

Children's news

Topics, information quality and audience reception
around *Newsround*, *Logo* and *Info K*

Marta Narberhaus Martínez

TESI DOCTORAL UPF/2016

DIRECTORA DE LA TESI:

Dra. Mònica Figueras Maz

DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ



Children's news

Topics, information quality and audience reception
around *Newsround*, *Logo* and *Info K*
2016

by Marta Narberhaus Martínez
is licensed under a Creative Commons

[Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) License.

El contingut d'aquesta tesi pot utilitzar-se sota llicència Creative Commons
[Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

The main language of this work is Catalan,
with Introduction and Conclusions in English.

For further information in English, German or Spanish contact the autor
marta.narberhaus@periodistes.org.

Aquesta tesi doctoral ha estat realitzada amb el suport de la Beca Predoctoral
per a la Formació de Personal Investigador (Beca PIF) del
Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona.

*To every “citizen to be”.
A tots els nens i nenes del món.*

Agraïments

Molts periodistes estem acostumats a treballar fent esprints. La feina sovint és per l'endemà, a vegades per d'aquí a unes hores, per ja, o fins i tot per ahir. Com a docent, la meva experiència ha estat - tirant molt llarg - de treballar d'un curs per a l'altre. Aquesta tesi, però, ha estat una veritable carrera de fons. Un esforç monumental en molts sentits, que s'ha allargat uns quants anys, però un esforç apassionant, del qual només puc dir que he après moltíssim. En aquesta carrera de fons estaràs sola, et diuen, però jo m'he sentit molt ben acompanyada en tot moment, en cadascun dels trams de la muntanya russa en què es transforma el camí de la tesi a mida que va avançant. És impossible plasmar l'enorme agraïment que sento per tanta gent en aquestes poques línies, però vull, si més no, intentar anomenar a aquells que d'una manera o d'una altra m'han acompanyat en aquesta carrera de fons. En tota, en algun trosset, activament o en la distància, perquè sense aquestes persones aquesta tesi no hagués arribat a veure la llum.

En primer lloc vull agrair a la Mònica Figueras que acceptés ser la directora d'aquest projecte, per arriscar-se amb mi i seguir el meu ritme, pels seus consells i ànims quan han fet falta.

Als grans professionals de la informació amb qui vaig poder treballar a la ràdio i a la televisió, per transmetre'm la seva inquietud per la qualitat informativa i per l'ètica periodística que van semblar la llavor d'aquest projecte. Amb aquesta inquietud vaig tornar a la universitat, i no puc més que agrair al Salvador Alsius la seva confiança, sense la qual segurament no hauria agafat el camí de la docència i la recerca.

Gràcies també al Departament de Comunicació de la UPF per la beca que m'ha permès realitzar aquesta feina. A les Secretaries de la Facultat i el Departament i al personal del CRAI de Poblenou, per tota l'ajuda i el suport rebuts durant aquests anys. Als membres del grup de recerca CAS i als del GRP, i molt especialment a l'equip del projecte TRIP, per tot el que hi he pogut aprendre.

A la Núria Almiron, el Marcel Mauri, la Ruth Rodríguez, la Pilar Medina, el Carles Singla, el Josep Roviroso, el Manolo Lamas, l'Olga Lamas, per les estones de treball compartides, per deixar-me aprendre al seu costat, pel seu interès per la meva feina i també per obrir-me els ulls a nous interessos de recerca. Als professors, professores i tècnics

del Taller Integrat de Periodisme, per tantes hores compartides a la redacció. Als meus companys i amics Ariadna Fernandez, Xavier Ramon, Francesc Salgado, Irene da Rocha, Albert Elduque i Fabiola Alcalà, per tots els bons moments, i per no deixar-me mai tirar la tovallola! Al Jordi, pel seu valuós cop de mà des del Regne Unit. I també a la Laura Saus, pel temps del Màster i els cafès robats.

De l'entorn universitari no puc deixar d'anomenar la gent amb qui vaig coincidir a la School of Journalism, Media and Cultural Studies de Cardiff, thanks Cindy Carter, Lucy Bennet and Juliane Lischka. I als membres de l'Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung de la LMU-München, ins besondere vielen Dank Claudia Riesmeyer, Senta Pfaff-Rüdiger, Felix Frey, Andrea Kloss und Clarissa Schöller!

He de donar les gràcies també pels ajuts COFRE del Departament de Comunicació de la UPF i els ajuts Erasmus+ per a PDI de la Comissió Europea que van contribuir a finançar part de les estades de recerca realitzades per dur a terme la tesi.

A la Irmhild Kessler, per la seva acollida a München, i també per les seves valuoses correccions i comentaris.

Un gràcies molt especial el dec als veritables protagonistes d'aquesta recerca: als nens i nenes que han participat en els grups de discussió. L'entusiasme i sinceritat màxima que han després en cada sessió m'han omplert d'eufòria, carregat d'energia positiva i m'han reafirmat en la idea de que aquest treball – amb totes les seves limitacions – està justificat i ha valgut la pena. Gràcies també als mestres de l'Escola Pau Casals de Gràcia de Barcelona, del CEIP Escola Municipal La Sínia de Cerdanyola del Vallès i del Humboldt-Gymnasium de Berlin-Tegel que em van ajudar a gestionar-los, molt especialment a la M. Fe, la Roser i el Guido. I gràcies als pares i mares que van mostrar interès pel projecte i hi van deixar participar als seus fills i filles.

Als amics de la vida i de música, que també han patit i viscut la tesi, i molt especialment a l'Anna Celma i a la Roser Simeon, per ser-hi sempre. A la Mar Martí, la Mar Mampel i l'Eugènia Sendra. Al Nicola Baldo, per les converses sense fi sobre la recerca, el sentit de tot plegat i la utilitat de ser pràctics. A la Muntsa Moral, pel seu interès, correccions i comentaris. A la Júlia Tardà, perquè sempre és com si el

temps no hagués passat, i perquè els somnis de futur no s'esvaeixin. I a la meva família de colors, per la música, per l'estima, i per ser el millor equip del món.

A la Xesca i al Berni, per haver-me transmès el do de la curiositat que, al cap i a la fi, m'ha fet arribar fins aquí i ser qui sóc. I també al Lluís. El suport i l'estima incondicional de tots tres sempre m'han acompanyat.

A l'Adrià, company d'aventura, per fer més planer el camí, per creure en mi i voler compartir el viatge. I al Guiu, pel seu somriure, per haver estat la millor motivació per acabar aquest treball. Gràcies!!!

Resum

Aquesta tesi doctoral analitza els informatius infantils de televisió a partir de l'estudi de les notícies de tres programes de referència de cadenes públiques: *Newsround*, de la British Broadcasting Corporation (BBC); *Logo*, de l'alemanya Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) i *Info K* de la Televisió de Catalunya (TVC). A partir d'una anàlisi de contingut s'identifiquen els temes que aborden aquests programes i la manera com són explicats als seus espectadors, nens i nenes, tenint en compte criteris de qualitat informativa. El treball es completa amb un estudi de la recepció a partir de la realització de grups de discussió amb nens i nenes que parlen sobre el seu consum mediàtic, la seva relació amb la televisió i, de manera més específica, amb la informació i els telenotícies.

Paraules clau: periodisme i nens; televisió infantil; qualitat informativa; qualitat televisiva; mitjans de comunicació; estudis d'audiència.

Abstract

This doctoral thesis analyses children's news in television studying three model programs of public European broadcasters: *Newsround*, from the British Broadcasting Corporation (BBC); *Logo*, from the German Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) and *Info K* from the Catalan Televisió de Catalunya (TVCC). An empirical content analysis identifies the topics shown by these programs and the way in which they are explained to their audience, boys and girls, considering information quality criteria. The research is completed with a reception study by using focus groups of children who discuss about their media consumption and their relationship with television as a source to receive information and the news.

Key words: children's news, journalism and children, children's television, information quality, television quality, media, audience studies.

Zusammenfassung

Die vorliegende Doktorarbeit analysiert Kindernachrichten im Fernsehen anhand der Untersuchung von drei Referenzprogrammen öffentlicher europäischer Sender: *Newsround*, der British Broadcasting Corporation (BBC), *Logo* im Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) und *Info K* von Televisió de Catalunya (TVC). Mit einer empirischen Inhaltsanalyse werden die Themen dieser Programme sowie die Art und Weise, wie sie ihren Zuschauern, den Jungen und Mädchen, erzählt werden, unter Berücksichtigung der Kriterien der Informationsqualität, ermittelt. Die Forschungsarbeit wird durch eine Rezeptionsstudie vervollständigt, indem Diskussionsgruppen mit Kindern geführt werden, in denen diese über ihren Medienkonsum, ihr Verhältnis zum Fernsehen, insbesondere hinsichtlich der Informationen und Nachrichten, sprechen.

Schlüsselwörter: Kindernachrichten; Journalismus für Kinder; Kinderfernsehen; Informationsqualität; Qualität im Fernsehen; Medien; Zuschauerforschung.

Resumen

Esta tesis doctoral analiza los informativos infantiles de televisión a partir del estudio de las noticias de tres programas de referencia de cadenas públicas europeas: *Newsround*, de la British Broadcasting Corporation (BBC); *Logo*, de la alemana Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) e *Info K* de Televisió de Catalunya (TVC). A partir de un análisis de contenido se identifican los temas que abordan estos programas y la manera como se explican a sus espectadores, niños y niñas, teniendo en cuenta criterios de calidad informativa. El trabajo se completa con un estudio de recepción a partir de la realización de grupos de discusión con niños y niñas sobre su consumo mediático, su relación con la televisión y, de manera más específica, con la información y los noticiarios.

Palabras clave: informativos infantiles; periodismo y niños; televisión infantil; calidad informativa; calidad televisiva; medios de comunicación; estudios de audiencia.

ÍNDIX

Agraïments.....	vii
Resum	xi
Abstract	xii
Zusammenfassung.....	xiii
Resumen	xiv
ÍNDIX	xvii
Llista de figures	xxi
Llista de taules	xxiii
INTRODUCTION	27
Introducció	33
1 Periodisme per a nenes i nens	39
1.1 Informatius infantils al món.....	41
<i>Les notícies televisives per als més petits.....</i>	<i>44</i>
<i>Simplificant les notícies.....</i>	<i>46</i>
1.2 Qualitat informativa a la televisió infantil	46
1.3 Regulació i autoregulació de la televisió infantil.....	56
2 Els nens i nenes com a audiència.....	71

<i>L'audiència imaginada</i>	73
<i>Una audiència no prioritària</i>	74
2.1 Consum televisiu	77
2.2 Televisió i desenvolupament infantil: l'adequació dels continguts ..	79
2.3 La vida quotidiana com a condicionant.....	80
2.4 Construcció social de la realitat i socialització	82
<i>L'agenda setting</i>	85
3 Metodologia	89
<i>Preguntes de recerca</i>	91
<i>Objectius</i>	92
3.1 Anàlisi de contingut	93
3.1.1 La mostra.....	94
<i>Newsround</i>	96
<i>Logo</i>	98
<i>Info K</i>	99
3.1.2 Disseny	102
3.1.3 Procediment i anàlisi de dades	110
3.2 Grups de discussió	112
3.2.1 Investigar amb nens i nenes	113

3.2.2 Selecció dels participants	114
3.2.3 Estructura del guió.....	117
3.2.4 Realització dels grups de discussió.....	119
3.2.5 Procediment d'avaluació i anàlisi de resultats.....	119
4 Les notícies per a nens i nenes a la televisió	123
4.1 Temes.....	125
<i>Els temes a Newsround</i>	125
<i>Els temes a Logo.....</i>	132
<i>Els temes a l'Info K.....</i>	138
<i>Resultats globals i comparativa de temes.....</i>	144
4.2 Qualitat informativa.....	155
<i>Elements de qualitat informativa a Newsround.....</i>	156
<i>Elements de qualitat informativa a Logo.....</i>	169
<i>Elements de qualitat informativa a l'Info K.....</i>	183
<i>La qualitat informativa als tres informatius infantils</i>	194
5 Què diu l'audiència?	201
5.1 La televisió en el temps lliure	202
5.2 L'atractiu de la televisió.....	207
5.3 Reconeixement i comprensió dels temes de les notícies.....	212

5.4 Els programes informatius	221
5.5 La importància d'estar informat.....	224
5.6 Hàbits de consum mediàtic familiar.....	230
Conclusions	239
<i>Aportacions, limitacions i perspectiva de la recerca</i>	<i>246</i>
CONCLUSIONS	255
Referències.....	269
ANNEXOS	289

Llista de figures

Figura 1. Fotogrames de <i>Children's Newsreel</i> . Font: http://www.bbc.co.uk/ [consulta 12.01.2016].....	43
Figura 2. Adaptació a la recerca dels passos en l'anàlisi comparativa segons Livingstone i Hasebrink, 2010.....	91
Figura 3. Calendari de maig de 2013 relatiu a la mostra.....	96
Figura 4. Imatge de <i>Newsround</i> . Font: bbc.co.uk (maig 2013).....	97
Figura 5. Imatge de <i>Logo</i> . Font: zdf.de (maig 2013).....	98
Figura 6. Imatge de <i>l'Info K</i> (maig 2013).....	101
Figura 7. Descripció del codi identificatiu de les notícies.....	102
Figura 8. Plantilla per a la observació semi-estructurada de les notícies utilitzada per a l'anàlisi de contingut.....	103
Figura 9. Captura de pantalla del formulari amb la plantilla per a la observació semi-estructurada de les notícies.....	111
Figura 10. Naturalesa dels temes de <i>Newsround</i> (N=86).....	131
Figura 11. Naturalesa dels temes de <i>Newsround</i> en relació a l'actualitat (N=86).....	131
Figura 12. Naturalesa de les notícies de <i>Logo</i> (N=126).....	137
Figura 13. Naturalesa dels temes de <i>Logo</i> en relació a l'actualitat (N=126).....	137
Figura 14. Naturalesa de les notícies de <i>l'Info K</i> (N=160).....	143
Figura 15. Naturalesa dels temes de <i>l'Info K</i> en relació a l'actualitat (N=160).....	143
Figura 16. Mapa de la distribució de temes als tres informatius.....	144
Figura 17. Mapa de la distribució de temes als tres informatius amb subdivisió de Societat en Socials i Ciència.....	148
Figura 18. Distribució de temes per informatius segons les aparicions.....	149
Figura 19. Comparativa de la naturalesa dels temes als tres informatius (en %)......	150
Figura 20. Naturalesa dels temes dels tres informatius en relació a l'actualitat (N=372).....	151
Figura 21. Estimulació a partir de reflexió, imaginació i coneixement a <i>Newsround</i>	160
Figura 22. Captura de <i>Newsround</i> . Mapa situacional.....	168
Figura 23. Estimulació a partir de reflexió, imaginació i coneixement a <i>Logo</i>	174
Figura 24. Captures de pantalla d'una recreació animada de <i>Logo</i>	180
Figura 25. La Méteo a <i>Logo</i>	181
Figura 26. Estimulació a partir de reflexió, imaginació i coneixement a <i>l'Info K</i>	187

Figura 27. Captura de l' <i>Info K</i> . Secció la Méteo.....	193
Figura 28. Casos de promoció de la diversitat als tres informatius.	195
Figura 29. Promoció de valors als tres informatius.....	195
Figura 30. Inclusió d'experiències als tres informatius infantils.	196
Figura 31. Rols narratius dels tres informatius en relació amb la naturalesa de l'agenda informativa.	197
Figura 32. Com mires la televisió?	205
Figura 33. Preferències relatives al gènere televisiu.....	210

Llista de taules

Taula 1. Resum de les variables per als àmbits de la qualitat televisiva dels programes (Pujadas, 2002).	48
Taula 2. Perspectives de la qualitat televisiva (Gutiérrez, 2000).	49
Taula 3. Resum de les característiques dels programes de qualitat segons Crescenzi, 2010.	52
Taula 4. Selecció i resum dels criteris per a l'avaluació de la qualitat a la televisió infantil (Casas, 2005).	55
Taula 5. Principals punts legislatius relatius a televisió i infància.	57
Taula 6. Selecció de les principals referències als menors en els codis d'autoregulació de la professió periodística espanyols.	60
Taula 7. Consum mediàtic de nens i nenes a Alemanya.	78
Taula 8. Les seccions de l'Info K. Font: http://www.super3.cat/infok/qui-som (Consulta: 13.12.2015)...	100
Taula 9. Relació de participants dels grups de discussió.	116
Taula 10. Notícies visionades durant els grups de discussió.	118
Taula 11. Grups de discussió realitzats.	119
Taula 12. Resum de característiques generals dels tres informatius (maig 2013).	124
Taula 13. Els temes de <i>Newsround</i> .	127
Taula 14. Top 10 dels temes de les notícies a <i>Newsround</i> segons la durada. Base temps: 01:36:34.	128
Taula 15. Temes d'obertura de <i>Newsround</i> .	129
Taula 16. Els temes a Logo.	132
Taula 17. Top 10 dels temes de les notícies a Logo segons la durada. Base temps: 02:57:01.	135
Taula 18. Temes d'obertura a Logo.	136
Taula 19. Els temes a l'Info K.	139
Taula 20. Top 10 dels temes de les notícies a l'Info K segons la durada (N=160). Base temps: 03:41:29.	140
Taula 21. Temes d'obertura a l'Info K.	142
Taula 22. Els temes als tres informatius.	146
Taula 23. Diversitat ètnica a <i>Newsround</i> .	157
Taula 24. Diversitat de gènere a <i>Newsround</i> .	157
Taula 25. Promoció de valors a <i>Newsround</i> .	158
Taula 26. Estimulació a partir de la reflexió a <i>Newsround</i> .	161
Taula 27. Estimulació a partir de la imaginació a <i>Newsround</i> .	161
Taula 28. Estimulació a partir del coneixement a <i>Newsround</i> .	161
Taula 29. Rols narratius a <i>Newsround</i> .	165
Taula 30. Diversitat ètnica a Logo.	170

Taula 31. Diversitat religiosa a <i>Logo</i> .	171
Taula 32. Diversitat de gènere a <i>Logo</i> .	171
Taula 33. Promoció de valors a <i>Logo</i> .	172
Taula 34. Estimulació a partir de la reflexió a <i>Logo</i> .	175
Taula 35. Estimulació a partir de la imaginació a <i>Logo</i> .	175
Taula 36. Estimulació a partir del coneixement a <i>Logo</i> .	175
Taula 37. Rols narratius a <i>Logo</i> .	179
Taula 38. Diversitat ètnica a l' <i>Info K</i> .	184
Taula 39. Diversitat de gènere a l' <i>Info K</i> .	184
Taula 40. Promoció de valors a l' <i>Info K</i> .	184
Taula 41. Estimulació a partir de la reflexió a l' <i>Info K</i> .	187
Taula 42. Estimulació a partir de la imaginació a l' <i>Info K</i> .	188
Taula 43. Estimulació a partir del coneixement a l' <i>Info K</i> .	188
Taula 44. Rols narratius a l' <i>Info K</i> .	191
Taula 45. Rols narratius dels tres informatius.	197
Taula 46. Informació dels grups de discussió realitzats.	201

INTRODUCTION

The Right to Information is a fundamental right established for all people. A right that citizens exercise mainly through journalists. But, what about for children? When David Buckingham called them "citizens in the making" (David Buckingham, 2000) he left behind the conception of childhood as a stage of strict preparation for adult life by giving them their own autonomy. The socialization processes begin in early childhood and, if as adult citizens get informed mainly from the media, it seems logical that children should also have the opportunity to know about the world - and get informed – in an appropriate manner. This means by way of the creation of spaces of specific information contents for children, because if they are well informed they will also be able to decide and to participate in a democracy (OETI, 2006).

Paradoxically, however, these spaces of specific information are scarce. The media are part of the day-to-day life of children and young people, and even today - although the Internet and new media are gaining ground in the search for information (Metzger *et al.*, 2015: 325) - TV remains the medium that most children in the world have access to (Russo-Moore *et al.*, 2013: 255). Children are exposed to adult content, also informative content, and this also leads to a series of consequences that have long been studied (Carter & Davies, 2005; Jiménez, 2006). The prevailing model of commercial television causes much of the content produced specifically for a young audience to be exported models, usable several times over. While, the news is not. The existence of these programs is linked to a clear vocation of quality public service. So the existing news for children is produced by public television broadcasters. Cynthia Carter (2009) points out that maybe because there are few examples of such programs in the world, children's news has been studied insufficiently by the academia.

Present in the social debate is the phenomenon of disenchantment of children and young people by traditional media, already described by David Buckingham in the 90's (Buckingham, 1997), and not just by the media, but by politicians and citizen participation in general. Carter & Allan, for example, say that the efforts to involve young people actively with their participation in public life are encountering serious difficulties. Teenagers are moving away from political processes because they believe that these processes ignore them and their

interests (Carter & Allan, 2005). These authors claim that media research has devoted little effort to this disenchantment of young people, as it has tended to focus almost exclusively on "adult" communication (Carter & Allan, 2005: 75). Thus, the presented research emphasizes this idea of the need to examine the role of media education for children and young people making a contribution to social sciences, which traditionally have been involved in the study of childhood (especially sociology and psychology), from the perspective of media studies, and, more specifically, of journalism studies on one hand, and reception or audience studies on the other.

Studies on the effects of television on children addressed from childhood sociology and child psychology are numerous, but there is a lack of research focusing on the content for children, especially with regard to information. The research on the attitudes of young people with respect to the news, especially with the Internet and new technologies as the center of attention, have thoroughly enthralled researchers from many disciplines (Huang, 2009; Gillmor, 2004; Burns, 2005; Masip *et al.*, 2015; Fernandez-Planells, 2015), but tackling the issue at an age range even more reduced brings a new perspective to the investigation focused on the quality of information in television journalism produced for children.

This thesis was born from a Master's Thesis in which the author described a comparative study of the information quality on different European children's news programs whereby, as a journalist, the author had been concerned about the quality elements in the production of audiovisual information. In addition, a concern about the access to information for all citizens, about media transparency and about the effects that these have on the audience slowly defined the research topic that later became the focus of this doctoral thesis.

The study of children's television has provided research on the effects of audiovisual content on children and preteens, but mainly focused on fiction series, (Aran, 2008; Rodrigo *et al.*, 2013) such as cartoons (Crescenzi, 2010) or advertising content (Espinar, 2007; Jiménez, 2006). When the news is studied it mainly comprises a social aspect warning against violence (De Cock, 2012; Riddle *et al.*, 2012; Busquet *et al.*, 2009). Media education has also carried out numerous research projects, one of the most notable being EU Kids Online, an internationally focused study about the uses and risks of the internet

for children. As Sonia Livingstone (2002) said, children are born today in a multimedia environment, characterized by media convergence and multiple screens. But the existence of the Internet does not make it any less necessary to create spaces for specific information for them, where children can find answers to questions about the world in which they grow up and in which they are citizens.

