oci: Activitats que els humans realitzen en el seu temps lliure.
- Tecnologia: Conjunt d'innovacions tècniques orientades a satisfer les necessitats i comoditats dels humans i, per tant, millorar-ne la vida.
 - Invents: Imaginació i creació de noves eines en diferents camps.
 - Ordinadors: Continguts vinculats amb el món de la informàtica i de la programació.
 - Robòtica: Enginyeria que s'ocupa del disseny i confecció de màquines que poden substituir els humans en la realització de diferents tasques.

7.2. Taula de continguts eina educativa

Dia	Múltiples veus		Multicultural		Participació		Identificació		Claredat		Encodificació		Conducta		Naturalesa		Conflictivitat		Sexualitat	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Dilluns 04/11/2013	X 1 adult i 1 nena		X àfrica			X	X		X definició i explicació		X			X		X		X		X
	X 1 adult, 1 nen i 1 nena		X estats units		X combatre injustícies		X		X definició i traducció		X infografia		X solidaritat i cooperació		X protecció animals		X interessos govern			X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X	X anar al saló		X		X		X			X		X		X		X
		X		X	X comprar cd		X		X		X			X		X		X		X
	X 1 adult i 1 nen		X canadà		X mirar cel		X		X definició i traducció		X infografia		X investigació i superació			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
Dimarts 05/11/2013		X		X		X		X	X traducció		X			X		X		X		X
	X 1 adult, 3 nens i 2 nenes			X	X inventar eines		X		X		X		X solidaritat i responsabilitat			X		X		X
		X		X	X web			X	X definició		X infografia			X		X		X		X
		X	X índia			X		X	X		X			X		X		X		X
		X	X món			X		X	X definició i traducció		X			X	X protecció planeta			X		X
	X 1 adult i 1 nena			X	X web		X		X definició i traducció				X esforç i sacrifici			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
Dimecres 06/11/2013		X		X		X		X dibuixos valència		X definició		X			X		X interessos govern			X
	X 2 adults			X	X jugar			X	X		X			X		X		X		X
	X 1 adult i 1 nena		X tribus àfrica		X web		X		X traducció		X		X tolerància i empatia		X protecció animals i natura			X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
Dijous 07/11/2013	X 2 adults, 1 nen i 6 nenes			X	X experiment a casa		X		X definició		X			X	X protecció minerals			X		X
		X	X estats units			X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X	X protecció animals			X		X
	X 2 adults			X		X		X	X		X			X	X protecció animals			X		X
	X 1 adult i 2 nenes			X	X anar a una fira		X		X definició		X		X superació i esforç			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
Divendres 08/11/2013	X 1 adult i 1 nena		X pakistan		X web		X		X traducció		X		X tolerància i igualtat			X	X amenança de mort			X
		X		X	X web i espectacle		X		X		X			X		X		X		X
	X 2 adults, 3 nens i 1 nena			X	X anar a espectacle		X		X conte		X		X tolerància i respecte			X		X		X
	X 1 adult i 2 joves			X	X comprar cd		X		X		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X

Dilluns 11/11/2013		X	X filipines			X		X	X definició		X infografia			X	X protecció natura			X		X
		X		X		X		X	X		X			X	X canvi climàtic			X		X
		X		X		X	X		X		X		X solidaritat i cooperació			X		X		X
		X		X		X		X	X definició		X			X		X		X		X
	X 2 adults, 1 nen i 1 nena			X		X	X		X		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
	X 1 adult i 1 jove			X		X		X	X definició		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
Dimarts 12/11/2013	X 4 nens i 6 nenes			X	X comprar llibre		X		X		X			X		X		X		X
		X		X		X	X		X definició		X infografia			X	X protecció natura			X		X
	X 1 adult, 3 nens i 3 nenes			X		X	X		X		X		X solidaritat i cooperació		X protecció natura			X		X
		X	X japó			X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
	X 1 adult, 1 nen i 1 nena		X món		X jugar		X		X		X		X igualtat i respecte			X		X		X
	X 2 adults, 2 nens i 5 nenes			X	X visitar galeria i web		X		X definició		X			X		X		X		X
Dimecres 13/11/2013		X		X	X comprar quadre			X	X		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X definició		X			X	X protecció natura			X		X
		X		X	X experiment a casa			X	X definició		X infografia			X	X protecció animals i natura		X resolució prestige			X
		X		X		X		X	X definició		X			X		X		X		X
		X		X		X	X		X		X			X		X		X		X
	X 1 jove, 2 nens i 2 nenes			X		X	X		X definició		X		X amistat i empatia			X		X		X
		X		X	X web		X		X		X infografia			X		X		X		X
Dijous 14/11/2013		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X 1 adult i 1 nena		X síria		X web		X		X definició		X		X solidaritat i cooperació			X		X esclavitud		X
		X		X		X		X	X definició		X			X		X		X atemptat		X
		X		X		X		X	X definició		X			X	X protecció animals			X		X
		X	X rússia			X		X	X		X			X		X		X		X
	X 1 adult, 1 nena i 2 nenes			X	X anar a espectacle		X		X definició		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
Divendres 15/11/2013		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X 3 adults, 1 nen i 1 nena			X	X anar a espectacle		X		X		X infografia			X		X		X		X
	X 2 adults			X	X anar a aquarium			X	X definició		X			X	X protecció animals			X	X reproducció cavallets	
	X 2 adults			X	X jugar			X	X		X			X		X		59x		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X