The subject of this thesis focuses on children's news, and the three cases of children's news programs selected for this comparative study are of recognized importance in the context of children's television. *Newsround* from the BBC, is the children's news program of reference in Europe and around the world. It was the first to appear in 1972 (then named *John Craven's Newsround* because of its presenter) and the subsequent proposals for news dedicated to this audience have mirrored its philosophy. As is the case of *Logo* (1989, Zweites Deutsches Fernsehen) which is the leader in its field in Germany, a country that we wanted to include in the study for its widespread tradition in children's television. As for *Info K* (2001, Televisió de Catalunya), it too has followed its lead and is currently the only program of this type in Spain. What are these programs like and what do they explain? Which issues do they prioritize? A comparative content analysis identifies the topics of the programs and their information quality elements. Moreover, we also study what the audience thinks of such information, and how it influences their conception of citizenship and of current events. Through the technique of focus groups with children, we identify their television watching habits, if these patterns affect their notion of information, and what strengths and weaknesses they see in such children's news programs.

This research aims to answer these questions, by filling in a gap and opening a new path in the academic study of journalism for children. It also means an important contribution for the professionals who work in such programs, as based on the results of the research they can implement improvements to their contents. Finally, we want to highlight the social contribution of the thesis that emphasizes the importance of media education as a basis for the development of critical citizens capable of participating in a real democracy.

For all these reasons, we believe that the study of news devoted to children and their reception is not only justified, but necessary to

generate knowledge about journalism dedicated to children, who form a part of citizenship (between 8.88 and 11.38% of the population of the countries that are part of the sample)¹.

We also wish to reaffirm the need for the media, especially the public broadcasters, to increase their awareness of their social function and of their interest to all citizens, including children. Social concern facing children's audiovisual consumption has been repeatedly expressed by organizations such as UNESCO and the European Observatory on Children's Television (OETI), which have repeatedly warned of the risk of the so-called "disease information" illnesses, such as stress, depression or instability with respect to the suffering of others. We consider children's news a contribution of the media to accompany children on the path to adulthood and to information society, and to analyze how they do it can also represent a first step towards a more democratic society, that takes into account the concerns of all its citizens, also the ones of boys and girls.

This work therefore provides a thesis structured in five chapters plus conclusions: the first two correspond to the theoretical framework and the status of the issues of children's news (Chapter 1) and children as the audience (Chapter 2); the third section is devoted to the description of the methodology of the thesis (Chapter 3); and the last two chapters include the results of the content analysis (Chapter 4) and the focus groups (Chapter 5).

¹ Source: Office for National Statistics, 2014; Destatis - Statistisches Bundesamt, 2015; Generalitat de Catalunya, 2015.

Introducció

El Dret a la Informació és un dret fonamental establert per a totes les persones. Un dret que els ciutadans exerceixen fonamentalment a través dels periodistes. Però, i per a nens i nenes? Quan David Buckingham els anomena “citizens in the making”, que podríem traduir com a ciutadans en formació (David Buckingham, 2000), abandona la concepció de la infància com a etapa d'estricta preparació per a la vida adulta per atorgar-li una autonomia pròpia. I és que els processos de socialització s'inicien en la primera infància, i si com a adults els ciutadans s'informen principalment a partir dels mitjans de comunicació, sembla lògic que com a nens i nenes també han de tenir la oportunitat d'endinsar-se en aquest món – i d'informar-se – de manera adequada. Això vol dir, amb la creació d'espais específics d'informació dedicada al públic infantil, ja que ben informats són capaços de decidir i de participar en una democràcia (OETI, 2006).

Paradoxalment, però, aquests espais específics d'informació són escassos. Els mitjans de comunicació formen part del dia a dia de la vida quotidiana d'infants i joves, i encara avui – tot i que internet i els nous suports van guanyant terreny en la recerca d'informació (Metzger *et al.*, 2015: 325)– la televisió continua sent el mitjà al que més infants al món tenen accés (Moore-Russo *et al.*, 2013: 255). Nens i nenes s'exposen a continguts d'adults, també informatius, i amb tot això provoca una sèrie de conseqüències que han estat estudiades (Carter&Davies, 2005; Jiménez, 2006). El model de televisió comercial imperant provoca que molts dels continguts produïts específicament per a un públic infantil siguin models exportables, aprofitables en diverses ocasions. I els noticiaris no ho són. L'existència d'aquests programes va lligada a una clara vocació de servei públic de qualitat. Per això, els informatius per a nens i nenes existents són produïts per televisions públiques. Cynthia Carter (2009) apunta que precisament perquè hi ha pocs exemples de programes d'aquest tipus al món, les *children's news* s'han estudiat de manera insuficient des de l'acadèmia.

Present en el debat social hi ha el fenomen del desencís de nens i joves pels mitjans informatius tradicionals, ja descrit per David Buckingham a la dècada dels 90 (Buckingham, 1997), i no només pels mitjans, sinó per la vida política i la participació ciutadana en general. Carter i Allan, per exemple, diuen que les iniciatives per involucrar els joves a la participació activa en la vida pública estan trobant serioses dificultats.

Els adolescents estan allunyant-se de processos polítics que creuen que els ignoren a ells i als seus interessos (Carter&Allan, 2005). Aquests autors afirmen que la recerca en comunicació ha dedicat pocs esforços a aquest desencís dels joves, ja que ha tendit a centrar-se de manera gairebé exclusiva en la comunicació “adulta” (Carter&Allan, 2005: 75). Així, la recerca que presentem emfatitza aquesta idea de la necessitat d'examinar el paper de l'educació mediàtica per a nens i joves fent una aportació a les ciències socials, que tradicionalment s'han ocupat de l'estudi de la infantesa (especialment la sociologia i la psicologia), des de la perspectiva de l'estudi dels mitjans de comunicació i, més concretament, del periodisme d'una banda, i dels estudis de recepció o d'audiència, de l'altra.

Els estudis sobre els efectes de la televisió en els infants abordats des de la sociologia de la infància psicologia infantil són nombrosos, però en manquen de centrats en el contingut adreçat a nens i nenes, especialment pel que fa a informatius. Les recerques sobre l'actitud dels joves davant dels informatius, especialment amb internet i les noves tecnologies com a centre d'atenció, han centrat àmpliament l'atenció d'investigadors des de nombroses disciplines (Huang, 2009; Gillmor, 2004; Burns, 2005; Masip *et al.*, 2015; Fernandez-Planells, 2015), però abordar el tema en una franja d'edat encara més reduïda aportarà un punt de vista nou a la investigació centrada en la qualitat informativa a la televisió del periodisme produït per a nens i nenes.

Aquesta tesi justament neix d'un Treball Final de Màster en que l'autora plantejava un estudi comparatiu de la qualitat informativa a diferents noticiaris infantils europeus, i és que en l'exercici del periodisme ja s'havia preocupat pels elements de qualitat en la producció dels informatius audiovisuals. A banda, una inquietud per la possibilitat d'accés a la informació de tots els ciutadans, per la transparència dels mitjans de comunicació i pels afectes que aquests tenen sobre l'audiència van anar definint poc a poc el problema de recerca del que s'ocuparia el projecte de tesi doctoral.

I és que l'estudi de la televisió infantil ha proporcionat treballs sobre els efectes dels audiovisuals en menors d'edat (nens i preadolescents), però principalment centrats en sèries de ficció (Aran, 2008; Rodrigo *et al.*, 2013), com per exemple sèries de dibuixos animats (Crescenzi, 2010) o continguts publicitaris (Espinar, 2007; Jiménez, 2006). Quan els continguts informatius dirigits a nens i nenes són objecte d'estudi,

principalment formen part d'una vessant d'alerta social davant la violència (De Cock, 2012; Riddle *et al.*, 2012; Busquet *et al.*, 2009). L'educació mediàtica també ha centrat nombroses recerques, entre les quals cal destacar EU Kids Online, centrada en investigar internacionalment els usos i riscos d'internet per a nens i nenes. Tal com diu Sonia Livingstone (2002) els nens i nenes avui ja han nascut en un entorn multimèdia, caracteritzat per la convergència de mitjans i un entorn multipantalla. Però l'existència d'internet no fa menys necessaris uns espais d'informació específica per a ells, on puguin trobar resposta a preguntes sobre el món en què creixen i del qual són ciutadans.

El tema d'aquesta tesi se centra en les notícies per a nens i nenes, i els tres casos d'informatius infantils seleccionats per a l'estudi comparatiu són de reconeguda rellevància en el context de la televisió per a nens i nenes. *Newsround* de la British Broadcasting Corporation, és el noticiari per a nens de referència a Europa i al món, va ser el primer en aparèixer l'any 1972 (llavors amb el nom de *John Craven's Newsround*, en motiu del seu presentador) i en ell s'han emmirallat les posteriors propostes de noticiaris dedicats a aquesta audiència. És el cas, per exemple, de *Logo* (1989, Zweites Deutsches Fernsehen) referent en el seu àmbit a Alemanya, país que hem volgut incloure en la comparativa per la seva estesa tradició en el terreny de la televisió per a nens i nenes. També s'hi ha emmirallat l'*Info K* (2001, Televisió de Catalunya), que actualment és l'únic informatiu d'aquest tipus a l'estat espanyol. Com són aquests programes i què expliquen? A quins temes donen prioritat? A partir d'una anàlisi de contingut comparativa identifiquem els continguts dels diferents programes i els seus elements de qualitat informativa. D'altra banda, també estudiem què opina l'audiència d'aquests informatius, i quin paper juguen en la formació de la seva concepció d'actualitat i de ciutadania. A través de la tècnica dels grups de discussió amb nens i nenes identifiquem si els hàbits de consum televisiu afecten la seva noció d'actualitat, i quines fortaleces i mancances veuen a aquest tipus de programes.

Aquesta recerca vol donar resposta a aquestes preguntes, omplint així un buit i obrint una nova via en l'estudi acadèmic del periodisme per a nens i nenes. D'altra banda també significa una aportació important per als professionals que treballen en aquest tipus de programes, ja que a partir dels resultats de la recerca poden implementar millores als seus continguts, a més de l'interès que poden tenir per a pedagogs i

educadors. Per últim, destacar l'aportació social de la tesi que, al cap i a la fi, realça la importància de l'educació mediàtica com a base per a la formació de ciutadans crítics, capaços de participar en una democràcia.

Per aquests motius, creiem que l'estudi de les notícies dedicades a nens i nenes i de la seva recepció no és només justificat si no necessari per generar coneixement sobre el periodisme dedicat als més petits, que formen una part de la ciutadania (entre un 8,88 i un 11,38% de la població dels països que formen part de la mostra²).

També volem reafirmar així la necessitat que els mitjans de comunicació, especialment els públics, adoptin una consciència de la seva funció social i del seu interès per a tota la ciutadania, inclosos els menors d'edat. La preocupació social davant el consum audiovisual dels nens i nenes ha estat manifestada reiteradament per organismes com la UNESCO i l'Observatori Europeu de la Televisió Infantil (OETI), que han advertit en diverses ocasions del risc de les anomenades “malalties de la informació” com l'estrès, les depressions o la inestabilitat davant el patiment aliè. Considerem els informatius infantils una contribució dels mitjans de comunicació a acompanyar els nens i nenes en el camí cap a la societat de la informació adulta, i analitzar com ho fan pot representar també un primer pas cap a una societat més democràtica, que contempli les inquietuds de tots els seus ciutadans, també els nens i les nenes.

Presentem, doncs, una tesi estructurada en cinc capítols més conclusions: els dos primers corresponen al marc teòric i l'estat de la qüestió dels informatius infantils (Capítol 1) i dels nens i nenes com a audiència (Capítol 2); el tercer és l'apartat dedicat a la descripció de la metodologia de la tesi (Capítol 3); i, els dos últims, inclouen els resultats, d'una banda de l'anàlisi de contingut (Capítol 4) i de l'altra dels grups de discussió (Capítol 5).

² Fonts: Office for National Statistics, 2014; Destatis - Statistisches Bundesamt, 2015; Generalitat de Catalunya, 2015.

1 Periodisme per a nenes i nens

It is perhaps understandable that children's news has been insufficiently studied, in part because few countries around the world make news specifically for child audiences. Where children's news is available, it is primarily produced by publicservice broadcasters who are not directly driven by profit making.

Cynthia Carter, 2009.

Aquest primer capítol descriu el marc teòric i conceptual i l'estat de la qüestió en relació al periodisme dedicat al públic infantil, centrant-se especialment en els informatius de televisió.

Diversos mitjans de comunicació al món fan un esforç per apropar-se al públic infantil. Avui dia, diferents capçaleres impreses ofereixen suplementos per a nens i nenes, o per a un públic familiar, però la premsa infantil es remunta als segles XVIII i XIX, quan sorgeix com a producte burgès, de poca tirada, bàsicament amb un objectiu pedagògic (Martín, 1967). Amb les innovacions tècniques i l'augment de la importància de la imatge comencen a triomfar els còmics, que tot i que van veure's amenaçats amb l'arribada de la televisió encara perduren. Al 2016, les revistes i suplementos infantils acostumen a ser híbrids de passatemps i còmics, que només en alguna ocasió també inclouen notícies o reportatges. No són poques les capçaleres de diaris importants que han dedicat algunes pàgines setmanals als més petits en algun moment de la seva història, però si que hi ha pocs exemples que s'hagin consolidat fins a dia d'avui, la majoria al·legant motius econòmics. Hi ha alguns exemples de diaris dedicats exclusivament al públic infantil, com *First News*, que va néixer al 2006 al Regne Unit i és l'únic de les seves característiques al país, dedicat a nens i nenes d'entre 7 i 14 anys d'edat i amb una publicació setmanal. *Time for Kids* és un suplement del magazine *Time* produït també especialment per a nens i nenes. Inclou algunes notícies, tires còmiques i altres continguts

d'entreteniment que es distribueixen en diverses escoles dels Estats Units.

La ràdio, per la seva part, ha estat utilitzada com a mitjà per a l'educació mediàtica en escoles i instituts, a partir de tallers i també d'activitats extraescolars, però l'estudi de continguts periodístics dedicats al públic infantil en aquest mitjà és pràcticament inexistent, i només trobem alguna referència a la participació de nens i nenes en tertúlies radiofòniques, per exemple, amb la periodista Gemma Nierga a la SER en el cas espanyol (Garcia, 2003). És veritat, no obstant, que internet ha ofert noves possibilitats d'expansió del mitjà ràdio en la seva versió digital, i així han nascut propostes com la de la BBC School Radio, que a través de la seva web³ ofereix recursos d'àudio per a l'aprenentatge a les escoles de primària. Tot i així, encara no parlem ben bé de productes periodístics, entesos com a aquells transmeten notícies amb l'objectiu principal d'informar a la seva audiència.

Internet, dèiem, ha propiciat l'aparició de noves experiències en aquest sentit, de les quals cal destacar el projecte *Newskid*⁴, que s'autodefineix a la seva web com a “servei transmèdia que vol apropar les últimes notícies als nens i nenes d'entre 8 i 12 anys d'una manera divertida i atractiva”. Aquest projecte inclou tres plataformes: un suplement de paper, una web i un objecte interactiu, que es combinen per explicar un tema internacional utilitzant la realitat augmentada. Les impulsores del projecte afirmen que els docents i les famílies poden utilitzar *Newskid* per ajudar als nens i nenes a entendre les notícies i, per tant, el món que els envolta.

L'accés de nens i nenes a la informació és, doncs, un tema a l'ordre del dia, i pel que fa a la televisió existeixen estudis sobre l'aprenentatge a través de les notícies i el procés cognitiu, però la majoria en forma d'experiments sobre el efectes de diferents formats (Smith i Wilson, 2000) i en termes de comprensió i retenció, de memòria (Buckingham, 1997; Gunter *et al.*, 2000), o també de la inducció de por a partir de les notícies (Kandemir-Ozdinc i Erdur-Baker, 2013). D'altra banda, trobem que la recerca acadèmica sobre menors i mitjans de

³ www.bbc.co.uk/schoolradio/subjects/earlylearning [consulta 9.6.2016].

⁴ www.minushu.com/newskid [consulta 9.6.2016].

comunicació s'ha centrat bàsicament en els efectes dels gèneres d'entreteniment en l'audiència infantil. Els darrers anys, no obstant, ha crescut l'interès en com els infants o joves són representats en les notícies per a adults (Davies, 2004; Mauri de los Ríos i Figueras-Maz, 2012). Alguns estudis també examinen de manera variada la manera la producció de notícies per a nens i nenes (Carter i Allan, 2005; Matthews, 2007), així com la forma de recepció (Davies, 2001) i de representació (Carter, 2007).

Les notícies per a nens i nenes, però, han estat poc estudiades pel que fa a temes, qualitat informativa i recepció. Tal com diu Carter, potser el motiu de que els informatius infantils s'hagin estudiat de manera insuficient es deu en part a que hi ha pocs països al món que realitzin notícies específicament per a l'audiència infantil. Quan aquests programes existeixen, són produïts per televisions públiques que no estan directament motivades pel benefici econòmic (Carter *et al.*, 2009: 34).

1.1 Informatius infantils al món

Els primers programes informatius de televisió dissenyats específicament per a nens i nenes es remunten als anys 50, quan la BBC va emetre per primera vegada *Children's Newsreel* (Figura 1). Exemples més contemporanis van començar als 70, amb *In the News* de la CBS (1978, Estats Units) o *Newsround* de la BBC (1972, Regne Unit), que encara s'emet avui dia (Buckingham, 2000: 35). Des de llavors, en diversos espais del món s'ha plantejat la necessitat d'estimular la participació de nens i nenes a través de programes, ja sigui fets per ells mateixos o per adults, que els permeti accedir a una informació específicament pensada per a ells. Són experiències diverses que han tingut variat èxit de crítica i audiència, però que sobretot van constituir models a seguir (García, 2003), com *Kodomo no News* (1994-2010, Japó), de la televisió pública japonesa NHK; als Estats Units *Nick News for Kids*, de Nickelodeon (1992-2015); i a Austràlia *The total News* (2004-2008, Chanel Ten) i *Behind the News* (2005, ABC). A Europa, entre els exemples més coneguts destaquen el ja citat *Newsround*, *À toi l'actu@* (2000-2002, França), després succeït per *Mon Kanar* (2002-2005, França) de France 3; el *Jeugdjournaal* de la

cadena NOS holandesa; l'alemany *Logo* (1989, ZDF), i també l'*Info K* de Televisió de Catalunya (2001).

Aquests models són d'emissió diària (en què acostumen a tenir una durada de 10 minuts) o setmanal (de al voltant de 30 minuts). Els informatius en qüestió coincideixen en utilitzar com a recursos el grafisme i l'animació, i utilitzen un muntatge senzill i clar, que junt amb una suficient redundància ajuden a construir notícies intel·ligibles a nens i nenes (García, 2003). També destaca la participació dels infants en aquests espais, ja sigui com a protagonistes o interactuant activament a través dels espais web dels programes.

D'una banda, aquests programes s'han promogut per l'interès social pel desenvolupament del pensament infantil (García, 2003; OETI, 2006), i històricament i fins a avui les experiències de periodisme per a nens i nenes que hi ha hagut no han estat mai una prioritat i, fins i tot en les televisions públiques, són pocs els exemples que han aconseguit mantenir-se a la graella de programació. De l'altra, la reivindicació d'una educació mediàtica (Ferrés, 2006; Sánchez, 2008; Livingstone & Haddon, 2009; Buckingham, 1993, 2007), posa de manifest la necessitat d'aquests espais específics d'informació per a nens i nenes. Els experts adverteixen de que determinades malalties que s'han relacionat amb la sobreinformació (estrès, depressió, indiferència davant patiment aliè, etc.), són presents també en franges d'edat cada cop més baixes (OETI, 2006; Jiménez, 2006) i, de l'altra, reclamen la importància de la participació com a ciutadans de nens i nenes en la societat (Buckingham, 1997, 2000; Carter i Allan, 2005; Carter *et al.*, 2009), fet que resulta impossible si no tenen accés a una informació a la seva mida. Té sentit, doncs, que els més petits puguin afrontar els nous reptes que els planteja la societat de la informació de manera progressiva, i no es trobin de sobte davant de les notícies adultes, que difícilment poden entendre i copsar.

A tot això s'hi afegixen els problemes associats al canvi de la cultura ciutadana. Carter descriu que molts investigadors en mitjans de comunicació adverteixen de que els joves s'estan desinteressant progressivament per processos polítics que creuen que els ignoren a ells i als seus interessos (2009). El desinterès per la política – cita a David Buckingham (2000) – pot ser interpretat com a resposta dels joves per la “positive exclusion from that domain — in effect, as a response to disenfranchisement” (:218). Per això, Carter afirma que:

Figura 1. Fotogramas de *Children's Newsreel*.
Font: <http://www.bbc.co.uk/> [consulta 12.01.2016].



“Media producers who appear only to want to appeal to young people as consumer citizens must now accept some responsibility for encouraging political citizenship by providing children and teenagers with critical and challenging news services that such young people clearly want and so richly deserve” (Carter, 2009: 35).

Així, els productors de mitjans de comunicació haurien d'assumir aquesta responsabilitat i crear aquests serveis de notícies per a infants i joves, especialment tenint en compte que els *media* han esdevingut part natural del dia a dia dels nens i nenes d'arreu del món (Aasebo, 2005; Jordan, 2011), i tant la televisió, com els ordinadors i els telèfons mòbils estan entrant en la vida d'infants i joves en noves formes i exponencialment, jugant un paper significant en la contribució a donar sentit a les experiències de la vida dels nens i esdevenint eines per a la construcció individual de nous marcs de referència (Aasebo, 2005).

Les notícies televisives per als més petits

David Buckingham (2000) afirma que als programes informatius per a nens i nenes i joves anglesos i nord-americans hi ha diferents criteris de noticiabilitat, i també que a vegades els temes no són tractats de manera prou seriosa. Defineix diferents punts de vista en què l'informatiu situa l'espectador, establint la seva autoritat: pot ser posicionat com a algú escèptic que necessita ser convençut; com a participant d'un debat, jutjant els arguments contendents; com a testimoni, simplement observant el desplegament d'esdeveniments; o com a alumne deferencial, acceptant passivament la saviesa de la veritat revelada. La por a que els infants refusin la posició de l'alumne, que demanin més i més dosis de diversió per a ajudar-los a “empassar-se” aquests fets, ha portat a una nova forma d'*edutainment* basada en la informalitat, que també es tradueix en el llenguatge corporal dels presentadors, afegit a que ja de per si són significativament més joves que els dels telenotícies convencionals (Buckingham, 2000: 58).

L'autor també diu que en comparar els informatius infantils entre si, inevitablement s'està comparant-los amb els telenotícies "adults". De la mateixa manera que descriu Buckingham, en el procés d'estudiar les notícies per a nens i nenes, obligadament es representa els noticiaris "adults" de forma més homogènia del que realment són. No obstant, la principal preocupació és la definició del que diferencia aquests

programes com a informatius per a nens i nenes. És a dir, com a textos dissenyats específicament per a aquest públic. L'infant o el jove és en si un relatiu, no una categoria absoluta, que es defineix en part en relació amb l'adult. Aquests programes no reflecteixen la naturalesa atemporal o l'objectiu de la infància. Al contrari, és a través de relacions discursives entre adults i nens, i també a la televisió, on la posició del subjecte "nen" es construeix i negocia. Els informatius infantils són, en aquest sentit, només un dels molts àmbits en què es prova aquesta definició en curs d'infància i de joventut (Buckingham, 2000: 37).

Entre les funcions atorgades als informatius infantils en destaquen una varietat, i segons l'autor és important ser realistes sobre el que poden aconseguir. Buckingham remarca que la televisió informativa per si sola, no obstant, no proporciona una democràcia més sana, i encara menys una de participativa, però sí que té un paper important a desenvolupar en aquest sentit. Malgrat els recents moviments cap a la seva popularització els informatius continuen sent un dels gèneres més conservadors:

"Despite recent moves towards popularization, news remains one of the most conservative media genres, and as the official voice of the network or station, there may be reasons why it will remain so. Nevertheless, children's news programming could be an arena in which more exciting and innovative approaches to news journalism could begin to be developed. As we move into a more competitive, multichannel era, in which television will have to struggle against less linear, more interactive media forms, innovation of this kind may be not only desirable but unavoidable" (Buckingham, 2000: 58).

En la mateixa línia s'ha manifestat també Prix Jeunesse, una fundació de la Bavarian Broadcasting Corporation amb suport de la Society for the Promotion of International Youth and Educational Television, que a través del seu consell assessor internacional promou la idea de que la televisió hauria de ser atractiva a la seva audiència:

"Television should enable children to see, hear and express themselves and their cultures, and should promote an awareness and appreciation of other cultures." (A Guide to International Events in Children's Media, 2007).

Simplificant les notícies

Julian Matthews és un dels investigadors que més a fons ha estudiat la producció de notícies per a nens i nenes al Regne Unit (veure Matthews 2005 i 2008). Una de les seves conclusions és que l'estil de *Newsround* propicia la simplificació de les notícies per a l'audiència en la pràctica professional (Matthews, 2008: 274). Per a *Newsround* (la recerca de Matthews es basava també en diverses entrevistes als professionals d'aquest programa), aquesta estratègia és considerada com a essencial per a la seva meta principal, la de produir notícies “intel·ligibles a nens i nenes”. L'autor remarca, però, que en aquest procés es passa per alt l'impacte considerable que això té en la condició de les notícies, formant una selecció i presentació de la informació periodística que evita el focus polític de les notícies adultes i fabrica una agenda considerada “interessant” per a l'audiència, que inclou un gran nombre de notícies populars relacionades amb els nens i nenes (Matthews, 2008: 277).

En aquest context, Matthews també exposa que apareixen preferentment les reaccions emocionals de nens i nenes i no tant les seves opinions, amb el motiu d'atraure l'interès de l'audiència. D'altra banda, la recerca reconeix l'esforç de l'espai infantil per cobrir i explicar esdeveniments informatius importants al programa, tot i aquesta tendència a personalitzar i simplificar les notícies.

1.2 Qualitat informativa a la televisió infantil

La qualitat informativa s'ha vinculat tradicionalment amb la responsabilitat ètica dels mitjans de comunicació en l'exercici de servei públic (Alsius, 1998; Pereira, 2005). Tot i això, no existeix una definició unànime del que és la qualitat a la televisió (Pujadas, 2002) o la qualitat informativa o de les notícies (González, 2011). El concepte de qualitat ha estat abordat des de diferents disciplines i perspectives. Maria González-Gorosarri, en la seva recerca sobre la qualitat de les notícies als mitjans de comunicació del País Basc en fa una revisió literària amplíssima, afirmant que:

“Every quality system requires an overall review of previous research on the topic and successful evaluations from other discipline (González, 2011: 58)”.

En aquest sentit, aquest capítol presenta una revisió literària entorn el concepte de qualitat relacionat amb la informació i la televisió per tal d'establir els criteris de qualitat informativa a la televisió infantil que permetran el disseny del sistema d'avaluació de la qualitat als informatius infantils d'aquesta tesi.

La qualitat televisiva ha estat descrita com a concepte multifactorial, de manera que es pot parlar de qualitat en termes audiovisuals, en termes de continguts, en termes d'entreteniment, en termes de regulació vigent i en termes de programàtica o publicitària (Tur, 2005: 5). D'altra banda, no tothom està d'acord en que la qualitat descriu el que és bona televisió, també hi ha qui considera que té més a veure amb el context ideològic en el qual es fan judicis de què és i què no és bona televisió (Terribas, 2002). Diferents autors, no obstant, han establert conjunts de criteris que permeten, des de les seves diverses propostes, aplicar el concepte a la recerca que es presenta, establint una sèrie de criteris per a la qualitat informativa a la televisió que s'utilitzaran en l'anàlisi dels informatius infantils, i que s'aniran resumint en aquest apartat.

En la seva tesi doctoral Eva Pujadas (2002) estudia els discursos sobre la televisió de qualitat, establint diferents perspectives des de les quals abordar el concepte. D'una banda des de la sociologia, en que juga un paper fonamental l'hàbit social d'aquells que manifesten els discursos sobre la qualitat des de la seva perspectiva professional i des de l'estètica i la teoria cultural (Pujadas, 2011: 25). L'autora identifica els diferents àmbits temàtics de referència dels discursos sobre la qualitat a la televisió, a la vegada que destaca els diferents contextos (un públic concret, un determinat context històric, el context cultural, el model polític, uns determinats objectius, o unes funcions atribuïdes al mitjà) que condicionen determinats criteris de qualitat televisiva per sobre d'altres. Pujadas divideix la qualitat a la televisió en quatre grans temes: qualitat de la televisió com a qualitat del conjunt del sistema televisiu, com a qualitat de la programació, com a qualitat de les cadenes i com a qualitat dels programes. Per a l'estudi de la qualitat als informatius infantils recollim el que diu sobre aquest últim punt, que els programes televisius són l'àmbit de referència més citat en el discurs sobre la qualitat a la televisió. Aquestes referències provenen de disciplines

molt diferents com la política, l'economia, l'ètica, l'extàtica o la crítica televisiva, i es basen en quatre grans àmbits: el contingut dels programes televisius, la forma dels programes televisius, la interrelació entre forma i contingut i les referències al gènere (Pujadas, 2002).

Per a cadascun d'aquests àmbits l'autora descriu les variables més comunes (Taula 1).

Taula 1. Resum de les variables per als àmbits de la qualitat televisiva dels programes (Pujadas, 2002).

Àmbit: contingut dels programes TV	
Definició de temes (molts cops formulats en negatiu)	- No-presència de llenguatge vulgar - No-presència d'escenes violentes o pornogràfiques - Construcció imatges de la masculinitat i feminitat
Tipus de contingut	- Rellevància del tema per a l'espectador - Proximitat - Realisme (si fa que la gent pensi sobre el que l'envolta)
Innovació temàtica	
No-trivialització	
Originalitat tractament	
Àmbit: forma dels programes TV	
Característiques del guió	- Estructura narrativa - Construcció dels personatges
Intertextualitat o autoreflexivitat	- Com els textos n'incorporen d'anteriors (mateix programa, cinema, altres mitjans, pròpia realitat)
Tècnica	So, música, fotografia, il·luminació, direcció, càsting, actuació, vestuari, maquillatge, edició, qualitat tècnica, efectes especials, grafisme, decorats.
Àmbit: referències al gènere	
Programa a compleix funció genèrica	- Informatiu informa
Dificultat d'encasellar programa en un gènere concret	- Híbridació de gèneres - Gèneres en transició

Pel que fa a l'àmbit de la interrelació entre contingut i forma o *artistry* es refereix a com s'afecten mútuament en el missatge audiovisual. Pujadas situa aquestes variables en relació amb l'exercici de

determinades professions i àmbits de referència, ja que “ajuda a entendre la diversitat de nocions existents com a fruit dels diferents tipus de socialització i àmbits de treball en els quals els diferents individus i/o col·lectius porten a terme la seva feina”. Per aquest motiu “la uniformitat en la interpretació de la qualitat a la televisió en un debat on intervinguessin diferents sectors socials – polítics, programadors, productors i audiència - seria poc creïble”, ja que un tindria més capacitat d'imposar la seva noció de qualitat (Pujadas, 2002: 9).

Gutiérrez (2000), per exemple, defineix sis perspectives des de les quals abordar l'estudi de la qualitat a la televisió (Taula 2).

Taula 2. Perspectives de la qualitat televisiva (Gutiérrez, 2000).

Perspectiva	Implicacions
1. Criteris generals	Servir demandes del públic pel que fa informació, entreteniment i oci; respectar la pluralitat de creences, opinions, tradicions ètniques; estimular positivament la imaginació dels espectadors; respectar la legalitat de la cultura nacional; fomentar el coneixement i l'intercanvi de diferents tradicions culturals; i presentar treballs d'art de reconeguda qualitat.
2. Gèneres, models de producte i pràctiques professionals	Professionalitat, motivació de l'equip de producció, accés a recursos materials, llibertat per exercitar habilitats i desenvolupament de les pròpies idees.
3. Principis i funcions que ha de desenvolupar la televisió	Oferir una diversitat d'opcions, una constant ampliació del tipus de temes y de perspectives; buscar constantment la innovació, no repetir fórmules, explorar, córrer riscos, sorprendre, estendre les fronteres: ús del llenguatge, la claredat de l'argument, evitar la utilització d'un llenguatge especialitzat, la rellevància de la imatge.
4. Imaginació	Oferta de programes que obrin la imaginació de l'espectador.
5. Perspectiva de la Televisió sueca	Relació entre conjunts de característiques (del programa) i el conjunt de valors (d'avaluació). El sistema en el seu conjunt ha de considerar la cerca i avaluació de la dels programes que fomenti un ampli espectre dels diferents tipus d'excel·lència a la que els realitzadors poden aspirar.
6. Perspectiva de la Televisió japonesa	Valor que espera que contribueixi al desenvolupament de la cultura, incloent la transmissió de tradicions, la creació de noves formes culturals i la promoció d'activitats, educatives, culturals i esportives.

El mateix autor cita també una sèrie de factors que posen en perill la qualitat a la televisió, com són la obligació de maximitzar els índex d'audiències, la por a fracassar per la pressió dels índex d'audiències, la manca de temps per a la creació i realització de programes, tenir com a criteri prioritari maximitzar les audiències o que els equips de producció tinguin la consciència d'estar treballant només per aconseguir diners.

En el debat sobre la qualitat a la televisió infantil, la violència ocupa un lloc important, deixant de banda qüestions més amples com la diversitat, la identitat cultural o la seva regulació (Pereira, 2005). Tots aquests elements formen part del que forma part de la qualitat televisiva, però Pereira adverteix que per a la majoria de programadors de televisions privades una televisió de qualitat és la que aconsegueix audiència, mentre que de les televisions públiques considera que una programació de qualitat per a nens i nenes hauria d'oferir una diversitat de continguts, orígens, formats, personatges i gèneres; atendre la diversitat de públics, tenir qualitat estètica; tenir horaris d'emissió ajustats; associar el component pedagògic amb el component lúdic i d'entreteniment; ser formativa i informativa; apostar per la producció nacional; ajudar a construir la identitat socio-cultural de nens i nenes; sensibilitzar els nens i nenes per al món de l'art, estimulant les expressions com la música, la dansa, la pintura i el teatre; oferir productes que responguin i fomentin la curiositat i la imaginació de nens i nenes; i desenvolupar l'esperit crític (Pereira 2005: 185).

Una altra de les funcions de la televisió té a veure amb el fet de que el procés educatiu no descansi només a l'escola i que també es nodreixi amb els continguts de la televisió (Caffarel, 2005). Això implica una responsabilitat de la televisió com a servei públic per garantir el dret a la informació dels ciutadans, també dels nens i les nenes. Ha de contribuir a la seva formació cívica, cultural, social, entesa en sentit profund i universal. L'objectiu és promoure valors i generar una consciència crítica. Així, el millor exponent de la qualitat és el compliment de la missió de servei públic que té encomanada la televisió pública, que ha d'assegurar la diversitat i arribar a àmplies audiències, pel que també és fonamental educar, ensenyar a veure la televisió i a entendre el mitjà (Camacho, 2005).

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) apunta uns indicadors per avaluar el grau d'acompliment dels objectius del servei públic: índex de varietat programàtica general, diversitat informativa, pluralisme polític i social, valors, audiència (en quantia i diversitat), èxit de *target*, innovació en programes, gèneres i formats, saturació publicitària, i motor de la indústria audiovisual:

“La qualitat com a instrument ha de tenir vocació majoritària, no pot ser per a minories. I això s'aconsegueix amb la qualitat de la producció, de la realització, dels formats i les idees, dels guions, de l'escenografia, dels conductors d'un programa... i, sobretot, aplicant els principis, els valors cívics i un codi ètic i professional. I no podem passar per alt que la televisió de qualitat és cara, pel que necessita d'un finançament estable i suficient. Les televisions públiques més eficaces són les que aconsegueixen combinar audiència i distinció, com la ARD o ZDF alemanyes, SVC a Suècia o BBC al Regne Unit” (CAC, 2002: 31).

Així, la qualitat a la televisió i, més en concret, la qualitat de la informació a la televisió estan estretament relacionades amb uns valors i una ètica professionals que s'estenen en tots els àmbits de producció audiovisual, pel que en el cas dels informatius infantils, en tant que servei públic, també s'haurien d'establir els criteris per assolir aquesta qualitat i mantenir-la.

Quan ens centrem en la qualitat de la informació, English anomena com a elements essencials que constitueixen la naturalesa de la qualitat informativa una “clear definition or meaning of data, correct value(s), and understandable presentation” (English, 1999: 19). González, per la seva banda, estableix com a dimensions de la qualitat de les notícies la qualitat formal, la qualitat de contingut (diversitat, independència i objectivitat) i la qualitat social (característiques legals i atributs socials) (González, 2011).

Sobre la televisió infantil de qualitat hi ha pocs estudis específics. A través de les manifestacions de diversos autors en aquest camp, no obstant, Lucrezia Crescenzi (2010) ha resumit les principals característiques que haurien d'assumir els programes dedicats a nens i nenes en cinc punts principals (Taula 3).

Taula 3. Resum de les característiques dels programes de qualitat segons Crescenzi, 2010.

1. Presentar clares diferències entre realitat i ficció	Els nens més petits no dissocien les escenes de ficció televisiva de la vida real, no saben que els personatges televisius són interpretats per actors. Amb l'edat augmenta la capacitat de jutjar la realitat, influenciada per les característiques formals del llenguatge i per l'experiència social.
2. Aprofundir en el coneixement de la pròpia i d'altres cultures	Els programes televisius han de permetre al nen conèixer i reconèixer, en el que veuen, la pròpia història, cultura i tradicions, confirmant la percepció del propi ambient i de si mateix, això, sense renunciar a desenvolupar el coneixement d'altres cultures. La televisió pot ser un mitjà eficaç per mostrar el que passa al món, els hàbits i tradicions en les diferents cultures prescindint de les representacions estereotipades i promovent les idees a favor de la igualtat de drets i les narracions que presentin una pluralitat ètnica, cultural, ideològica, social o sexual.
3. Proposar models de comportament i solució de problemes	La força perceptiva de les imatges, el poder exemplificatiu i d'analogia, converteixen potencialment a la televisió en un instrument ideal per proposar continguts positius, prosocials i de reflexió empàtica, basats en valors com la solidaritat i la cooperació. Davant accions de violència física o psicològica un programa de qualitat per a nens hauria de mostrar els efectes i conseqüències negatives d'aquestes accions sobre la persona o l'entorn social, promovent la seva valoració crítica o sancionant.
4. Estimular la curiositat i l'articulació de la dimensió estètica	La televisió pot ser un instrument útil per estimular la curiositat cognitiva i desenvolupar una cultura visual personal i col·lectiva. La curiositat és una qualitat relacionada a emocions positives, a la construcció d'una personalitat optimista, a l'elaboració d'una identitat flexible i dinàmica. El desenvolupament de la sensibilitat estètica pot trobar canals de difusió importants en les retransmissions televisives.
5. Promoure valors relacionats amb el desenvolupament de la identitat personal	Els estudis de psicologia evolutiva coincideixen a considerar el desenvolupament de la identitat un dels resultats més importants que l'ésser humà arriba en els primers anys de vida. Els programes televisius infantils haurien de presentar positivament els personatges que mostrin una acceptació i una actitud responsable del propi cos, potenciant l'aparició de subjectes que presentin la màxima diversitat física i psicològica i que adoptin actituds optimistes a més d'una manifesta confiança en si mateixos. S'haurien de mostrar actituds i capacitats de decisió autònomes i independents davant de qualsevol pressió comercial, social, cultural i política.

Al costat de la confusió entorn el terme qualitat informativa a la televisió infantil, i al del problema de la programació inestable hi ha també el de la complexitat de la difusió. En l'article *¿Cómo es la televisión que tenemos?* Valentí Gómez i Oliver (2005), apunta que tot i haver-hi molts programes de qualitat aquests no troben difusió. Gómez cita com a causa d'això el que anomena “nou renaixement” o “humanisme cibernètic”, que implica una nova mirada al món. No obstant, és en aquest món en què, segons l'autor, l'ésser humà evoca una nova mirada en el que la formació mitjançant habilitats comunicatives en mitjans de comunicació és fonamental per a la formació en valors. Gómez relaciona la qualitat de la programació televisiva infantil amb conceptes com el d'alfabetització mediàtica o edu-comunicació, a la vegada que assegura que l'elaboració de criteris de qualitat i la posterior aplicació d'aquests només és possible a través de la col·laboració de diferents especialistes.

En les reflexions que l'Observatori Europeu de la Televisió Infantil (OETI) va presentar com a material de treball per a la *III Jornada Telediarios infantiles y juveniles en el mundo: reflexiones y experiencias*, celebrada a Madrid el 8 i 9 de maig de 2006, hi trobem algunes opinions d'aquests diferents especialistes, com la de la productora executiva del programa *Gt Ragazzi* de la cadena italiana RAI, Roberta de Cicco. De Cicco afirma que per millorar la confiança entre els nens i nenes fan el programa amb ells, és a dir, els entrevisten, i també els fan participar enviant missatges al programa. A la vegada també proposen projectes d'educació mediàtica per ensenyar-los els trucs de la televisió. La productora italiana adverteix de la necessitat de coordinar mitjans, família i escola com a agents capaços d'actuar per crear una audiència conscient i ben informada.

Una perspectiva diferent és la que aporta Ferran Casas (2005), la de la qualitat com a aspiració, que obliga, més que altres, a dissenyar un sistema d'avaluació obert, en el qual es “poden sumar punts, però no hi ha un límit definit (perquè és borrós)”, i aleshores cal parlar de “nivells progressius i continuats de qualitat” (Casas, 2005: 3). A *La qualitat en la programació de la televisió infantil: Proposta de criteris i d'indicadors per avaluar-la*, l'autor diu que no existeix una solució única ni òptima per als reptes d'avaluar la qualitat de la programació infantil i juvenil ni per aconseguir una programació d'alta qualitat, perquè el grau de satisfacció de cada agent social implicat serà diferent (Casas, 2005: 2).

Tot i això, considera la possibilitat de diferents vies d'aproximar-se al que anomena “bones” solucions, cadascuna de les quals requereix consensos dinàmics. Casas parteix de la suposició que la programació ha d'establir uns barems de qualitat diferents en funció de l'edat i recull reflexions i propostes de la literatura especialitzada per identificar uns indicadors, ja que tota avaluació de la qualitat està integrada per uns criteris de valor i un sistema de mesurament (Taula 4).

Pereira descriu a *A qualidade na televisão para crianças* (2005) que tot i que la oferta de programes per a nens i nenes ha augmentat (especialment degut a la televisió per cable), aquesta ha anat acompanyada d'un descens de la qualitat i de la diversitat a nivell dels gèneres, formats, continguts i públics. Una de les causes que adverteix és el predomini de l'animació d'origen nord-americà i japonès acompanyat d'un abandonament gradual d'altres gèneres, especialment l'informatiu, a més d'una desproporció entre l'oferta de programes de producció nacional i de programes importats i la tendència a l'emissió de programes associats a un fort merchandising. Una altra alarma que anomena és la de que els programadors opten per eliminar programes per a audiències molt específiques en benefici d'altres productes que puguin interessar a una audiència més ampla.

Taula 4. Selecció i resum dels criteris per a l'avaluació de la qualitat a la televisió infantil (Casas, 2005).

Criteri	Criteri de valor
Que sigui específica	Manifestació de l'operador de televisió en aquest sentit.
Que sigui comprensible	Claredat de l'argument, llenguatge i continguts.
Que presenti i/o promogui la diversitat	Diversitat i pluralitat humana (ètnica i cultural).
Que presenti i/o promogui valors socials positius	Presentació de valors humans i socials positius.
Que doni bona informació	Informació d'actualitat, de manera objectiva i imparcial.
Que l'audiència infantil estigui informada de manera apropiada	Comprovació de que la cadena emet informació anticipada sobre la programació, adreçada de manera adequada.
Que estimuli la persona espectadora	Propostes de reflexió, descobriment de l'art i la cultura, promoció de la interactivitat amb el mateix programa.
Que eduqui	-
Que inclogui experiències dels mateixos infants	Presència d'infants mostrant experiències reals de la seva vida actual, en diferents moments de la programació infantil.
Que inclogui demandes del públic	Incorporació comprovada de demandes fetes per l'audiència infantil o adulta, mitjançant enquestes, cartes al director, interactivitat presencial amb els espectadors, negociacions amb les AMPA o amb altres agents socials implicats.
Que presenti i/o estimuli activitats de promoció humana	Espais on es presentin i estimulin comportaments humans concrets i positius (per tant, "modeladors") referits a ell/a mateix/a, als altres, al medi ambient.
Que promogui respecte i/o divulgui els drets dels infants	Contingut relacionat amb la Convenció de les Nacions Unides sobre els drets de l'infant, conforme com està ratificada, incorporada i desenvolupada en el dret positiu espanyol i català.
Que innovi (originalitat)	-
Que inclogui criteris d'anàlisi i/o descodificació dels mateixos mitjans audiovisuals per a infants	Que s'inclogui algun espai per ajudar els infants de l'audiència a interpretar de manera crítica les imatges i els continguts televisius i/o d'altres mitjans audiovisuals.
Que inclogui orientacions per a pares, mares i personal educador relatives als mitjans	Que s'inclogui algun espai per orientar els pares, les mares i el personal educador a treballar amb els infants la interpretació crítica de les imatges i els continguts televisius i/o d'altres mitjans audiovisuals.
Que mostri i/o promogui connexions amb el món escolar	Que inclogui algun espai per articular la vida escolar amb l'entorn sociocultural del territori.
Que mantingui criteris restrictius a la publicitat	Comprovació de que la publicitat es limita a una durada màxima establerta i que n'exclou la inapropiada.
Que mantingui criteris restrictius per a la presentació de violència, sexualitat i llenguatge groller	Comprovar que durant la programació no es presenten escenes d'aquest tipus o bé que s'acompleixen sense dubtes els criteris restrictius establerts pel CAC.