Dilluns 18/11/2013		X	X itàlia			X		X	X definició		X			X		X		X		X
	X 1 adult, 4 joves, 1 nen i 1 nena			X	X comprar llibre i web		X treball a classe		X		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
		X		X		X		X	X definició		X			X		X		X		X
		X		X		X	X		X		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
	X 1 adult, 6 nens i 4 nenes			X		X	X		X definició		X		X admiració i estima			X		X		X
	X 1 adult i 2 joves			X	X web			X	X		X		X amistat i empatia			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
Dimarts 19/11/2013		X	X sardenya			X		X	X definició		X infografia			X	X protecció natura			X		X
	X 2 adults i 3 nenes			X	X experiment a casa		X		X		X		X		X		X		X	
	X 1 adult i 1 nen			X		X	X		X definició		X		X		X		X		X	
		X	X londres			X		X	X		X		X		X		X		X	
	X 4 adults			X		X		X	X		X		X		X		X		X	
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X	X mèxic			X		X	X	X		X		X	X protecció animals			X		X	
Dimecres 20/11/2013	X 1 adult, 2 nens i 4 nenes		X món			X	X		X definició		X infografia		X igualtat i respecte			X	X problemes dels nens			X
		X	X món			X	X		X definició		X		X igualtat i pluralisme			X		X		X
		X	X món			X	X		X traducció		X		X solidaritat i esforç			X	X problemes dels nens			X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X 2 adults			X		X		X	X definició		X			X		X		X		X
	X		X		X		X	X	X		X		X		X		X		X	
Dijous 21/11/2013	X 1 adult, 2 nens i 4 nenes			X		X	X		X definició		X		X intel·ligència i innovació			X		X		X
		X		X	X web			X	X definició		X infografia			X		X		X		X
		X	X regne unit			X		X	X		X			X		X		X		X
	X 2 adults			X		X	X		X		X		X superació i sacrifici			X		X		X
		X	X japó			X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X	X anar a pista de gel			X	X		X			X	X pista poc ecològica			X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X	X interessos govern			X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X	X món			X		X	X		X			X	X protecció animals			X		X	
Divendres 22/11/2013	X 1 adult i 5 joves			X	X web		X		X		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
	X 1 adult, 3 nens i 1 nena		X món		X anar a un festival		X		X definició		X			X		X		X		X
	X 2 adults			X	X web			X	X		X		X il·lusió i autenticitat		X protecció natura			X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X