1.3 Regulació i autoregulació de la televisió infantil

La majoria d'organismes europeus internacionals parlen de televisió i infància en termes de protecció (Taula 5). La Comissió Europea, per exemple, va redactar al 2006 unes Recomanacions per a la protecció dels menors i de la dignitat humana en els serveis audiovisuals i d'informació, en que si bé es parla d'aspectes relacionats amb la televisió infantil no en contempla els seus continguts de manera diferent als de la televisió convencional.

No hi ha una definició unificada del que és la televisió infantil i, per tant, la regulació i autoregulació al seu entorn la trobem en lleis i codis o molt generals (que tracten el tema de passada) o molt específics (que se centren només en un determinat aspecte de la televisió infantil). La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) espanyola, per exemple, defineix la televisió infantil com a “aquella oferta difosa per aquest mitjà de comunicació que té com a destinataris els espectadors infantils i que adequa els seus continguts, gèneres i formats a l'estadi evolutiu d'aquest segment d'edats” (AUC, 2008).

El concepte “espectadors infantils” també resulta ambigu, encara que des del punt de vista legal els menors són els que encara no han fet els 18 anys, hi ha certes diferències en la consideració de nens i nenes quan es tracta de contingut audiovisual. El Codi PAOS, per a la regulació de la Publicitat d'Aliments dirigida a menors per a la prevenció de la Obesitat i Salut, considera els destinataris fins als 12 anys d'edat. El Codi PEGI (Pan European Game Information), creat per les empreses de videojocs, distingeix entre productes per a més de 3, de 7, de 12 i de 16 anys en l'àmbit dels menors. D'altra banda, la qualificació de pel·lícules segons l'Instituto de las Ciencias y las Artes Audiovisuales (ICAA) espanyol i la qualificació de programes de televisió d'acord amb el Codi d'Autoregulació de Continguts Televisius i Infància distingeixen entre programes no recomanats per a menors de 7 anys, no recomanats per a menors de 13 i no recomanats per a menors de 18. Segons l'AUC:

“En términos de consumo televisivo, es decir, de audiencia televisiva infantil, teniendo en cuenta que no contamos en España con datos de audiometría de espectadores menores de 4 años, las explotaciones estándar suelen considerar una cohorte de edad de 4 a 13 años y otra a partir de los 13 hasta la mayoría de edad. Nosotros, en un estudio

Taula 5. Principals punts legislatius relatius a televisió i infància.

EUR	Comissió Europea. Televisió sense fronteres	Se prohíben los programas de carácter pornográfico o extremadamente violentos. Esta prohibición se aplica a todo programa que pueda perjudicar a los menores, a no ser que cumpla criterios de horario o esté sujeto a medidas técnicas de protección.
EUR	Convención sobre los Derechos del Niño (Naciones Unidas)	Artículo 13: 1. El niño tendrá derecho a la libertad de expresión. Artículo 17: Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental.
ESP	Artículo 20 Constitución Española	1. "Se reconocen y protegen los derechos a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones (...). 4. Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título (derechos fundamentales y libertades públicas), en los preceptos de las Leyes que lo desarrollan y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.
CAT	Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya. Article 81 Protecció de la infància i la joventut	1. Els prestadors de serveis de comunicació audiovisual no poden difondre el nom, la imatge ni altres dades que permetin d'identificar els menors en els casos en què, amb el consentiment o sense el consentiment de llurs pares o tutors, en puguin quedar afectats l'honor, la intimitat o la imatge. 3. Els prestadors de serveis de ràdio o televisió no poden oferir cap contingut que pugui perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels menors. D'una manera particular, es prohibeix la difusió, pels dits prestadors, de continguts pornogràfics o de violència gratuïta.
UK	Communications Act 2003	La vulnerabilitat dels infants els posa com a col·lectiu necessitat d'especial protecció davant dels mitjans de comunicació.
DEU	Jugendschutzgesetz i Jugendmedienschutz- Staatsvertrag	Decreta prohibicions sobre continguts mediàtics (Indexació) per tal de que no siguin accessibles als infants. Promoció de l'educació en comunicació basada en valors. Sensibilitzar la població sobre els problemes de la protecció de la joventut davant dels mitjans de comunicació. Restricció de la publicitat. Restricció dels horaris protegits.

de próxima aparición hemos optado por analizar los comportamientos y actitudes de los menores entre 7 y 12 años segmentando entre los de 7 a 10 y los de 10 a 12 años” (AUC, 2008: 1).

Aquesta associació també adverteix de que seria un error considerar televisió infantil la que s'emet en franges d'horari protegit o la que té un pes important d'infants entre la seva audiència. Així com tampoc es pot considerar televisió infantil aquella en que no hi ha continguts inadequats.

Que la televisió tingui un paper important en les vides de nens i nenes, però, no vol dir que els continguts que nens i nenes consumeixen siguin automàticament televisió infantil. A aquest efecte també es manifesten organismes com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC):

“La televisió és un mitjà de comunicació que, explícitament o implícitament, transmet determinats valors. Cal que els valors que transmeten les televisions públiques i privades no s'allunyin ni contradiguin els valors universals (la justícia, la llibertat, la solidaritat, el respecte a les diferències, la igualtat, la vida, la pau...). Per això, creiem que els continguts dels programes infantils i juvenils han de respectar els valors presents en la Declaració Universal dels Drets Humans i en la Constitució Espanyola, i cal que tinguin, com a marc de referència, els valors establerts en diferents normatives --Llei 1/1990, de 3 d'octubre, d'ordenació general del sistema educatiu, Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció dels infants i els adolescents, Llei 25/1994, de 12 de juliol, modificada per la Llei 22/99, de 7 de juny, de la televisió sense fronteres-- i els diversos codis d'autoregulació de les cadenes televisives” (CAC, 2002: 3).

A l'article *Children's Media Policy. International perspectives* Amy B. Jordan explica com les polítiques públiques serveixen per propiciar les experiències de nens i nenes amb els mitjans de comunicació, i ja adverteix que la regulació reflecteix models històrics, econòmics, i socials, i les seves prioritats. Tot i que l'especial de la revista *Journal of Children and Media* en que s'inclou l'article aporta una visió sobre el tema a diferents parts del món, Jordan remarca la necessitat de recerca en aquest camp:

“Media policy is not solely situated in government. It shapes and is shaped by a larger system of economics and politics and is often

rooted in history and tradition. Policy, moreover, is negotiated across a broad range of institutions and actors. Though one realm of policy making is that of the official laws, acts, regulations, and enforcement agencies, an equally important ground, as pointed out by Chakravartty and Sarikakis (2006), is that occupied by “publics that engage in more informal ways with the social outcomes of policy shifts whether as audiences, consumers, citizens or merely by exclusion” (p. 5). We must continue to strive to understand how policy affects the public (and audience) whom it is designed to protect and serve: the children themselves.” (Jordan, 2015: 2)

Pel que fa a l'autoregulació, des de la deontologia i l'ètica periodística ha sorgit una reflexió professional i crítica sobre la necessitat de realitzar una informació responsable ajustada als valors tradicionals del periodisme i que no vulneri els drets individuals i col·lectius. En la proposta de taxonomia d'aquests principis periodístics de Salvador Alsius (1998), els valors deontològics es classifiquen en quatre grups: veritat, llibertat, responsabilitat i justícia. Cadascun d'aquests quatre principis agrupa dins seu un conjunt de normes, criteris i recomanacions que els codis deontològics nacionals, estatals i internacionals recullen (Figueras i Mauri, 2010). Quan ens referim al dels menors, cal buscar en l'apartat de responsabilitat les recomanacions de cara a fer-ne un tractament que sigui el més adequat possible i que els protegeixi.

En el marc del projecte I+D+i “Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos” realitzat pel Grup de Recerca en Periodisme de la Universitat Pompeu Fabra es va dissenyar i desenvolupar una base de dades de codis deontològics, estatuts de redacció i llibres d'estil⁵, a partir de la qual s'han recollit els principals punts relatius als menors d'edats que tracten aquest tipus de documents (Taula 6).

⁵ Base de dades de codis deontològics, estatuts de redacció i llibres d'estil a l'estat espanyol, desenvolupada en el marc del projecte I+D+i “Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos” (Ministeri de Ciència i Innovació, 2006-2010, SEJ2006-05631-C05-01/SOCI). Equip responsable: Grup de Recerca en Periodisme (Universitat Pompeu Fabra); IP: Salvador Alsius Clavera. Web: http://eticaperiodistica.org/investigacion_cat.html

Taula 6. Selecció de les principals referències als menors en els codis d'autoregulació de la professió periodística espanyols.

Codi	Article i text
Codi deontològic dels periodistes catalans	Art. 11 Tractar amb especial cura tota la informació que afecti a menors, evitant difondre la seva identificació.
Código deontológico de la profesión periodística	Art. 4d Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores. Art. 6 Los criterios indicados en los dos principios anteriores se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. En particular, el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad.
Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia	• Garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los menores que participen en la programación televisiva. • Fomentar el control parental, de modo que se facilite a los padres o tutores una selección crítica de los programas que ven los niños. • Colaborar en una correcta y adecuada alfabetización de los niños, evitando el lenguaje indecente o insultante, incluyendo, expresamente, los mensajes SMS que aparecen en pantalla. • Evitar la incitación a los niños a la imitación de comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud, especialmente: la incitación al consumo de cualquier tipo de droga y el culto a la extrema delgadez. • Evitar la utilización instrumental de los conflictos personales y familiares como espectáculo, creando desconcierto en los menores. • Evitar los mensajes o escenas de explícito contenido violento o sexual que carezcan de contenido educativo o informativo en los programas propios de la audiencia infantil, así como en sus cortes publicitarios. • Asignar profesionales cualificados a los programas destinados al público infantil. • Sensibilizar con los problemas de la infancia a todos los profesionales relacionados con la preparación de la programación o de las emisiones, del modo que se considere oportuno por cada empresa televisiva. • Fomentar que los presentadores o conductores de programas en directo adviertan las situaciones que puedan afectar a la protección de los menores de forma que se minimicen los eventuales perjuicios que puedan causarles. • Evitar las demostraciones de ciencias ocultas o de culto a las sectas, sin finalidad educativa o pedagógica para alertar a los menores. • No se emitirán imágenes ni menciones identificativas de menores como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos. • No se utilizarán imágenes ni menciones identificativas de menores con graves patologías o incapacidades con objeto propagandístico o en contra de su dignidad. • No se mostrará a menores identificados consumiendo alcohol, tabaco o sustancias estupefacientes. • No se entrevistará a menores identificados en situaciones de crisis (fugados de su casa, que hayan intentado el suicidio, instrumentalizados por adultos para el crimen, involucrados en la prostitución, con sus padres o familiares allegados implicados en procesos judiciales o reclusos en la cárcel, etc.). • No se permitirá la participación de menores en los programas en los que se discuta sobre el otorgamiento de su tutela en favor de cualquiera de sus progenitores o sobre la conducta de los mismos. • No se utilizará a los menores en imitaciones de comportamientos adultos que resulten vejatorias. • Se evitará la emisión de imágenes de violencia, tratos vejatorios, o sexo no necesarios para la comprensión de la noticia. • Se evitará la emisión de secuencias particularmente crudas o brutales. • En los casos de relevante valor social o informativo que justifiquen la emisión de las noticias o imágenes antes referidas, se avisará a los telespectadores de la inadecuación de las mismas para el público infantil.
Manual de estilo	[A] Principios y normas de actuación

para informadores de radio: RTVE- Radio Nacional de España	e) La protección de la juventud y de la infancia.
Principis d'actuació dels mitjans de la CCMA	2.3.3 Imatge dels menors La protecció dels menors serà matèria en què els professionals dels mitjans hauran de posar una cura molt especial. Els menors no podran ser objecte de programes en què estiguin exposats al sofriment, al ridícul o a la sobreexplotació. En cap cas han d'aparèixer si no es compta amb el consentiment dels pares o tutors. En els programes informatius només es difondran o es demanaran declaracions a nens o joves quan la matèria informativa sigui clarament propícia a comptar amb la seva opinió, i mai en casos en què estiguin sotmesos a circumstàncies emocionals extraordinàries. La legislació vigent prohibeix expressament emetre imatges de menors de 16 anys relacionades amb fets delictius. També cal tenir present la prohibició legal de divulgar les dades relatives als infants que, provenint de famílies desestructurades, són donats en adopció o van a viure en centres d'acollida. Pel que fa als menors entre 16 i 18 anys, la llei no prohibeix explícitament emetre imatges de joves d'aquesta edat; amb tot, la protecció que mereixen exigeix no abusar d'aquelles imatges que facilitin una ràpida i clara identificació del jove. 3.1.1 Protecció de la infància És voluntat de la CCRTV preservar l'audiència infantil d'aquells continguts que puguin suscitar actituds agressives i indesitjables, o induir a idees destructives. En conseqüència, en les emissions destinades al públic infantil s'evitaran: a. Les escenes de violència, especialment les que tinguin com a escenari un ambient familiar similar al de l'infant. En els gèneres fantàstic i d'aventures es vetllarà perquè la violència no s'hi manifesti d'una manera innecessàriament gratuïta o efectista. b. La formulació de missatges contra la dignitat de les persones, o que comportin discriminació per raó d'ètnia, sexe, religió, ideologia o procedència social o territorial. c. Els missatges i escenes que els puguin incitar al consum de qualsevol tipus de droga. d. Aquelles seqüències o comentaris que puguin induir a la ludopatia. e. Les paraules innecessàriament malsonants, així com l'ús deliberadament incorrecte de la llengua. f. Els comentaris i escenes d'explícit contingut sexual que, sense valor informatiu o educatiu, puguin afectar la sensibilitat dels més joves, en programes especialment dirigits a l'audiència infantil i juvenil, inclosos els talls publicitaris i les promocions d'altres espais. g. L'emissió de programes destinats a crear un star-system infantil, en què els infants mostren les seves presumptes aptituds artístiques, amb clara vocació d'imitar el món dels adults. El punt horari que marca la línia divisòria entre una programació familiar per a tots els públics i una programació adulta es fixa de les 6 a les 22 hores. En la programació i els espais publicitaris i d'autopromoció que s'emeten abans d'aquesta hora s'ha de tenir en compte que hi pot haver una presència important de públic infantil, de manera que han d'adequar els seus continguts a aquesta circumstància. 3.11 La sexualitat Com a servei públic que és, la CCRTV té l'obligació d'educar i de divulgar la vivència d'una sexualitat sana, d'ensorrar falses creences sobre la sexualitat i de generar conductes de prevenció en aquells aspectes de la sexualitat que cal prevenir: el sexisme, les agressions sexuals, les conductes homofòbiques, els embarassos no desitjats i les malalties de transmissió sexual. Tanmateix, a pesar dels grans canvis socials i sexuals i dels coneixements que la sexologia va aportar a mitjan segle XX, la sexualitat humana encara està plena de tabús i de prejudicis. El fet de parlar obertament de la sexualitat o de mostrar imatges d'escenes eròtiques encara provoca en una part important de la nostra societat sensacions de malestar o de rebuig. Donat que la sexualitat és un tema que genera sensibilitats diverses, la CCRTV ha de ser especialment curosa en el tractament d'aquesta matèria i els seus mitjans ho faran amb els criteris

	següents: - Les imatges sobre la sexualitat no seran utilitzades per contribuir a una explotació eròtica o objectual que reforci els estereotips de gènere. - La informació sobre l'orientació sexual d'una persona no és donarà si no és informativament rellevant. En el cas que ho sigui, es tractarà amb normalitat i respecte, considerant que totes les societats les conformen persones amb una orientació sexual diversa. - Les escenes de sexe explícit en pel·lícules o materials de ficció hauran de ser emeses en franges horàries reservades al públic adult. Tot i que algunes vegades caldrà tenir en compte que les imatges sexuals poden tenir uns valors i un sentit formatiu que les poden fer recomanables al públic adolescent. - No s'emetran mai imatges de sexe explícit protagonitzades per menors d'edat. - La protecció de la identitat dels menors que hagin estat víctimes d'agressions sexuals serà total. La preservació de la identitat també es farà extensible als familiars i amics de la víctima.
Libre d'estil de BarcelonaTV	Menors Les imatges de menors no poden ser enregistrades sense el consentiment dels seus progenitors (així ho sol·liciten les escoles). Si així i tot es tracta d'un fet noticiós delicat que ho requereix, es distorsionarà el rostre dels menors, ja siguin imatges fixes o animades. Aquesta precaució no afecta continguts més "amables".
Libro de estilo Servimedia	Menores El Consejo Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) fija como uno de sus principios generales el que "se prestará especial atención al tratamiento (informativo) de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores". En Servimedia establecemos que un menor va desde un recién nacido hasta un joven de 18 años. Desde el primer año de edad hasta los 12 serán niños/as y, entre los 13 y los 18, jóvenes o adolescentes. Es, en todo caso, una regla abierta, en la que aplicaremos el sentido común, puesto que joven también lo es alguien que tiene 28 años, pero quizá no tanto quien calce los 39, aunque a él le parezca que sí: más que joven, estamos hablando de un adulto. Si inmigrantes, prostitutas, personas adictas, etcétera, merecen toda nuestra atención, cuando no el mayor de los respetos en el tratamiento de informaciones en las que sean protagonistas, principales o colaterales, en el caso de menores la exigencia debe ser aún mayor. La sensibilidad debe acentuarse al abordar noticias en las que un menor es protagonista, tanto si es por un hecho feliz como por todo lo contrario. El menor que delinque, sea cual fuere la gravedad de la acción de la que se le acusa, exige de nosotros el mismo respeto que otro que por razón de su popularidad –por ser cantante, por obtener un premio o ser el estudiante del año– llama nuestra atención informativa. Especial tratamiento recibirá el menor cuando sea protagonista informativo en condición de víctima de abusos sexuales. La pederastia es una práctica perseguida y penada, que en los últimos tiempos adquiere singular relevancia en relación con las nuevas tecnologías. Las publicaciones y ediciones digitales de Servimedia se abstendrán de difundir imágenes de menores violentados, a excepción de aquéllas que hayan sido suministradas por la Policía, y por tanto filtradas, en actuaciones policiales contra este fenómeno. Aún en este caso, serán los responsables de estas áreas informativas y la dirección quienes tomen una decisión final al respecto. Otro tanto aplicaremos con imágenes en las que un menor es golpeado por otro u otros, en el ámbito de lo que llamamos acoso escolar, mejor que "bullying", expresión anglosajona. Huelga decir que en la redacción de textos vinculados con la pederastia, fenómeno delictivo y degradante hacia el menor como pocos, el periodista eliminará del relato aquellos aspectos más controvertidos, escabrosos o morbosos, que en la mayoría de las ocasiones poco o nada aportan. De igual modo, cuando el menor sea víctima de las redes de prostitución, explotación sexual infantil, o del desafortunadamente llamado "turismo sexual". La seguridad del menor, su identidad y entorno, serán siempre respetados escrupulosamente.

Libro de Estilo Vocento	Principios Editoriales 1.1. Principios editoriales Los periódicos integrados en Vocento son medios independientes, aunque vinculados a unos principios generales comunes. Vocento está comprometido explícitamente con la legalidad democrática que bajo el amparo de la Corona definen la Constitución Española de 1978, así como las leyes que la desarrollan y los estatutos de autonomía. Este compromiso se extiende a la defensa crítica de las instituciones democráticas en sus diferentes ámbitos, de la pluralidad de la sociedad española y de los grandes valores que inspiran el marco de convivencia basado en los derechos y libertades fundamentales que la propia Constitución consagra. [...] Vocento se compromete también con la defensa de los derechos humanos, con la protección de la infancia y con el respeto al honor, la intimidad y el buen nombre de personas e instituciones. Vocento es sensible al fenómeno de la inmigración, que requiere un tratamiento mediático cuidadoso para facilitar la integración de las minorías y la convivencia interétnica. Vocento es independiente de cualquier poder político o grupo de presión económico, pero no es necesariamente neutral ante los conflictos que unos y otros mantengan entre sí, ya que considera necesario salir en defensa de los intereses colectivos que puedan verse perturbados. La labor editorial y profesional de Vocento tendrá como objetivo primordial el servicio al lector, a quien se pretende ofrecer, con una perspectiva lo más amplia posible, todos los datos que le permitan conocer la actualidad y formarse un criterio propio. La separación nítida de información, opinión y publicidad es esencial para la consecución de este fin. Los medios de Vocento tienen su opinión y la expresan de forma explícita cuantas veces lo crean conveniente. Pero, con independencia de ella, respetan y acogen todas las demás ideas y tendencias, con excepción de aquellas que propugnan o condescienden con el uso de la violencia y de las que denotan o favorecen actitudes intolerantes como el racismo y la xenofobia. Los medios de Vocento respetan escrupulosamente todas las creencias religiosas y particularmente son sensibles a la religión católica, por ser la practicada mayoritariamente por la sociedad española. Los periódicos de Vocento sirven a las comunidades a las que se dirigen con la voluntad de contribuir, en el papel que le cabe a un medio informativo, a la defensa de la pluralidad, a la difusión de los valores democráticos, a la libertad y a la convivencia pacífica. 1.2.12.b Ningún menor implicado en un suceso debe ser identificado con su nombre ni tampoco a través de fotografías.
Libro de Estilo de Canal Sur	2.5.8. Menores. Los niños y menores que aparezcan en informativos y participen en programas y reportajes deben estar protegidos. Se considerará cuidadosamente el efecto que la información pueda causar sobre ellos. 9.Las imágenes que muestran violencia en distintas facetas y lugares del mundo son, inevitablemente, un asunto cotidiano. A veces conmueven, en ocasiones indignan, pero también contribuyen a que se generalice la conciencia social contra estas lacras. O quizás a que crezca la insensibilidad en una sociedad cada vez más secuestrada por un síndrome de espectáculo. Pocos aspectos levantan más clamor público entre lo que puede mostrarse y lo que debe ocultarse, lo que el ciudadano quiere ver, y tiene derecho a ver, para interpretar por sí mismo un hecho mostrado correctamente, o lo que un medio, especialmente la televisión, debe restringir. A pesar de estas divergencias no resueltas, la información y las imágenes que emitamos en Canal Sur Televisión y Canal 2 Andalucía en torno a la violencia en general (incluidos terrorismo y conflictos bélicos), la inmigración y el racismo, los grupos minoritarios, sobre asuntos judiciales y delictivos o investigaciones policiales, así como a las minusvalías o cualquier patología física y psíquica, especialmente cuando cualquiera de estas variantes afectan a menores, exigen un tratamiento especialmente delicado. Los datos deben ser, en estos casos, minuciosamente contrastados y sometidos a una revisión léxica concienzuda, por encima de lo habitual. 9.4. Menores de Edad La Convención sobre los Derechos del Niño de 2 de septiembre de 1990

	recoge que éste, por su falta de madurez, «necesita protección y cuidado especiales». En ello incluye «la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño» (Art.13), exige «protección legal» a este derecho (Art. 15 y 16) y recomienda a los medios de comunicación que sus informaciones promuevan «el bienestar social, espiritual y moral, y la salud física y mental», especialmente cuando pertenezcan a un grupo minoritario (Art. 17). Doctrina jurídica y práctica profesional coinciden: El honor, la intimidad y la buena imagen deben ser especialmente preservados en niños y menores de edad. El periodista prestará mucha atención a lo que les afecte como sujetos de una información, como testigos o como allegados de los protagonistas. 9.4.1. Contenidos dañinos En esta línea de la Convención sobre los Derechos del Niño apunta el convenio de autorregulación firmado en 1993 por todas las televisiones de España para evitar los siguientes contenidos perjudiciales: 1. La violencia gratuita ofensiva hacia las personas, cuya presencia se evitará cuando contenga una crueldad traumatizante para el público infantil. 2. La discriminación por cualquier motivo, para lo que se evitará la difusión de mensajes atentatorios para la dignidad de las personas o que impliquen discriminación o desprecio por raza, sexo, religión o ideología. 3. El consumo de productos perniciosos para la salud, a cuyo fin se evitará la incitación al consumo de cualquier tipo de drogas. 4. Las escenas de explícito contenido sexual que, al tiempo que carezcan de valor educativo o informativo, sean capaces de afectar seriamente la sensibilidad de niños y jóvenes, se evitarán en los programas propios de la audiencia infantil y sus cortes publicitarios. 5. El uso de un lenguaje innecesariamente indecente, así como el empleo deliberadamente incorrecto de la lengua, se excluirán. Los cinco puntos se refieren a la programación en general, muy especialmente a la franja de las siete de la mañana a las diez de la noche, fijada como el espacio que debería estar liberado de contenidos violentos o sexualmente explícitos. 9.4.2. Datos perjudiciales La primera duda que surge no es cómo contar algo que afecta a un menor, sino si incluirlo o no incluirlo para evitar un mal insuperable. La conclusión es evidente: un menor no debe aparecer, ni ser nombrado o aludido si ello no afecta al buen sentido de la noticia. En caso contrario, omitiremos los detalles que puedan perjudicarlo, se difuminarán u ocultarán sus rasgos y, como máximo, se dará el nombre de pila y la edad pero se silenciarán las demás circunstancias. Un error común es omitir el nombre o las señas particulares del menor pero no hacerlo con la identidad de sus padres o parientes, en cuyo caso incurrimos por exceso de compensación en el mismo inconveniente que tratamos de evitar. Los menores, especialmente los más pequeños, deben ser protegidos de cualquier tentación morbosa o sensacionalista. Los delitos o las vivencias escabrosas que puedan estigmatizarles se tratarán con celo si no es posible eludirlos. Si el menor es familiar o allegado de un delincuente, o víctima de un delito, no será mencionado. CSTV y C2 Andalucía no contribuirá a polemizar en torno a un niño sometido a un litigio cuyas partes tratan de aprovechar el medio para justificar actitudes, ofrecer argumentos, defender intereses o atacar a quienes se les oponen. Cuando haya indicios de que el testimonio de los padres, tutores, allegados o parientes de un niño es falso, o trata de tergiversar intencionadamente un hecho que se encuentra en manos de la Justicia o la Administración, será descartado. 9.4.2.1. Confidencialidad. El informador debe recordar que, a veces, la verdad está recogida en informes confidenciales, sumarios sometidos a secreto o atestados policiales que no pueden ser dados sin prevención al conocimiento público. Es nuestra responsabilidad asumir que los Servicios Sociales y la Administración sólo intervienen cuando hay indicios o pruebas. A ellos hay que recurrir para contrastar una información delicada, con el compromiso de mantener la confidencialidad que se
--	--

	nos exija. Los empleados o contratados de CSTV y C2 Andalucía se abstendrán de entrevistar a menores sobre temas relacionados con actividades delictivas o que violen su privacidad. Si por cualquier razón se estimase la conveniencia de hacerlo, es obligatoria la intervención sobre imagen y sonido para evitar su identificación. 9.4.2.2. Denuncias. Los periodistas de Canal Sur se comprometen a denunciar, al margen de las fuentes habituales, cualquier situación de violencia física, psíquica o sexual que se ejerza contra menores. Las variantes de maltrato son múltiples y todas deben ser sometidas a una estrecha vigilancia informativa: 1. Maltrato físico. Cualquier acción no accidental de los padres o personas que atienden al menor, que le provoque lesiones o enfermedades. 2. Negligencia o abandono. Las necesidades del menor son desatendidas, temporal o momentáneamente, por los miembros del grupo en el que convive: alimentación, higiene, salud, educación, vestimenta, vigilancia... 3. Maltrato prenatal. Cuando la mujer en gestación desatiende, con intención, los cuidados que su estado precisa, con riesgo para el feto. 4. Maltrato emocional. Situación en la que los adultos responsables del menor, por acción, omisión o privación, le provocan sentimientos negativos para su autoestima y limitan su proceso de maduración con menosprecio continuado, rechazo verbal, insultos, intimidación y discriminación. 5. Maltrato sexual. Grave delito en el que el menor es utilizado con engaño, intimidación o violencia para satisfacer los deseos sexuales del adulto, actividad para la que el menor no está preparado y, por tanto, no tiene capacidad para consentir. 6. Abandono emocional. Situación en la que al menor se le niega el afecto, la estimulación, el apoyo y la protección necesarios para su evolución y su desarrollo. Se produce también por falta de respuesta de los padres o las personas que le cuidan a las expresiones emocionales del menor. 7. Sumisión químico-farmacéutica. Se produce cuando se somete al menor a la influencia de cualquier tipo de droga sin necesidad y sin prescripción médica. Esta sumisión puede causarla un trastorno psíquico de los padres. 8. Maltrato institucional. Deriva de cualquier legislación, procedimiento, actuación u omisión de los poderes públicos, o de la actuación individual del profesional que se relacione con el menor y que pueda generar situaciones perjudiciales o que impidan su desarrollo. 9. Explotación laboral. Situación en la que se utiliza a menores para trabajos donde se obtiene una ganancia. Puede tratarse desde la dureza física de una tarea hasta la utilización activa o pasiva para ejercer la mendicidad. 10. Explotación sexual. Se produce cuando el niño es obligado o inducido a actividades de prostitución o pornografía. En caso de que el menor de edad sea autor de un delito o falta, hay que aplicarle la protección que su edad merece, incluida la presunción de inocencia que tiene, al margen de su edad, todo aquel sobre el que no pesa una sentencia firme. Cuando queramos obtener imágenes o testimonios de menores, es obligatorio el permiso de padres, tutores o quienes estén a su cargo, aunque aparezcan en un ambiente acorde con su edad y circunstancias: escuelas, guarderías, juegos y prácticas deportivas... 9.4.2.3. Hábitos nocivos. Vigilaremos que una noticia no confunda al menor sobre hábitos perjudiciales para la salud, la seguridad o el medio ambiente, actitudes antisociales, apelación al miedo y la superstición, y todo lo que fomenta imprudencia, negligencia o agresividad. También hay que evitar que quienes aparecen en una situación muy habitual consuman sustancias nocivas, aunque sean las admitidas socialmente como el tabaco o el alcohol. La noticia que hable de servicios u objetos de consumo infantil o adolescente, debe plantearse de modo que no explote su inexperiencia, su credulidad y su confianza en determinados personajes. Evitaremos que se incite a su adquisición. Cuando hablamos de sustancias estupefacientes cuya elaboración, tráfico y venta
--	--

	supongan un delito, hay que evitar connotaciones tópicas de normalidad y poner de manifiesto que son actividades ilegales vinculadas a consumos perjudiciales.
Estatuto Profesional de los Medios de Comunicación de la Radio y la Televisión de Andalucía	3.2.9. Se respetará la intimidad y el derecho a la imagen de las personas, especialmente la de los menores de edad.
Llibre d'estil de l'Agència Catalana de Notícies	14a. Drets humans i respecte informatiu Drets del menor – Identitat i imatge La identitat dels menors està preservada, cosa que implica que calen permisos per fotografiar o filmar escoles o llocs amb presència de menors i que no se'n podran difondre imatges sense autorització. Aquest respecte afecta també els fills de personatges públics i els menors de col·lectius minoritaris o de països pobres o en conflicte. En cap cas no farem servir imatges d'arxiu en què apareguin menors per il·lustrar uns altres casos sense indicar-ho. Buscarem, si cal, perspectives que respectin la identitat dels nens. Si la notícia és la participació de menors en algun aspecte de l'actualitat negatiu o conflictiu, buscarem les imatges menys lesives per a l'infant. Per exemple, en el cas d'un reportatge sobre la prostitució de menors, el testimoniarem amb imatges en què no es reconeguin els nens, encara que ho denunciem. Serem molt curosos amb imatges de menors amb discapacitats, malalts o ferits. La producció audiovisual de l'Agència es fa amb respecte a les recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). 14b. El menor com a font Si els menors d'edat són una font informativa, hi tindrem una cura especial sobretot quan es tracti de temes delicats o conflictius. Amb el benentès que disposem del permís citat anteriorment, es tractarà el testimoni amb respecte i en citarem el nom i els cognoms. Menors, mort i crim Són especialment delicats els casos de crims, catàstrofes, accidents i suïcidis en què estiguin implicats menors. Se'n respectarà la identitat malgrat la possible espectacularitat del fet. En el cas dels accidents i crims, els acords professionals són clars pel que fa a no revelar noms ni imatges, com tampoc detalls escabrosos. Quan es tracti d'un suïcida, és un acord tàcit no publicar-ne la informació, per preservar l'àmbit familiar.
Estatuto de Redacción de la Agencia EFE	13. Los periodistas de EFE tendrán singular consideración en el tratamiento informativo que afecte a la infancia y a la juventud. Por norma, las informaciones que puedan ser lesivas para los menores no incluirán su identidad ni podrán ser reconocidos en los materiales gráficos o de video.
Recomanacions sobre el tractament informatiu de la immigració del Col·legi de Periodistes de Catalunya	4. L'aplicació dels drets i dels principis relacionats amb el respecte a la intimitat de les persones ha de ser escrupolosa en relació amb la informació sobre immigració. No haurien d'abtenir-se imatges invasives, o plans curts, sense comptar amb l'autorització expressa dels protagonistes. Les hipotètiques dificultats afegides de comprensió que puguin produir-se entre els mitjans i les persones de recent immigració requereixen extremar la cura a l'hora de garantir que la lliure voluntat d'aquelles no sigui desatesa. Aquesta recomanació i l'anterior han de ser especialment observades quan hi ha menors involucrats.
Manual d'estil periodístic per a informacions sobre casos de violència domèstica o que afecten menors	3 Guardar sempre l'anonimat de les víctimes o afectats en els casos de violència domèstica i de menors. Valorar molt bé la conveniència de publicar o emetre el nom de l'agressor, per si aquesta dada porta a identificar en el seu àmbit la pròpia víctima o familiars directes, sobretot si són menors. Per altra banda, s'ha de tenir en compte que l'anonimat no asseguri la impunitat de l'agressor.

Decálogo: Cómo mejorar la imagen de la juventud en los medios de comunicación	Principios 3) No violar los derechos de su personalidad por razón de la juventud, como si esta condición fuese una agravante de sus propios actos. Recomendaciones: - Se ha de cuidar la alusión a datos personales, como el nombre, domicilio u otras circunstancias que contribuyan a la identificación del joven relacionado con actos delictivos o de marginación social, ya que la difusión de estos datos pueden afectar a su posterior desarrollo psíquico y social. - Se ha de tener en cuenta si la alusión a la condición de joven permite una mayor claridad en la exposición de la noticia o si, por el contrario, no es más que un aspecto accesorio que sólo contribuye a utilizar a la juventud como un mero código informativo que simboliza el desorden y lo imprevisible. - Evitar hipótesis gratuitas en las que se especule con la juventud como causante de situaciones insólitas o desconocidas, como si fuera parte de su dinámica social. - No transmitir imágenes de menores que hayan sido autores, testigos o víctimas de delitos y, en todo caso, a garantizar su absoluto anonimato. - No utilizar a jóvenes con graves patologías, o portadores de minusvalías, para hacer propaganda de terapias de un modo sensacionalista. - No entrevistar a jóvenes en situaciones de grave crisis (por ejemplo, que hayan huido de casa, que hayan intentado el suicidio, que sean explotados por la criminalidad adulta, que estén involucrados en un ambiente de prostitución, que tengan a sus padres en la cárcel y, en todo caso, garantizar su absoluto anonimato).
Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Navarra para el tratamiento de noticias	Los menores de edad tendrán la consideración de personas dignas de una protección especial, por lo que se respetará especialmente el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen de todos aquellos menores de edad que se encuentran afectados, de cualquier modo, por un proceso. No se difundirán imágenes ni dato alguno que permita la identificación directa o indirecta de las víctimas, salvo en los casos de delitos de homicidio o asesinato. En el caso de menores autores de delitos o faltas, los medios no publicarán ninguna información que pueda dar lugar a la individualización del menor delincuente.
Sugerencias sobre cómo informar sobre infancia y violencia	1. Informar de los sucesos relacionados con niños como si estos fueran tus propios hijos. Es decir, ponerse en el papel de las familias afectadas. A la hora de informar de estos asuntos no vale todo: la protección de menores es un derecho fundamental reconocido internacionalmente y como tal debe respetarse. Los menores son sujetos de derecho con plenos poderes. 2. Aplicar los principios éticos elementales en el ejercicio de la profesión periodística. Buscar la veracidad de la información sin precipitaciones, con discreción y transmitirla con imparcialidad, rigor, transparencia y responsabilidad. 3. Extremar el rigor y el celo profesional, confirmar el rumor y contrastar la información para no magnificarla, garantizar su credibilidad y ajustar su trascendencia para no alarmar. 4. Contextualizar los sucesos: evitar informar sobre casos aislados e impactantes sin abordar sus causas y consecuencias. Valorar a tiempo la repercusión de lo que se publica o difunde, porque nuestro trabajo como periodistas va a influir en los ciudadanos del mañana y en su entorno familiar y social. 5. A priori, cualquier periodista está preparado para cubrir una información sobre infancia y violencia. Sin embargo, la especialización resulta clave para contextualizar este fenómeno y abordar en profundidad sus causas, y sus efectos a corto, medio y largo plazo. 6. Respetar la privacidad y confidencialidad de los menores, sean víctimas o agresores. En ninguno de los casos publicar su identidad, imagen, ni datos de su entorno que contribuyan a su identificación. 7. Centrar más la atención informativa en el agresor y no tanto en la víctima. Evitar tanto la demonización del agresor como la justificación de sus actos. Somos periodistas, no jueces. No caer en la victimización de los menores que padecen violencia. 8. No discriminar en función de nacionalidad, raza, religión, sexo, etc.

	9. No caer en el morbo ni el sensacionalismo. No utilizar las noticias sobre infancia y violencia para elevar una audiencia o incrementar la difusión del medio. Evitar el circo mediático y los reality shows, así como el comercio con sucesos sobre infancia y violencia. 10. Evitar los detalles sobre el modus operandi de los agresores que puedan provocar un efecto de imitación. Ser muy cuidadosos con la información, con el lenguaje y no difundir las imágenes grabadas por los propios jóvenes. 11. Contar con la opinión de los expertos para contextualizar las informaciones. Evitar testimonios especulativos de familiares, allegados o falsos testigos. Dar la palabra a los menores en el caso de que su denuncia sirva para mejorar la situación de la infancia. 12. Promocionar el trabajo de entidades dedicadas a erradicar la violencia en el ámbito de los niños e incluir en las informaciones datos sobre organismos, instituciones y asociaciones que puedan servir de ayuda o apoyo a las víctimas. Ejercer una labor de control hacia aquellos organismos tanto públicos como privados que no cumplan su función de protección a la infancia. 13. Analizar el fenómeno de la violencia y la infancia dentro de una problemática global de educación y valores. En este sentido, el papel de servicio público de los medios resulta clave. Más allá de denunciar la situación de las víctimas infantiles, contribuyendo a erradicar el silencio cómplice que en muchas ocasiones rodea los abusos a menores, deben fomentar la sensibilización social hacia este problema, su prevención, además de promover el debate público. 14. Articular mecanismos de cooperación, consulta y apoyo entre periodistas y organizaciones periodísticas de distintos países con el fin de difundir situaciones de la infancia especialmente dramáticas, que afectan a los países del Tercer Mundo y vías de desarrollo.
Recomendaciones del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre la participación de los menores de edad	1. De conformidad con las previsiones contenidas en la legislación vigente en materia de protección del honor, la intimidad y la propia imagen, las emisiones televisivas que cuenten con la presencia de menores de edad deben disponer del previo y preceptivo consentimiento de sus representantes legales (padres, tutores, etc.), así como del propio menor, siempre que lo permitan su edad, grado de madurez y circunstancias personales. Asimismo, tendrá que respetarse la legislación relativa a protección de datos de carácter personal. 2. Con el objetivo de que los menores de edad y sus representantes legales puedan válidamente autorizar la participación de los menores de edad en los programas televisivos, los responsables de los programas deben explicar, en términos comprensibles y con carácter previo a la filmación y/o emisión, el objeto, el contexto y la temática del espacio televisivo. En ese sentido, los responsables de los programas tendrán que utilizar un lenguaje especialmente comprensible para el menor de edad, teniendo en cuenta factores como la edad, el grado de madurez y la capacidad para juzgar sobre su participación y las consecuencias de ésta. 3. Con la finalidad de garantizar y preservar el desarrollo físico, mental y moral de los menores de edad, los responsables de los programas deben evitar, en la participación de los menores de edad, la dramatización y banalización de conductas prohibidas por la legislación vigente y susceptibles de vulnerar los derechos de las personas, reconocidas en la Constitución española y en el Estatuto de autonomía de Cataluña; especialmente, aquéllas que atenten contra la dignidad humana, inciten al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad o cualquier otra circunstancia personal o social. Asimismo, es preciso rehuir de situaciones que puedan causar a los menores de edad, entre otros, estados de agotamiento, estrés, miedo, angustia o crisis. Para la adecuada valoración de los referidos aspectos, es necesario contar con el asesoramiento de profesionales y expertos en la materia. En los casos en los que la participación de los menores de edad se realice en emisiones en directo, los presentadores de dichos programas deberán tener la capacidad de evitar y reconducir la posible existencia de las mencionadas situaciones en el párrafo anterior y rehuir la utilización de lenguaje soez y sexista.

	4 La participación de los menores de edad en programas de televisión no debe verse influenciada o condicionada en ningún momento por los responsables de los programas. 5. Los responsables de los programas deben ser extremadamente cuidadosos, y aunque se cuente con el previo consentimiento, no recurrir a la participación de menores de edad inmersos en situaciones especialmente sensibles y traumáticas, como malos tratos, enfermedades, desestructuración familiar, etc. En ese sentido, deben evitarse situaciones en las que, a pesar de contar con el previo consentimiento, se ponga en peligro a los menores de edad, se vean afectados su equilibrio físico y psíquico, y su intimidad. Para la adecuada valoración de dichas situaciones, es necesario contar con el asesoramiento de profesionales y expertos en la materia. 6. Los responsables de los programas no deben asociar las circunstancias personales adversas de los menores de edad (malos tratos, enfermedades, desestructuración familiar, etc.) como rasgos esenciales de su identidad personal. 7. Los menores de edad deben estar siempre acompañados por alguno de sus representantes legales, o la persona designada por éstos, durante el tiempo de duración de su participación en el programa de televisión. 8. La calificación del programas en los que participen menores de edad tendrá que realizarse de acuerdo con los criterios orientadores establecidos por la Instrucción general del Consejo del Audiovisual de Cataluña sobre protección de la infancia y la adolescencia, señalización orientativa y derecho a la información de las personas usuarias de los servicios de televisión. 9. Una vez visionado el programa, los menores de edad o sus representantes legales podrán oponerse a la emisión de la participación de los menores, entre otros, en los casos en los que esa participación no se haya circunscrito al objeto, al contexto y a la temática previamente descrita en la que se ha fundamentado el previo consentimiento a la participación, o en los casos en los que se hayan producido modificaciones sustanciales en la situación personal de los menores que hayan comportado la oposición de la participación del menor en el programa de televisión. Esa retractación deberá ser razonada y justificada por los representantes legales del menor ante los responsables de los programas. 10. Dichas recomendaciones están especialmente dirigidas a la participación de los menores de edad en los programas televisivos, vista la especial protección de su imagen en los servicios de televisión. No obstante, deben ser aplicables, en todo lo que sea posible, a los servicios de radio.
--	--

La majoria dels documents citats fan referència a la cura en el tractament de la informació relacionada amb els menors d'edat, i apelen al rigor sobretot en aquelles matèries d'especial sensibilitat com els casos de violència, els judicis i la sexualitat. També hi ha la tendència a recomanar aplicar els principis ètics fonamentals de la professió, buscant la veracitat de la informació amb rigor, transparència i responsabilitat.