Dilluns 25/11/2013	X 1 adult i 6 noies			X		X	X		X definició i traducció		X		X igualtat i respecte			X	X violència de gènere			X
		X	X antàrtida			X		X	X definició		X infografia			X		X		X		X
	X 1 adult, 1 nen i 1 nena			X		X	X		X definició		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
	X 1 adult i 1 jove		X àfrica			X		X	X		X			X		X		X		X
		X	X estats units			X		X	X definició		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X definició		X			X	X protecció animals			X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
Dimarts 26/11/2013	X 2 adults i 1 nen			X	X trucar 112		X		X		X		X intel·ligència i paciència			X		X		X
	X 2 adults			X	X resoldre enigma			X	X		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X	X protecció animals			X		X
	X 1 adult i 5 nenes			X	X comprar cd		X		X		X		X esforç i sacrifici			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X 1 adult i 5 nenes			X		X		X	X		X			X		X		X		X
Dimecres 27/11/2013	X 2 adults, 2 nens i 1 nena		X síria			X	X		X definició i traducció		X infografia		X superació i solidaritat			X	X guerra			X
	X 1 jove i 5 nens			X		X	X		X		X			X		X		X		X
	X 2 adults, 2 nens i 3 nenes			X	X web i visitar delta		X		X definició		X		X interès i investigació		X protecció animals i natura			X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
		X	X japó			X	X		X		X		X esforç i superació			X		X		X
Dijous 28/11/2013		X		X		X		X	X definició		X			X		X	X interessos govern			X
	X 2 adults i 3 nens			X		X	X		X definició		X		X interès i investigació			X		X		X
		X	X estats units			X		X	X definició		X			X		X		X		X
		X	X estats units			X		X	X		X infografia			X		X		X		X
		X		X		X		X	X definició		X			X		X		X		X
	X 3 adults i 1 nen			X		X		X	X		X			X		X		X		X
		X		X	X mirar cel			X	X		X infografia			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
		X		X		X		X	X		X			X		X		X		X
Divendres 29/11/2013	X 1 adult, 2 nens i 1 nena			X	X anar a espectacle		X		X		X infografia		X responsabilitat i esforç			X		X		X
	X 1 adult, 1 nen i 3 nenes			X	X web		X		X definició		X		X solidaritat i cooperació			X		X		X
		X		X	X anar a espectacle			X	X		X			X		X		X		X
		X		X	X comprar cd			X	X definició		X			X		X		X		X
	X 1 adult i 1 jove			X		X	X		X		X		X esforç i superació			X		X		X
		X		X		X		X	X		X infografia			X		X		X		X
	X 1 adult i 1 jove			X		X	X		X		X			X		X		X		X

Amb totes les unitats d'anàlisi:

	Múltiples veus		Multicultural		Participació		Identificació		Claredat	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Unitats	55	84	34	105	43	96	53	86	139	0
%	39,6	60,4	24,5	75,5	30,9	69,1	38,1	61,9	100,0	0,0

Encodificació		Conducta		Naturalesa		Conflictivitat		Sexualitat	
Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
139	0	39	100	22	117	13	126	1	138
100,0	0,0	28,1	71,9	15,8	84,2	9,4	90,6	0,7	99,3

Sense la secció *El Temps* (en gris a la taula):

Sense "El Temps"	Múltiples veus		Multicultural		Participació		Identificació		Claredat	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
Unitats	55	65	34	86	43	77	53	67	120	0
%	45,8	54,2	28,3	71,7	35,8	64,2	44,2	55,8	100,0	0,0

Encodificació		Conducta		Naturalesa		Conflictivitat		Sexualitat	
Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
120	0	39	81	22	98	13	107	1	119
100,0	0,0	32,5	67,5	18,3	81,7	10,8	89,2	0,8	99,2

7.2.1 Llibre de codis

- Claredat: Idees presentades seguint un ordre lògic, sense interrupcions o materials externs que puguin interrompre el missatge.
- Conducta: Descripció positiva dels comportaments infantils, amb l'objectiu d'impulsar valors com la solidaritat, la igualtat, la cooperació i el respecte.
- Conflictivitat: Informació amb càrrega de violència, on la temàtica relacionada amb els enfrontaments no es limita a petits conflictes de nens que es resolen de manera positiva.
- Encodificació: Contingut presentat amb un estil verbal i visual que s'entén fàcilment i, per tant, és senzill de memoritzar. Fa referència a la forma en la qual es transmeten els missatges.
- Identificació: Notícies que permeten que els nens estableixin relacions de semblança amb els personatges protagonistes.
- Multicultural: Promoció de cultures externes a la pròpia del país.
- Múltiples veus: Idees presentades a partir de les vivències i les opinions de diverses persones que participen a la notícia.
- Naturalesa: Foment del respecte i la protecció del medi ambient.
- Participació: Contingut que guia a l'audiència a dur a terme un consum actiu de la televisió i, en conseqüència, intervenir des de casa seva.
- Sexualitat: Explicació d'informació relacionada amb la reproducció dels humans o dels animals.