2 Els nens i nenes com a audiència

*L'infant té el dret a la llibertat d'expressió;
aquest dret inclou el dret a cercar, rebre, i difondre informació i idees de tota mena,
sense consideració de fronteres, sigui oralment, per escrit,
o impreses en forma d'art o per qualsevol altre mitjà triat per l'infant.*

*Article 13.1 de la Convenció sobre els Drets de l'Infant
de les Nacions Unides, 1989.*

Aquest segon capítol recull els aspectes teòrics relatius als nens i nenes com a audiència rellevants per a la recerca. Donar una visió exhaustiva de la relació dels menors amb els mitjans de comunicació en general no és l'objectiu d'aquest treball, però és ineludible que els estudis dels infants com a audiència beuen d'una llarga tradició, tot i que ha estat en les darreres dècades que han tingut una rellevància destacada.

La recerca plantejada en la tesi es basa en els estudis existents sobre mitjans de comunicació i nens i nenes amb origen en la tradició anglosaxona, dins el corrent dels Estudis Culturals britànics. Les seves recerques centrades fonamentalment en estudis qualitius d'audiències han evolucionat des dels seus inicis als anys 50 en què s'investigava el procés comunicatiu aplicant-hi la teoria semiòtica, passant pel concepte d'audiència etnogràfica fins al sorgiment de noves idees que permeten, encara avui, parlar de l'audiència com a grups d'individus i escoltar la seva experiència (Barker, 2008). I això mateix és el que pretén aquesta investigació: conèixer per què nens i nenes veuen informatius infantils o per què no, i què en pensen d'un espai televisiu d'informació específic per a ells i elles.

I és que en l'estudi dels nens i nenes com a audiència específica aquesta evolució s'ha materialitzat en la idea de que la televisió ha deixat de ser manipuladora, però continua tenint una influència important en l'audiència infantil, ja sigui com a finestra que explica el món i que intervé en el debat en el si de les famílies o com a font d'experiències (Morley, 1986; Silverstone, 1996). Tot i que els efectes

dels mitjans de comunicació en l'audiència infantil s'han estudiat des de diferents perspectives, investigadors com Sonia Livingstone al seu article *Do the media harm children* (2007) reivindiquen la necessitat d'ampliar la recerca sobre la influència dels mitjans de comunicació en nens i nenes, especialment per contribuir a la creació de polítiques públiques. Livingstone explica que el tema més controvertit entorn els *media* i els menors és la seva susceptibilitat entorn les influències dels mitjans de comunicació, i que en la recerca existeix un debat latent amb dues postures contraposades:

“It’s a question that divides researchers quite profoundly, because at its heart lies the question of children’s agency. However the two “sides” are labelled— child-centred versus media-centred, constructivist versus positivist, cultural theorists versus psychologists— there remains not only little agreement but, worryingly, little discussion and debate. Put too simply, just to capture the point, it seems that on the one hand, some researchers anchor their investigation by reference to a social problem in childhood (violence, early sexuality, obesity etc.) and then ask, not always subtly, to what extent the media are to blame. As they see it, research should focus on identifying causes, rigorous testing and addressing real-world problems. By contrast, other researchers begin with a critique of this approach (for its simple causal theories, for engendering moral panics, for positioning the child as “victim”) before asking, not always more than descriptively, how children enjoy media, what they gain from them and how skilled or tactical they are in managing the media’s role in their lives” (Livingstone, 2007: 5).

Altres recerques⁶ identifiquen els mitjans com a font d'influència ambivalent per a nens i nenes: d'una banda és positiu que donin accés a informació estesa sobre el món, però de l'altra és negatiu que ensenyi violència, promogui el materialisme i hi hagi la possibilitat de contacte amb persones que vulguin perjudicar els menors.

⁶ The Rights of the Child Aggregate Report 2010. Qualitative Eurobarometer Conducted by TNS Qual+ at the request of Directorate-General for Justice and coordinated by Directorate-General for Communication.

Actualment els estudis d'audiència estan enfocats en la interacció mútua entre individu i societat, es té en compte que allò social influeix en la recepció de la televisió a través de l'individu, idees que porten cap a una personalització de la televisió i la recerca d'audiències en microgrups. Altres factors relacionats amb els avenços tecnològics ho permeten, com és l'augment del nombre de cadenes televisives gràcies a la televisió digital terrestre (TDT), la diversitat de suports de distribució del senyal, la televisió per pagament o la interactivitat a través d'internet i de les xarxes socials. Mentre la televisió tradicional només transmetia un únic missatge per a tothom (ciutadà/consumidor), la del futur tractarà d'omplir les necessitats de cadascú, és el concepte d'espectador/client i de post-televisió (Eco, 2004). Fedele (2011), recull les principals línies de recerca de les relacions de nens i nenes i els mitjans de comunicació establint-ne sis:

- els efectes positius i negatius dels *media*
- els usos i gratificacions
- les motivacions
- la relació amb les TIC
- els processos de socialització i
- la media literacy.

Cal destacar també que els nens i nenes avui dia tenen una dieta mediàtica cada vegada més complexa, el que Livingstone *et al.* (2001) anomenen “mediated childhoods”, i que viuen en un “changing media environment” (Livingstone *et al.*, 2001). Com diu Fedele, “mantenen una dieta mediàtica cada cop més complexa, de la qual formen part cada vegada més productes mediàtics de circulació global. El seu ambient físic, social i cultural quotidià és un ambient multimèdia subjecte a canvis constants i caracteritzat per la convergència dels mitjans” (Fedele, 2011: 30).

L'audiència imaginada

Autors com Julian Matthews han centrat part de la seva recerca a parlar de com és l'audiència dels informatius infantils, més exactament, com s'imaginen els productors d'aquests programes de notícies per a nens i nenes que són els individus que els miren a l'altra banda del televisor. Segons Matthews (2008), aquesta “audiència ideal” és

considerada “predominantment intel·ligent i de classe mitja”, i se li atribueix qualitats com l’interès per l’agenda informativa, prou bons a l’escola, amb un rerefons familiar estable, en que probablement es llegeix premsa i amb un context pròxim a les notícies a casa; és a dir, amb bona disposició i que apreciïn una explicació. Aquesta idea contrasta, no obstant, amb la visió general de les experiències i motivacions de l’audiència per part dels implicats en l’elaboració de les *children’s news*, i, en conseqüència – diu Matthews – “their enthusiasm for the programme is considered to be a secondary concern when deciding over the *Newsround* news agenda as is described below:

“I think you have to be a certain type of kid to want to watch *Newsround*. That is why we give the audience different things to watch because we want to catch the ones that don’t necessarily want to know what’s going on in Serbia. So like the idea of the roller-skating dog. (*Newsround* Journalist 7)” (Matthews, 2008: 268-269).

Una audiència no prioritària

Paradoxalment, encara avui la posició de la programació per a infants continua sota amenaça com a resultat de la proliferació de nous canals, el creixement del comercialisme i el compromís dels governs amb la liberalització (Buckingham, 2000: 3). Les notícies estan lluny de complir la seva missió de democratització, i un dels motius que anomena Buckingham per a tal fet és el descens de programació informativa per a infants i joves. L’autor adverteix sobre l’emergència de les formes híbrides d’*info-tainment* i dels canvis propiciats per un sistema liderat pel rendiment comercial.

Sobre aquest tema també es manifesta la investigadora Victoria Tur, que defineix com a efecte “Guadiana” la pràctica freqüent i generalitzada d’oferir, suprimir i tornar a emetre programes televisius infantils sense que existeixi per a això una concatenació o un ordre lògic i previsible (Tur, 2003). A la vegada destaca que una de les evidències en observar la graella de programació televisiva és la concentració dels programes infantils en uns horaris molt determinats i no exactament adaptats a les necessitats dels més petits. Horaris que també són ampliat en caps de setmana i períodes de vacances escolars.

Els nens i nenes, doncs, no són un tipus d'espectador prioritari per a l'estratègia de producció de la televisió comercial. La programació dirigida als infants ha estat marginada i reduïda en la seva duració, es nodreix fonamentalment de programes importats i sovint programats reiteradament al passat. A més, es converteix en una programació de "posar i treure" condicionada per l'interès superior de la contraprogramació:

"Es lícito afirmar que no existe una real programación infantil. Se emiten programas convencionalmente considerados infantiles, pero ni se produce regularmente ni se programa activa i positivamente para los niños y niñas" (Alonso, 1995: 155).

Aquesta cita de mitjans anys noranta encara es pot considerar vigent avui dia, i és en aquest context en què és oportú insistir en la importància de vetllar per una televisió infantil de qualitat, el primer pas per a la qual seria treballar per una coherència i estabilitat en la programació. A nivell familiar, escolar i social en general, això és fonamental per a que es fomentin valors com el de la solidaritat, el respecte a la diversitat, a l'altre, a la família i a la col·lectivitat en general (Gómez, 2005).

Diferents estudis d'audiències han demostrat que no s'hauria d'assumir automàticament que els infants són uns usuaris dels mitjans sense sentit crític (Buckingham, 1997). El llegat de David Buckingham tracta extensament l'educació mediàtica, i concretament la importància de la representació dels nens i nenes a la pantalla, ja que és a partir d'aquesta representació que ells (els infants) configuren una visió del món específica. Aquest autor ha relacionat el desinterès per les notícies de nens i joves, especialment pel que fa a les polítiques, amb el fet de que la programació dedicada a nens i joves va disminuint (Buckingham, 1997: 346). Afirmar que hi ha una correlació entre l'exposició a mitjans de premsa escrita i l'elevat coneixement en política per part de l'audiència, en comparació amb l'exposició a la televisió. Aquest fet el permet deduir que l'escletxa de coneixement entre els joves i generacions més grans no farà més que augmentar exponencialment en el futur.

Buckingham diu que les notícies televisives sovint representen el primer contacte de les criatures amb el món de la política, i fan de pont al món dels esdeveniments polítics a l'adolescència (Buckingham,

1997: 350). Per a l'autor, la desafecció per la política és una disfunció psicològica causada per una manca d'informació. Pel que fa a estudis sobre l'aprenentatge a través de les notícies adverteix de que estan plantejats només en termes de memòria (1997: 351). En els adults aquests experiments, com ja s'ha apuntat abans, confirmen que els espectadors entenen i aprenen comparativament poc del que veuen. Les causes són una combinació de factors textuais, com la brevetat de les notícies, la freqüent manca de connexió entre el material visual i el verbal; i factors de l'audiència, com la manca d'atenció de l'espectador o del seu *background*. Una proporció molt petita de les històries que els periodistes mateixos consideren importants arriben a l'audiència com a tals.

I és que malgrat les crítiques fetes a partir d'investigacions, els canvis polítics i diferents intents de regulació dels continguts televisius, l'audiència infantil no és prioritària per als propietaris dels mitjans. No interessa a programadors, ja que tampoc no interessa als anunciants (Digon, 2008). La imposició del model de televisió comercial en les cadenes ha tingut importants repercussions en la programació infantil, i la primera i més clara conseqüència ha estat la reducció del temps dedicat als programes per a nens i nenes, tant en els canals de televisió públics com en els privats. Digon cita una altra conseqüència de la imposició del model comercial: la constant variabilitat dels programes en les graelles televisives, que canvien o s'eliminen amb facilitat i sense previ avís.

Un altre àmbit relacionat freqüentment amb l'audiència de la televisió infantil, així també amb la televisió en general, són els estudis sobre identitat cultural i televisió, que revisen la consideració dels mitjans de comunicació com a elements creadors, renovadors o de consolidació de les identitats culturals a partir de l'anàlisi de la producció mediàtica (Jacks, 2008). Alguns autors adverteixen del perill que suposa la incorporació del model americà de televisió ajudant a substituir un marc cultural propi, ja que l'infant modelat pel model comercial de televisió acaba sent el consumidor perfecte, interessat no per adquirir determinat producte, sinó pel fet mateix de consumir (Alonso, 1995: 152). També es produeix una pèrdua d'autonomia del nen o nena davant el televisor, que adquireix el seu màxim exponent en la contínua recepció de missatges estètico-culturals, dels quals no és només el receptor passiu, sinó sovint també inconscient i involuntari (Alonso, 1995: 150).

2.1 Consum televisiu

Al Regne Unit la població infantil de 5 a 14 anys el 2013 és de 7.293.486 nens i nenes, un 11,38% de la població total estimada (64.105.654 persones) (Office for National Statistics, 2014). En aquest país, la Broadcasters' Audience Research Board (BARB) és la organització responsable de proporcionar la mesura oficial d'audiències de televisió. El seu sistema es basa en un aparell de mesura situat a cases particulars, i està dissenyat per representar el comportament de visionat de tota la població de Regne Unit de més de quatre anys. L'abast mensual de la Children's BBC (CBBC), canal que emet l'informatiu *Newsround*, en el segon trimestre de 2013 se situa en un 14,4%⁷.

Els nens i nenes d'entre 5 i 14 anys a Alemanya el 2013 són 7.176.001, un 8,88% de la població total (80.767.463 persones) (Statistisches Bundesamt, 2014). La responsable per a la mesura d'audiències de la televisió alemanya és la Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung, i mesura el consum televisiu des dels 3 anys d'edat. A més, fa una distinció específica del consum de nens i nenes d'entre 3 i 13 anys d'edat. L'any 2013 el KiKa, canal infantil de Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF), que emet el noticiari *Logo*, va tenir una mitjana de *share* de l'1,2%. El 2012, el 79% dels nens i nenes alemanys entre 6 i 13 anys afirmen mirar la televisió cada dia o gairebé cada dia, i un 53% asseguren que ho fan sols, només un 23% amb els pares i un 17% amb germans (Feierabend *et al.*, 2015⁸). La televisió continua sent el mitjà més utilitzat pels més petits, tot i que internet ha guanyat terreny en els darrers anys (Taula 7).

⁷ Font: BARB Quarterly Reach Report (Quarter 2 2013).

⁸ Font: KIM-Studie 2014, *Media Perspektiven* 4/15 p.186-198.

Taula 7. Consum mediàtic de nens i nenes a Alemanya.
Font: KIM-Studien 2010-2014 (Feierabend, 2015).

Tab. 6 Mediennutzungsdauer von Kindern Einschätzung der Haupterzieher, in Min. pro Tag			
	Gesamt 2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)
Fernsehen	98	95	93
Radio	33	32	29
Buch/Lesen	21	22	23
Computer (inkl. Internet)	44	42	n.e
Internet	24	28	36
Handy-/ Smartphonespiele	n.e	n.e	8
Tabletspiele	n.e	n.e	2

Quelle: KIM-Studien 2010–2014.

L'EGM Baròmetre Catalunya contempla la població a partir dels 14 anys. Segons l'estimació de població postcensal de Catalunya del 2013, el públic potencial de l'*Info K*, l'informatiu infantil del Canal Súper 3 de Televisió de Catalunya, seria de 779.087 nens i nenes (edats de 5 a 14 anys), un 10,48% de la població catalana total estimada (7.433.894 persones) (IDESCAT, 2015). Òbviament, moltes vegades els més petits veuen la televisió acompanyats d'adults, però en aquets treball ens centrarem únicament en els nens i nenes com a espectadors. El 2013 el Súper 3 (integrat amb el canal 33 des del 2012) va tenir una quota de pantalla de l'1,7% (CAC, 2014⁹).

En el darrer informe sobre Joves i TIC ho deixa clar:

“Avui en dia, les dades són clares: la televisió i internet protagonitzen el dia a dia de les persones joves (Fernandez-Planells i Figueras-Maz, 2012). Mentre la televisió els permet desconnectar de la “hipercomunicació” i l'excés d'estímul, internet suposa la constant connexió amb el món que els interessa. La xarxa els permet entretenir-se i socialitzar al mateix temps. No obstant això, la

⁹ Font: L'audiovisual a Catalunya Informe 2014, Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

televisió manté una presència important en les seves vides. Cal assenyalar però, que els joves sovint fan un consum mediàtic caracteritzat pel multitasking (Fedele, 2011; Fernandez-Planells i Figueras-Maz, 2014), fet que permet precisament aquesta constant connexió i el consum de diferents mitjans i tecnologies. Aquest policonsum o com Casas (2007) defineix, hiperactivitat mediàtica, es caracteritza per la realització d'activitats simultàniament durant l'ús de TICs i mitjans. Així, per exemple, mentre els joves veuen una sèrie de televisió poden estar connectats per comentar-la a l'instant. Les pràctiques de consum multitasking que porten a terme els adolescents i joves es realitzen a través de múltiples suports o mitjans però internet destaca per sobre de la resta (Fedele, 2011), ja que els permet estar en connexió amb el món constantment, fins i tot mentre realitzen altres activitats" (Fernandez-Planells *et al.*, 2016: 3).

2.2 Televisió i desenvolupament infantil: l'adequació dels continguts

Pot semblar una obvietat però la realitat és que el consum televisiu per part de nens i nenes sol ser indiscriminat i la falta d'implicació de la majoria de famílies d'una banda, i la manca d'informació per part dels emissors provoca que moltes vegades visionin programes poc o gens adequats a les seves edats.

L'adequació dels continguts televisius a l'edat de l'audiència infantil és clau per a la comprensió d'aquests (Crescenzi, 2010). Per a la visió de programes específics és necessari haver assolit un determinat moment de desenvolupament cognitiu.

Sobre televisió i el desenvolupament infantil ha investigat Judith Van Evra, que afirma que la interacció de variables i fets que influeixen en l'experiència televisiva dels infants és complexa, i que hi ha diverses perspectives teòriques i models per explicar i interpretar-la. Des de la perspectiva de l'aprenentatge social, que emfatitza l'aprenentatge observacional i modelador de comportaments vistos a televisió, fins la teoria social cognitiva, que inclou el paper de processos cognitius com l'atenció, la retenció, la motivació en l'experiència de cadascú amb els mitjans (Van Evra, 2004). L'autora també parla del potencial de la televisió per a l'emfatització del cultiu d'actituds i canvis de comportament en els espectadors (teoria del cultiu), així com de la

teoria dels usos i les gratificacions, que correspon a la idea de que els espectadors tenen unes necessitats i motivacions en l'ús de la televisió. En aquest context, Van Evra cita la realitat percebuda del contingut de la televisió i la disponibilitat i l'accés a fonts d'informació alternatives, així com la intenció de visionar, com a variables importants en la valoració de l'impacte de la televisió.

“Knowledge of the interactions among media components and content; viewer variables, perceptions and motivations; and characteristics of the viewing context are essential factors in any efforts to understand children's television experience” (Van Evra, 2004: 21).

2.3 La vida quotidiana com a condicionant

Els mitjans de comunicació han esdevingut part natural del dia a dia de nens i nenes. Particularment la televisió, els videojocs, els ordinadors i els telèfons mòbils estan entrant en la vida de nens i joves en noves formes i exponencialment. Els mitjans de comunicació estan sent incorporats als espais de relaxació, així com també les xarxes socials. Integrats cada vegada més en diferents àmbits de la quotidianitat, els mitjans juguen un paper significant en la contribució a donar sentit a les experiències de la vida dels infants, esdevenint eines per a la construcció individual de nous marcs de referència (Aasebo, 2005: 186).

La televisió continua sent un dels elements clau en el desenvolupament de la identitat col·lectiva entesa com a realitat que està en procés continu de construcció i que necessita d'una font de referència permanent de contingut simbòlic, un imaginari compartit. En la formació de la identitat, tant individual com col·lectiva, els mitjans de comunicació juguen un rol fonamental al ser la font d'informació simbòlica per excel·lència, que dota continuadament de significat referencial les actuacions de les persones (Fernández, 2007). En aquest sentit, la relació dels nens i nenes amb la televisió és important.

Per a Meyrowitz (1986), comprendre la relació dels nens amb la televisió requereix contemplar-los com a actors socials. La televisió introdueix el desordre cultural a la família i a l'escola. La professora

Hilde Himmelweit, de la London School of Economics, va dirigir una investigació de caràcter empíric sobre la televisió i els nens (Himmelweit, Oppenheim i Vince, 1958). Aquest estudi va ser pioner i innovador, i les seves conclusions van ser molt considerades per les televisions, els responsables educatius i els polítics en relació amb l'ús i la regulació de la televisió en les dècades posteriors.

Quaranta anys després, un ampli equip d'investigadors europeus provinents de més d'una desena d'institucions europees en el camp de la investigació dels mitjans i dels joves, dirigits per Sonia Livingstone i George Gaskell, del Media Research Group de la London School of Economics, sota el nom de "Himmelweit II", va realitzar un estudi qualitatiu i quantitatiu comparatiu dels usos, efectes, actituds i comportaments dels nens i joves davant els mitjans de comunicació (de 6 a 16 anys) en diferents països europeus (Gran Bretanya, França, Alemanya, Itàlia, Espanya, Holanda, Suècia, Finlàndia, Dinamarca, Suïssa i Israel). Les conclusions d'aquest estudi van confirmar que els infants i els joves actuals tenen una relació perfectament normal amb les noves i velles tecnologies de la informació, tenint-les integrades en la seva vida quotidiana. També va detectar que els joves tendeixen a pensar que els aparells que manegen amb més assiduïtat només tenen una versió lúdica, encara que els adults, de vegades, troben també un ús escolar en algun d'ells. Aquest component lúdic associat als equipaments tecnològics és el que permet que els joves vegin aquests aparells com a mitjà de comunicació. Segons aquest estudi, no apareixen indicis que facin pensar que aquests aparells repercuteixen en el deteriorament de les relacions. De fet, a mesura que els nens i nenes es fan adolescents tenen clar que, tot i la presència massiva d'equipaments tecnològics en les seves vides, posen en primer lloc als amics abans que a les màquines.

El dia a dia dels nens i nenes és un factor que influeix molt en com s'enfronten al món. L'entorn familiar més proper, i l'ampliat a l'escola i altres exemples que puguin tenir al seu voltant és el que conforma el concepte d'*every-day life* en anglès, o de *Lebenswelt* en alemany. Aquests conceptes inclouen factors que afecten la percepció del món de nens i nenes, les seves actituds i respostes davant la vida, i per tant també davant el consum de mitjans de comunicació (Pfaff-Rudiger, 2010).

2.4 Construcció social de la realitat i socialització

La construcció social de la realitat és una conceptualització desenvolupada per Peter Berger i Thomas Luckmann segons la qual la realitat és construïda socialment, i on els processos de simbolització de l'ésser humà hi juguen un paper fonamental. Berger i Luckmann parteixen de que les persones consideren com a realitats objectives els processos subjectius, és a dir, que perceben la realitat social com a quelcom independent de la seva pròpia. Aquests autors afirmen que les persones són productes d'una societat que ells mateixos han creat (Berger i Luckman, 1968). En aquesta conceptualització el llenguatge constitueix l'estructura social més important, en tant que forma específica del procés de la significació que es distingeix pel seu propòsit de representar una sèrie ampla de significats subjectius. El llenguatge és el sistema de símbols més important de la societat, mostra la capacitat humana de comunicar significats que no són expressions immediates de subjectivitat. A més, permet conèixer coses que no s'han experimentat i contribueix a acumular coneixements. El paper del llenguatge és decisiu en les operacions simbòliques: és l'element central de la definició de la realitat tal com la coneixem. En aquest context, per tant, el fet que la realitat social tendeixi a ser d'una manera determinada i no d'una altra depèn, en part, de que utilitzem un llenguatge i no un altre per parlar-ne.

Tenint en compte la importància, d'una banda, del llenguatge en la creació de la realitat social, i de l'altra, de com les persones coneixen la societat, els mitjans de comunicació tenen un paper rellevant en el procés. El que no coneixem no existeix, no forma part de la realitat. En tant que coneixem en gran part a través dels mitjans de comunicació aquests tenen una gran responsabilitat en el procés de construcció de la realitat social.

Per tant, és lògic que no és tant important quanta televisió (educativa) veuen els nenes i nenes sinó què miren. El contingut és el factor mediador més significant en la correlació entre l'ús dels mitjans i l'adquisició de coneixement. A diferència dels nens petits d'un o dos anys, els anomenats *toddlers* en anglès, que aprenen millor de les experiències reals de la vida, els més grans en edat pre-escolar imiten fàcilment bons i mals comportaments vistos a la televisió (Moore-Russo *et al.*, 2013: 255).

D'altra banda, la socialització és descrita pels sociòlegs com el procés mitjançant el qual es transmet la cultura, és a dir, els valors i els comportaments socials als membres de la societat. Així, la cultura es va passant de generació en generació i els individus aprenen coneixements específics, desenvolupen les seves potencialitats i habilitats necessàries per a una participació adequada en la vida social, adaptant-se a les formes de comportament organitzat característiques d'una determinada societat (Andreu, 2003). El concepte "procés" implica la idea de moviment, pel que la socialització es desenvolupa al llarg de tota la vida de l'individu, entenent que l'aprenentatge no finalitza mai. Tot i així, la part més gran de l'aprenentatge bàsic té lloc en els primers anys de vida.

Pel que fa al contingut del procés de socialització hi ha diferents perspectives. L'escola de Parsons el veu com la interiorització de la cultura en que es neix. En canvi, l'interaccionisme simbòlic el descriu com la capacitat de comunicar amb els demés. L'escola Durkeniana el relaciona amb les teories del conformisme social. I en la sociologia actual la socialització és el problema relatiu a la manera en què s'aprenen els valors, les normes i els comportaments, en què a més el nen o nena anticipa un comportament adult.

Per a Parsons (1956) existeixen dos tipus de socialització: la primària té lloc els primers anys de vida, forma l'estructura bàsica de la personalitat i se n'ocupa principalment la família en la majoria de societats; la secundària consisteix en un ensinistament més específic orientat a l'assimilació dels rols que l'individu ocuparà successivament, i se n'ocupa principalment l'escola, tot i que tampoc és la única que intervé en aquest estadi de la socialització. És aquí on entren en joc els mitjans de comunicació com a agents socialitzadors.

Les notícies intervenen en la configuració de la idea del món dels nens i nenes. Però s'ha de tenir en compte que els efectes de la televisió en ells no són simples i directes, ja que l'audiència infantil atribueix de forma activa significats a allò que veu en la pantalla del televisor:

"La televisió és un important mitjà socialitzador mitjançant el qual el nen va construint una imatge de si mateix i del món que l'envolta" (Digón, 2008).

Aquesta idea és fonamental en el sentit de que atorga una responsabilitat crucial als agents implicats en la producció, edició o programació de qualsevol tipus de producte televisiu infantil.

Un altre aspecte relacionat amb la influència dels mitjans de comunicació en els nens i nenes és que la televisió exerceix els seus efectes socialitzadors des de la lògica de les emocions, uns paràmetres comunicatius lluny dels racionals. Per això, a més de capacitat crítica les criatures haurien d'aprendre a desenvolupar el coneixement dels mecanismes propis de la lògica emotiva i de la lògica associativa i transferencial, adquirint així l'habilitat necessària per ser espectadors lúcids (Ferrés, 1998).

La socialització, però, no és un procés passiu, sinó una activitat creativa conscient per part dels mateixos nens, que són dependents d'idees processades per adults però que no reproduïxen simplement les idees dels adults (Buckingham, 2000). La infantesa és entesa com a espècie d'assaig per a la vida adulta, un període en que els nens conformen gradualment les normes adultes de manera activa, participant en la construcció de les seves pròpies vides socials i identitat.

“L'ordinador ha deixat de ser una eina per al maneig de la informació i l'entreteniment i s'ha convertit també en una eina de socialització. Internet ha passat de ser una eina per les tasques escolars a ser, cada vegada més, una activitat social” (Fernandez-Planells i Figueras-Maz, 2012).

Pel que fa a l'aprenentatge a partir de les notícies, hi ha pocs estudis especialment en relació a infants. Buckingham recorda que els que s'han realitzat amb adults confirmen que els espectadors aprenen comparativament poc del que veuen. En una societat exposada a la sobreinformació, els nens i joves han de ser seduïts a mirar (Buckingham, 2000: 35). El coneixement de l'actualitat ve donat a través de la televisió, però sembla que molts joves la miren accidentalment més que proposadament. Això, segons Buckingham, suggereix que absorbeixen informació “al vol”, fragmentada, en el curs d'altres activitats. Judith Page Van Evra afirma que la televisió pot incidir en l'aprenentatge de nens i nenes, especialment si els pares estan involucrats en el visionat. El paper apel·lant intrínsec de la televisió i la seva capacitat per transmetre informació en formats complexos i estimulants la fan apte per ser utilitzada en contextos

d'aprenentatge. Tot i això, l'autora també adverteix de que un visionat excessiu pot interferir en l'adquisició de competències com la lectura, l'escriptura i l'escolta (Van Evra, 2004).

La televisió s'ha de considerar una poderosa força cultural, i el seu principal aspecte és la “inculturació”, és a dir, el cultiu de la estabilitat, l'harmonia social i l'acceptació de l'*status quo* actuant com un agent socialitzant i com una autoritat que controla, mentre mostra com funciona la societat i propaga el seu sistema de valors (Alonso, 1995: 149). I avui, amb internet, això encara adquireix una complexitat afegida, com es pregunta Montgomery, el temps dirà de quina manera afectarà al procés de socialització de les persones joves:

“How will growing up in this highly connected, data-driven culture affect the way that young people are socialized? The current research on youth cultural practices in the digital media environment suggests that their behaviors, attitudes, and values will evolve in ways that are distinctly different from those of previous generations, reflecting the interactive, participatory, and highly social nature of the Internet. Yet, how these factors will play out in their futures remains to be seen” (Montgomery, 2015).

L'agenda setting

La teoria de l'agenda setting o de l'establiment de l'agenda es basa en la idea de que els mitjans de comunicació poden tenir una enorme influència en l'opinió pública. Des de la primera aplicació del terme per McCombs, Shaw i Weaver el 1972 aquesta teoria no ha fet més que reafirmar-se, potenciant la idea de que els mitjans de comunicació actuen com a filtres de la realitat, ja que pel fet d'haver de seleccionar uns fets o uns altres ja estan adoptant una perspectiva subjectiva. L'ordre que ocupen els fets en un diari o en un telenotícies també té a veure amb la consideració que el públic tindrà de la importància d'aquell fet (McCombs, 2014), i així ho faran també als noticiaris infantils amb la consideració que tindran nens i nenes dels temes que hi apareguin.

Aquest focus d'atenció cap als temes, que es correspon al primer nivell de l'agenda setting (McCombs, 2014), és el que també adoptarem en la nostra recerca. L'agenda mediàtica es correspon a l'agenda pública en

el sentit de que els patrons de cobertura informativa es transfereixen de manera que els temes de preocupació pública més destacats als mitjans acaben esdevenint els temes de preocupació pública més importants per a la societat.

McCombs no parla d'una influència deliberada i premeditada, sinó del resultat no buscat sorgit de la necessitat dels mitjans informatius de seleccionar i destacar unes qüestions sobre unes altres, i com a notícies més rellevants del moment. L'autor cita l'investigador Bernard Cohen, que feia una observació al respecte dient que “els mitjans de comunicació potser no tenen èxit a l'hora de dir a la gent què ha de pensar, però sí que el tenen, i molt, a l'hora de dir a les seves audiències sobre què han de pensar” (McCombs citant Cohen, 2006: 140). Aquest és el que descriu com a segon nivell de la teoria, que fa referència als atributs o característiques que els periodistes transmeten a l'hora d'informar, de comunicar una notícia, i que reafirma que a través de l'enfocament de la realitat social es poden explorar els judicis o propietats atribuïts a un fet o esdeveniment.

D'aquesta manera, si els informatius infantils influeixen en la construcció de la idea d'actualitat de la seva audiència els temes que tractin com a més rellevants als noticiaris també seran percebuts com a tals per nens i nenes.

3 Metodologia

Cross-national comparisons are exciting but difficult, creative but problematic. In the social sciences, cross-national comparisons are both attacked as impossible and defended as necessary.

Sonia Livingstone, 2003.

La base empírica d'aquest estudi és un disseny metodològic múltiple i comparatiu, que combina una revisió sistematitzada de la literatura relacionada amb el tema de la tesi, amb una anàlisi de contingut dels informatius infantils i grups de discussió realitzats a nens i nenes de diferents països. Aquest capítol descriu i discuteix les diferents tècniques metodològiques emprades per a la recerca de la tesi.

La recerca comparativa entre diferents països ja fa temps que forma part de la investigació en comunicació i com bé recollia Sonia Livingstone el 2003 està envoltada d'enfocaments contrastats, és atacada com a impossible i a la vegada defensada com a necessària. Tal com diuen Pathak-Shelat *et al.*:

“The heart of comparative studies is the desire to understand what processes, similarities and differences shape media practices and experiences across different cultures. Globalization, digitization, and transnational mediation of culture over the last decade have enhanced the relevance of this approach for communication researchers today. This especially applies to research on young people and media as there are increasingly fascinating variations of local and global youth media cultures” (Pathak-Shelat *et al.*, 2015: 386).

Aquest desig de comprendre els processos, similituds i diferències de les pràctiques als mitjans de comunicació i cultures periodístiques de diferents països ha propiciat la iniciativa de recerques comparatives arreu d'Europa, com per exemple el projecte MediaACT¹⁰, que analitzava els sistemes de retiment de comptes de la informació periodística com a indicadors de pluralisme a catorze països d'Europa (Eberwein *et al.*, 2011). No és objectiu d'aquesta tesi citar tots els treballs comparatius de rellevància que s'han desenvolupat en la recerca en comunicació els darrers anys, ja que pocs tenen relació amb l'objecte d'estudi, però n'hi ha un que volem destacar especialment per la seva importància i perquè corrobora una manera de fer en la línia del treball que es presenta.

La contextualització transnacional de la recerca EU Kids Online¹¹ (www.eukidsonline.net) remarca el notable potencial d'un focus específic europeu, entre d'altres arguments, perquè “there is value in comparing countries which, in terms of comparative methodology, are sufficiently related in geographic, cultural and historical terms to enable us to avoid the difficulties of “comparing apples and oranges” and to draw conclusions regarding similarities and differences” (Livingstone i Helsper, 2013: 4).

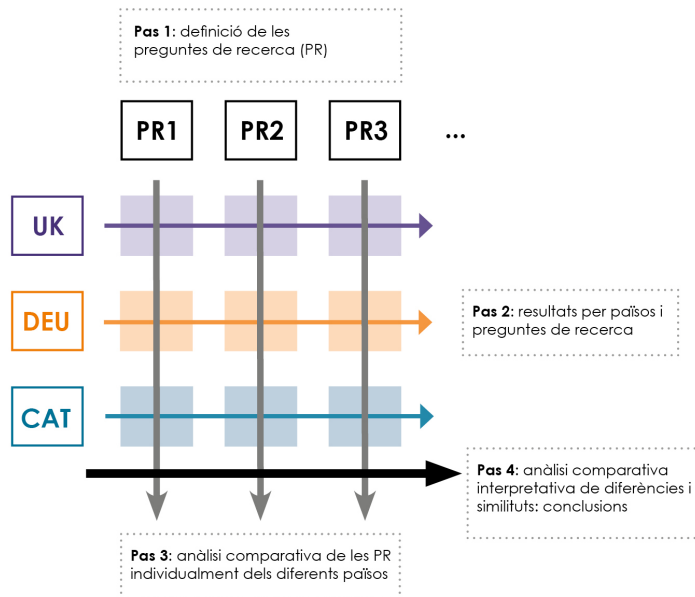
Aquesta tesi pretén el mateix: ressaltar la vàlua de comparar països que en termes de metodologia comparada estan suficientment relacionats en geografia, cultura i història com per permetre evitar les dificultats de “comparar peres i pomes” – com diu Livingstone – i extreure conclusions a partir de similituds i diferències.

Basant-nos en aquesta premissa, ens fixem en el model de Livingstone i Hasebrink adaptat a aquesta recerca per a l'anàlisi comparativa (Figura 2).

¹⁰ MediaACT és un projecte finançat pel Setè Programa Marc de la Comissió Europea (2010-2013) www.mediaact.eu.

¹¹ EU Kids Online és un projecte del Programa *Better Internet for Kids* (originalment, *Safer Internet*) de la Comissió Europea amb 33 països participants www.eukidsonline.net.

Figura 2. Adaptació a la recerca dels passos en l'anàlisi comparativa segons Livingstone i Hasebrink, 2010.



A continuació s'exposen les preguntes de recerca plantejades, així com els objectius a assolir amb la investigació qualitativa.

Preguntes de recerca

En primer lloc la investigació planteja les preguntes de recerca relacionades amb l'objecte d'estudi o el QUÈ: els informatius infantils.

- Quins són els continguts temàtics dels informatius infantils?
 - ♦ Quins temes predominen en quant a temps?
 - ♦ Quins temes predominen en quant a posició dins l'informatiu?
- Quina és la forma d'aquests informatius?
 - ♦ Quina és la seva estructura?

- ♦ En quines seccions s'organitza?
- ♦ Quina és la seva aparença?
- En quina mesura aconsegueixen els criteris de qualitat informativa per a aquests tipus de programes?

En segon lloc, es formulen les preguntes relatives al QUI i al COM, és a dir, a l'audiència i a com aquesta percep les notícies:

- Quins hàbits de consum televisiu tenen nens i nens als diferents països?
- Com influeixen els informatius infantils en la concepció d'actualitat de nens i nenes?
 - ♦ Els espectadors habituals d'informatius infantils estan més informats?
 - ♦ Quins altres factors intervenen en la concepció d'actualitat de nens i nenes?
- Què entenen de les notícies convencionals?
 - ♦ Què n'opinen?
 - ♦ Com creuen que les podrien fer millors?
- Què entenen de les notícies dels informatius infantils?
 - ♦ Què n'opinen?
 - ♦ Les comprenen millor que les adultes? Per què?
- Els informatius infantils condicionen el seu sentit de la necessitat d'estar informat?
 - ♦ Quina importància donen a estar informats?

Objectius

En base a les preguntes plantejades els objectius de la recerca són els següents:

Objectiu 1 Analitzar els temes/l'agenda dels informatius infantils.

O.2 Analitzar els informatius infantils segons els criteris establerts de qualitat informativa.

O.3 Analitzar la importància que donen nens i nenes a estar informats.

O.4 Analitzar els hàbits de consum televisiu de nens i nenes als diferents països.

O.5 Comprendre de quina manera l'actualitat transmesa pels informatius infantils és interpretada per l'audiència infantil i com es forma la seva concepció d'actualitat.

O.6 Identificar les dificultats que té el públic infantil d'entendre les notícies adultes i com creuen nens i nenes que podrien ser millors per a ells.

Hem dividit aquest capítol segons les diferents fases de la recerca: la primera consisteix en una anàlisi de contingut que proporciona el coneixement a fons dels tres informatius infantils (descrita al punt 3.1, resultats al capítol 4) i que ha de servir per assolir els objectius 1 i 2; la segona fase correspon a la realització de grups de discussió amb nens i nenes als diferents països (descrita al punt 3.2, resultats al capítol 5) i respon als objectius 3, 4, 5 i 6.

3.1 Anàlisi de contingut

L'anàlisi de contingut és una tècnica d'investigació que ha estat molt utilitzada en la recerca científica dels mitjans de comunicació. És útil per descriure de forma objectiva i sistemàtica el contingut manifest de les comunicacions (Berelson, 1952) i permet, a partir de certes dades, fer inferències reproduïbles i vàlides (Krippendorff, 2004; Krippendorff i Bock, 2008). Aquesta tècnica d'anàlisi serveix per interpretar els missatges que responen a les intencions dels emissors i posar de manifest el sistema de valors i representacions socials que promouen. En la recerca s'ha utilitzat per conèixer en profunditat els tres casos d'informatius infantils pel que fa a temes d'agenda, perspectiva des de la qual s'expliquen aquests temes i també pel que fa

a criteris de qualitat informativa a la televisió. Així doncs, l'anàlisi de contingut qualitativa analitzarà no només el contingut manifest del material audiovisual, sinó també els aspectes formals d'aquest material (Mayring, 2010). L'enfocament per a aquesta anàlisi qualitativa de la televisió es basa en la idea d'Altheide que afirma que, "el major èmfasi d'anàlisi de documents qualitius és captar els significats, l'èmfasi, i els temes dels missatges i comprendre l'organització i procés de la manera com es presenten" (Altheide, 1996: 33). Així, la recerca pot partir d'una sèrie de categories ben ajustades als propòsits de la investigació, però es pot adaptar i és oberta al refinament, revisió i incorporació de noves categories d'anàlisi rellevants que sorgeixin de l'anàlisi dels documents (Altheide, 1996; Bryman, 2012).

En base a això, s'ha analitzat el contingut dels tres noticiaris infantils en termes d'agenda (temes), i de qualitat, tenint en compte les dimensions de contingut i forma dels diferents informatius, i establint com a unitats de classificació les notícies. En alguns dels apartats de l'anàlisi s'utilitzarà la quantificació per demostrar la rellevància d'alguns aspectes dels informatius, destacant certes tendències, com per exemple en els temes tractats o en els valors promocionats pels informatius en la línia del que expliquen Meyen *et al.* (2011) o Priest (2010): "sometimes researchers use qualitative content analysis to identify content themes but also use numbers to count and communicate how often particular themes have been found" (Priest, 2010: 40).

Com recullen Meyen *et al.* (2011: 140), amb aquest tipus d'anàlisi, d'una banda, busquem entendre i explicar determinats posicionaments dels autors (en aquest cas, editors dels informatius), accions o estructures, i de l'altra ens preguntem sobre els possibles efectes d'aquests posicionaments. Estudiem les propostes dels mitjans de comunicació perquè creiem que poden canviar el posicionament i comportament de les persones, i, en conseqüència, les estructures socials.

3.1.1 La mostra

En un plantejament molt inicial de la recerca es proposava realitzar una anàlisi global dels noticiaris per a nens i nenes a nivell europeu. Si

bé és veritat que no abunden en la seva espècie – sobretot comparant-los amb els noticiaris per a adults – es va descartar incloure en l'estudi els informatius d'altres països, d'una banda per una qüestió de temps material, i de l'altra de recursos econòmics. Ampliar la mostra hagués significat costos de traducció i viatges que no es podien assumir.

Així doncs, la mostra per a l'anàlisi la componen tres informatius: *Newsround*, de la British Broadcasting Corporation (BBC), que és el noticiari per a nens de referència a Europa i al món. Va ser el primer en aparèixer l'any 1972 (llavors amb el nom de *John Craven's Newsround*, en motiu del seu presentador) i en ell s'han emmirallat les posteriors propostes de noticiaris dedicats a aquesta audiència. *Logo*, de Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) neix al 1989 i és el referent en el seu àmbit a Alemanya, país amb una tradició estesa pel que fa a la televisió per a nens i nenes. L'*Info K* actualment és l'únic informatiu d'aquest tipus a l'estat espanyol, i va néixer el 2001 per al canal infantil de la Televisió de Catalunya.

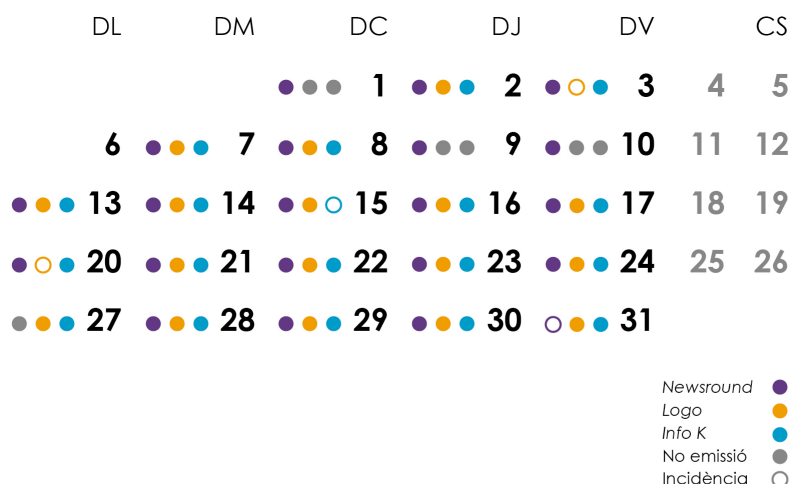
A part d'assegurar-nos un estudi òptim dels casos escollits pel domini de les llengües estrangeres de l'autora i per garantir la coherència de la investigació, els programes triats corresponen a tres televisions públiques de referència.

Es van descartar altres experiències properes, com la de Galícia, el *Xabarin Club* (Televisión de Galicia), que té una secció anomenada "Xabarin informa". Es tracta d'un petit espai en que es dona informació de les notícies que interessen als socis del club, però no equival a un programa com els que formen part de la mostra. França, no disposava al 2013 d'un espai informatiu dedicat a l'audiència infantil. El cas del noticiari *Mon Kanar*, de la cadena France 3, es va acabar el 2005 al·legant motius econòmics. També Itàlia, que malgrat tenir un espai informatiu com *Tiggi Gulp* (abans *GtRagazzi*) a la RAI, està dedicat a un públic més gran, de 10 a 16 anys, a diferència dels que si s'inclouen en la recerca que són per a nens i nenes de 6 a 12.

Així, les notícies analitzades formen part de l'emissió de *Newsround*, *Logo* i *Info K* del mes de maig de 2013. L'elecció de l'espai temporal dels programes ha tingut en compte que durant aquest temps no es produís cap esdeveniment (esportiu, cultural, polític o social) que alterés l'agenda mediàtica de manera dràstica. En total s'han analitzat

63 informatius (22 *Newsround*, 20 *Logo* i 23 *Info K*), que equivalen a 372 notícies.

Figura 3. Calendari de maig de 2013 relatiu a la mostra.



El calendari de maig de 2013 relatiu a la mostra (Figura 3) il·lustra els programes analitzats i les incidències que s'han produït durant el visionat, que han estat degudes a que el programa en qüestió no es va emetre a través de la web i per tant no es va poder recollir (en els casos de *Newsround* i *Logo*); i en el cas de l'*Info K* a que no es va emetre a la carta l'informatiu sencer, però se'n van analitzar les notícies soltes disponibles corresponents a aquell dia.

Newsround

L'informatiu *Newsround* de la British Broadcasting Corporation va realitzar la seva primera emissió el 4 d'abril de 1972, creat de la mà d'Edward Barne i John Craven. Des del 2002 va passar d'un sol programa de 10 minuts diaris a diferents butlletins durant el dia, el

principal de 15 minuts a les 17:00h pel canal BBC One. El target al que va dirigit són nens i nenes de 6 a 12 anys.

Cada edició conté una mitjana de cinc notícies principals, generalment en forma de crònica d'un corresponsal, i aquests es complementen amb un espai anomenat *Newsrap* que conté tres o quatre històries més curtes.

Figura 4. Imatge de *Newsround*. Font: bbc.co.uk (maig 2013).



L'equip de *Newsround* també aposta per la participació de l'audiència a través de la seva pàgina web, on els nens i nenes poden ampliar la informació sobre múltiples temes, entrar en xats i fòrums o informar-se sobre continguts diferents (García, 2003).

Històricament la BBC és la televisió líder mundial en servei públic. La cadena descriu la seva missió com la d'enriquir la vida de les persones amb els seus programes, que tenen la funció d'informar, educar i entretenir. Establert per la Royal Charter, la BBC és un servei públic de radiodifusió finançada pel cànon pagat per les llars del Regne Unit. L'ingrés d'aquesta quota s'utilitza per a la prestació de serveis, incloent 10 canals de televisió nacionals (BBC One, BBC Two, BBC Three, BBC Four, CBBC, CBeebies, BBC News, BBC Parliament, BBC Alba, BBC HD), a més de programació regional, 10 emissores de ràdio nacionals (Radio 1, 1Xtra, Radio 2, Radio 3, Radio 4, Radio 4 Extra, Radio 5 Live, 5 Live Sports Extra, 6 Music, BBC Asian Network), 40

de ràdio local i un ampli lloc web. BBC World s'ocupa del servei de transmissions de ràdio, televisió i internet proporcionant notícies i informació en 27 idiomes. La confiança és el fonament de la BBC, pel que es declara independent, imparcial i honesta, pel que també es compromet a ser oberta i transparent (www.bbc.co.uk, 2013).

El 2014 el noticiari infantil anglès va realitzar un canvi d'imatge en antena i a la xarxa, i des de llavors *Newsround* emet entre setmana a les 7:40, a les 8:15 i a les 16:20, i els caps de setmana a les 8:55, a les 11:55 i a les 13:55 (www.bbc.co.uk/newsround, 2016).

Logo

Logo va començar a emetre el 9 de gener de 1989, prenent els mateixos models que anys després agafaria també l'*Info K: Newsround* de la BBC i el *Jeugdjournaal* (www.jeugdjournaal.nl) de la cadena NOS holandesa (emès des del 1981).

L'emissió del noticiari té una durada d'aproximadament deu minuts a través del KIKa (Kinderkanal), el canal infantil de ZDF. S'hi tracten temes d'actualitat política, amb informació de context, a més d'aportar reportatges d'esdeveniments socials i esportius i de temes relacionats amb els infants, els seus interessos i accions per a i de nens i nenes.

Figura 5. Imatge de *Logo*. Font: zdf.de (maig 2013).



La Segona Televisió Alemanya (ZDF) és un organisme públic de radiodifusió amb seu a Mainz. És una de les grans cadenes difusores a Europa. Juntament amb els organismes de radiodifusió regionals (ARD) formen l'espai públic de difusió a Alemanya. Les seves emissions oficials van començar l'1 d'abril del 1963 i avui compta amb més de 3.600 treballadors. La ZDF s'ocupa també d'altres canals: 3sat, canal per satèl·lit que té l'objectiu de difondre la llengua alemanya, creat el 1984 conjuntament per la ZDF, la Schweizer Fernsehen de Suïssa i l'ORF austríaca; ARTE; el canal infantil KIKa; el canal cultural Phoenix; ZDFdokukanal; ZDFinfokanal i ZDFtheaterkanal (www.zdf.de, 2013).

La ZDF es finança mitjançant un impost radiofònic que cobra la *Gebühreneinzugszentrale* (GEZ), l'oficina principal de taxes. La publicitat de la ZDF està restringida per la legislació alemanya. Per això no hi ha anuncis a partir de les vuit de la tarda ni durant els diumenges o festius. A més, els talls publicitaris són de només tres minuts i poques vegades interrompen els programes.

L'emissió de *Logo* és de dissabte a dijous a les 19:50h i els divendres a les 19:25h, i no s'interromp durant les vacances escolars.

Info K

L'*Info K* va iniciar les seves emissions el 23 d'abril de 2001, mateix dia en què naixia el canal infantil i juvenil de Televisió de Catalunya (TVC), anomenat K3 en aquell moment. Igual que per a *Logo*, van ser dos els models dels quals van partir aquell any els idearis de l'*Info K*: *Newsround* de la BBC (1972) i el *Jugendjournaal* de la NOS holandesa (1981).

Des de llavors, l'*Info K* ha rebut nombrosos premis, entre ells el Premi UNICEF per la defensa dels drets dels nens, el Premi Atlas per la millor iniciativa en educació ambiental, el Premi de Periodisme Esportiu per la difusió de l'esport femení, o el Premi de l'Associació de Familiars i Amics de Nens Oncològics de Catalunya (www.super3.cat/infok, 2013).

L'*Info K* és el primer i actualment l'únic informatiu pensat per a nens i nenes de tot l'estat espanyol. El 2013 s'emetia en directe, de dilluns a divendres, a les 19:30h, pel Super3, el canal infantil de TVC, seguint el curs escolar. Actualment l'emissió es centralitza de dilluns a dijous. El target a que va adreçat són nens i nenes d'entre 8 i 12 anys.

Taula 8. Les seccions de l'*Info K*.

Font: <http://www.super3.cat/infok/qui-som> (Consulta: 13.12.2015).

SECCIÓ	DESCRIPCIÓ
Els clips	Són notícies curtes, d'uns 30 segons cada una. Expliquen curiositats o anècdotes sovint sorprenents, tant de Catalunya com de la resta del món.
El temps	En poc més de 30 segons i amb l'ajuda d'un mapa, coordinat pels meteoròlegs de TV3, s'explica quin temps farà l'endemà. D'aquesta manera els nens ja saben si han d'agafar paraigua o no per anar a escola.
La proposta	Cada setmana proposem una activitat per fer amb els pares, amb els amics o amb la classe. Tant pot ser una exposició, com una obra de teatre, com un taller o un concert de música.
L'infoporter	A través de la web, els nens i nenes poden enviar les seves propostes de notícies, per convertir-se en reporters de l' <i>Info-K</i> per un dia i poder-les explicar en primera persona. Van de rodatge, acompanyats per un reporter i un càmera del programa, que després s'encarregaran d'acabar la notícia perquè s'emeti.
El llibre	Regularment es parla d'alguna novetat editorial o bé de llibres que tinguin alguna relació amb l'actualitat. No és estrany que, en el programa, els personatges d'aquestes obres cobrin vida, els reporters es colin entre les seves pàgines o els autors de l'obra n'expliquin els secrets.
L'entrevista	Ens agrada tenir convidats al nostre plató que han estat notícia per diversos motius. Tot sovint, a més, donem també la paraula als espectadors perquè siguin ells els que entrevistin els protagonistes de l'actualitat.
La contra	És el nom que donem al vídeo musical que tanca cada dia el programa. Imatges i música que parlen per si soles.

L'equip de l'*Info K* descriu la seva web com l'eina principal d'interacció amb els nens i nenes que els miren. Allà hi troben les notícies de cada dia i també les més antigues, enquestes sobre l'actualitat, jocs que es renoven constantment i que tenen a veure amb les notícies que es tracten i també diferents crides i concursos, que són espais de participació activa.

Figura 6. Imatge de l'*Info K* (maig 2013).



La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) gestiona els canals de Televisió de Catalunya (TVC), que va néixer l'any 1983, amb l'objectiu principal de contribuir a la normalització lingüística i cultural del país, i avui és el principal mitjà de comunicació de Catalunya i la televisió de referència d'una gran majoria dels seus ciutadans. El model de Televisió de Catalunya s'inscriu en el de les televisions públiques nacionals d'Europa, i la seva programació s'inspira en els principis propis d'un mitjà públic, com són el compromís amb els valors socials i democràtics, el pluralisme i el servei als ciutadans. La seva voluntat de projecció exterior ha permès que molts dels seus programes hagin obtingut al llarg dels anys un ampli reconeixement internacional.

L'*Info K* també ha realitzat un canvi d'imatge recent (gener de 2016), modernitzant-se en tecnologia i amb un nou plató, així com l'equip i la presentadora.

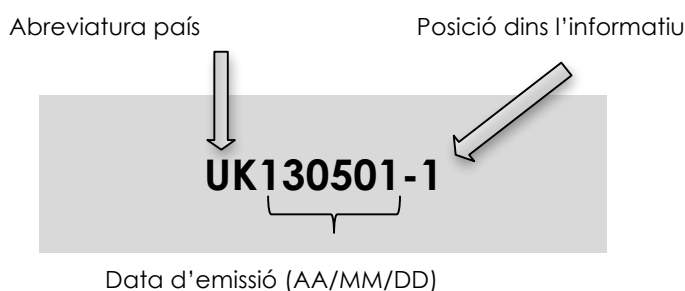
3.1.2 Disseny

Per a la realització de l'anàlisi de contingut s'ha dissenyat una plantilla per a la observació semi-estructurada de les notícies (Figura 8) que ha permès recollir les dades analitzades en una base de dades. D'una banda, els temes s'han classificat en principals i subtemes, i per als indicadors de qualitat s'ha elaborat una proposta basada en els criteris de diferents autors, fonts oficials o institucions, recollits al punt 1.4 d'aquesta tesi, conjuntament amb contribucions pròpies¹².

Identificació

La plantilla es compon d'un primer apartat dedicat a la identificació de la notícia dins l'informatiu (codi, data, durada, posició dins l'informatiu i descripció de la notícia). El codi identificatiu permet ubicar la notícia en l'informatiu corresponent per país, el dia de l'emissió i en la posició dins l'escala de l'informatiu (Figura 7).

Figura 7. Descripció del codi identificatiu de les notícies.



¹² La plantilla dissenyada per a l'anàlisi va ser testada en una aplicació pilot realitzada per al Treball Final de Màster de l'autora (resultats publicats parcialment (Narberhaus, 2013)). El pretest, realitzat sobre un mostra de cinc informatius de l'*Info K*, va mostrar resultats vàlids, i es va perfeccionar introduint a la plantilla algun criteri que mancava, així com ampliant-la per al visionat de cada notícia, ja que aquest pretest contemplava una sola plantilla per informatiu.

Figura 8. Plantilla per a la observació semi-estructurada de les notícies utilitzada per a l'anàlisi de contingut.

Núm. Identificació	CAMP NUMÈRIC
Codi fitxa	(país/data/posició dins l'informatiu) DESCRIPCIÓ
Data emissió	CAMP NUMÈRIC
Durada (minuts)	CAMP NUMÈRIC
Posició dins l'informatiu	CAMP NUMÈRIC
Descriptiu notícia	DESCRIPCIÓ

TEMES DE L'AGENDA INFORMATIVA SELECCIÓ MÚLTIPLE	
Política	
Internacional	
Economia	
Societat	
	ANIMALS
	CIÈNCIA
	EDUCACIÓ
	ESTILS (MODA, GASTRONOMIA, GENT)
	MEDI AMBIENT
	METEOROLOGIA
	RELIGIÓ
	SALUT
	SUCCESSOS
	TECNOLOGIA
	TREBALL
Cultura	
	CINEMA
	CIRC
	ESCULTURA
	FOTOGRAFIA
	HISTÒRIA
	LITERATURA
	MÚSICA
	PINTURA
	POPULAR (GEGANTS, CASTELLS)
	TEATRE
Esports	
	ALPINISME
	BÀSQUET
	CICLISME
	EQUITACIÓ
	EXTREMS
	FUTBOL
	HANDBOL
	POLIESPORTIU
Mèdia	
	RÀDIO
	TELEVISIÓ
El temps	
Resum	
Agenda infantil QUADRE DE VERIFICACIÓ SI/NO	

QUALITAT INFORMATIVA

1. Informació d'actualitat *QUADRES DE VERIFICACIÓ*

- Tema d'ACTUALITAT
- Tema ATEMPORAL

2. Inclusió d'experiències Presència d'infants mostrant experiències reals de la seva vida actual. *QUADRE DE VERIFICACIÓ SI/NO*

3. Promoció de la diversitat Diversitat i pluralitat humana (presència de temes, individus i personatges propis d'altres cultures i ètnies) *QUADRES DE VERIFICACIÓ PRESENCIA/ABSÈNCIA*

- ètnica (immigració; diferents països)
- religiosa
- gènere

4. Promoció de valors Presentació de valors humans i socials positius i que estimulen comportaments humans concrets referits a ell/a mateix/a als altres. *QUADRES DE VERIFICACIÓ*

- afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat)
- civisme ciutadà
- convivència
- educatiu
- foment de l'amistat
- identitat cultural
- identitat personal
- inconformisme (actitud crítica)
- manifestacions afectives apropiades a l'edat
- promoció i respecte dels drets humans
- reflexió
- resolució positiva de conflictes (diàleg)
- respecte al medi natural/medi ambient
- respecte i integració de les diferències
- responsabilitat
- salut
- solidaritat
- tolerància
- Altres valors: *CAMP OBERT*

5. Escenes i comportaments que puguin atemptar contra el respecte, els drets humans o la dignitat humana, o resultar discriminatoris Comprovar que s'acompleixen sense dubtes els criteris restrictius establerts pel CAC i altres organismes internacionals. *QUADRE DE VERIFICACIÓ (indica presència, i es comenta el cas al camp "ÈTICA")*

Escenes que contenen:

- Discriminacions
- Manca de respecte a les persones
- Vulneració dels drets humans o de la dignitat humana

6. Estimulació (captar l'interès sense renunciar al rigor) *QUADRES DE VERIFICACIÓ*

- Propostes de reflexió (pensament a partir de preguntes)
- Imaginació (estimulació directa "imagineu que...")
- Coneixement (descobriments de temes científics, polítics i socials, art i cultura; tractament d'aquests temes a partir d'activitats pedagògiques)

7. Promoció de la interactivitat en el mateix programa (presència explícita de vies de contacte de l'espectador, referències a la web). *DESCRIPCIÓ*

8. Rols narratius dels nens (diverses possibilitats de desenvolupament de cada rol en l'estructura narrativa) *QUADRE DE VERIFICACIÓ*

- Subjecte d'estat
- Subjecte de l'acció
- Objecte de valor
- Indeterminat

9. Originalitat Que innovi i en faci referència. *CAMP OBERT*

10. Imatge: gràfics Si ajuden a entendre el contingut. Coherència amb el text. *DESCRIPCIÓ*

11. Imatge: coherència narrativa Si complementa adequadament el tema que acompanya. *DESCRIPCIÓ*

12. So: música Si complementa adequadament el tema que acompanya. *DESCRIPCIÓ*

13. So: efectes Si complementen adequadament el tema que acompanyen. *DESCRIPCIÓ*

14. Descodificació mitjans Espai per ajudar als infants de l'audiència a interpretar de manera crítica les imatges i els continguts audiovisuals (ex. Inforeporter). *CAMP OBERT*

15. Ètica *OBERT*

(Descripció oberta, si afecta en algun aspecte el tesaure o si genera conflictes ètics.)

INTERÈS DEL CAS

(Cas interessant per algun aspecte del seu contingut o forma, innovació en el plantejament, etc.)

Altres anotacions:

- Alteracions respecte altres notícies (canvi presentador, etc.).
- Problemes durant el visionat (defectes gravació, àudio...).

Temes

El segon apartat de la plantilla és el dedicat als temes de l'agenda informativa (identificació dels temes i subtemes, i si són específics de l'agenda infantil). Entenem per agenda infantil tots aquells temes que són propis dels noticiaris infantils i que no apareixen en els noticiaris convencionals. Així, distingirem entre temes de l'agenda adulta – els que també apareixen als telenotícies convencionals – i temes de l'agenda infantil. Les categoritzacions dels temes s'han fet d'acord a les que utilitzen els principals mitjans de comunicació al Regne Unit, Alemanya i Catalunya/Espanya i s'han recollit quantificant-ne les aparicions i la durada d'aquestes.

Qualitat informativa

El tercer apartat és el que recull els elements de qualitat informativa on s'indicarà la presència o absència de diferents criteris, amb espai obert per a comentaris quan es considerin necessaris.

1. **Informació d'actualitat:** el primer punt d'aquest apartat fa referència a la informació d'actualitat com a criteri de qualitat informativa. Entenem com a informació d'actualitat aquelles notícies que tracten temes nous en l'agenda, considerant nous els temes del dia o de la setmana en curs. Els temes que no són d'actualitat es consideren temes atemporals, que no són nous i que podrien tractar-se en aquell moment, una setmana enrere o una endavant.
2. **Inclusió d'experiències:** ens referim a la inclusió d'experiències reals de la vida de nens i nenes, a la seva presència a pantalla.
3. **Promoció de la diversitat:** aquest criteri fa referència al tractament de temes que promoguin la diversitat i la pluralitat humana mitjançant la presència d'individus i personatges propis d'altres cultures i ètnies. Considerem diversitat ètnica el tractament d'informació sobre la immigració o sobre països diferents al d'emissió de l'informatiu; religiosa al tractament de

notícies sobre diferents creences; i de gènere quan aquest sigui el motiu de la informació.

4. **Promoció de valors:** presentació de valors humans i socials positius a partir de les notícies que estimulin comportaments humans concrets referits als mateixos nens i nenes o als altres ciutadans. En l'anàlisi s'utilitza un llistat de temes preseleccionats que són els que apareixen amb més freqüència, i afegim la opció de posar "altres valors" en el cas de que a partir de la notícia es promoció algun valor que no s'ha tingut en compte prèviament.
5. **Exclusió d'escenes i comportaments discriminatoris,** que mostrin manca de respecte cap a les persones o vulnerin els Drets Humans o la dignitat humana. Aquest criteri implica comprovar que s'acompleixen sense dubtes els elements restrictius establerts per les principals institucions i organismes que vetllen per la protecció de la infància als mitjans de comunicació. En el cas de detectar alguna notícia que conté escenes de discriminació, manca de respecte cap a les persones o algun tipus de vulneració dels drets humans o de la dignitat humana en l'anàlisi s'indica i comenta al criteri número 15. Ètica.
6. **Estimulació:** aquest criteri es refereix a la capacitat de captar l'atenció de l'espectador sense renunciar al rigor i se'n diferencien tres tipologies diferents: estimulació a través de propostes de reflexió (es promou el pensament de l'espectador a través de preguntes); estimulació a partir de la imaginació (promou la estimulació directa a través de la proposta del presentador o periodista que es dirigeix als espectadors dient "imagineu que..."); i estimulació a partir del coneixement (es proposa el descobriment de temes científics, polítics, socials i/o culturals i el seu tractament a partir de diferents activitats pedagògiques, que poden ser una exposició, una lectura, una activitat en família, etc.).
7. **Interactivitat:** entenem per interactivitat la promoció explícita en el mateix programa de les vies de contacte i interacció de l'espectador amb l'informatiu, ja sigui a través de la pàgina web o d'altres vies (xarxes socials, correu electrònic, etc.).

8. **Rols narratius:** aquest criteri descriu les diverses possibilitats de desenvolupament dels rols de nens i nenes en l'estructura narrativa de les notícies¹³. Aquests rols poden ser:

- a. Subjecte d'estat (quan apareixen com a actors passius dels fets noticiables, com a escenari o amb presència circumstancial (“qui rep l'acció?”); notícies on s'objectualitza els infants (no se'ls mostra, s'entén el rol per al·lusió en la imatge; els casos més comuns els presenten com a víctimes dels adults (perjudicats per la seva acció: abusos, enganys a la xarxa, incomprensió dels pares...) o d'altres nens o nenes (assetjament escolar, etc.)).
- b. Subjecte de l'acció (quan són protagonistes de l'acció, duent a terme actes que tenen a veure directament amb el que està passant (“qui fa l'acció?”); en negatiu: apareixent com a subjectes actius quan es barallen o s'agredeixen entre ells o amb adults o bé transgredeixen acords socials tàcits del bon comportament, en positiu: són subjectes d'acció que es destaquen per les seves habilitats o per realitzar actes encomiables).
- c. Objecte de valor (quan els nens o nenes són objecte de la finalitat d'alguna acció, objecte d'interès dels adults i/o de la notícia (infants com a clients, consumidors) i no se'ls dóna paraula; casos en què adults i institucions actuen a favor o en benefici de les criatures).
- d. Indeterminat

¹³ Per analitzar els rols narratius dels nens i nenes a les notícies s'ha utilitzat una classificació obtinguda a partir de la semiòtica narrativa, adaptada i aplicada en altres investigacions prèvies sobre joves (Ruiz *et al.*, 2006; Capdevila *et al.*, 2008; Mauri i Figueras, 2010). En aquest treball s'ha aplicat aquest model als rols narratius de nens i nenes.

9. **Originalitat:** aquest criteri comprova que el programa tracti algun tema de manera innovadora i original i que en faci referència.
10. **Imatge/gràfics:** en aquest camp s'hi inclou si les notícies incorporen gràfics, de quin tipus, i de quina manera ajuden a entendre el contingut, tenint en compte la seva coherència amb el text.
11. **Imatge/coherència narrativa:** en relació amb l'anterior, s'observa si complementa adequadament el tema que acompanya.
12. **So/música:** aquest criteri es fixa en la música com a element de qualitat i si complementa adequadament el tema que acompanya.
13. **So/efectes:** en relació amb l'anterior, aquest criteri observa els efectes sonors com a element de qualitat i si complementen adequadament el tema que acompanyen.
14. **Descodificació de mitjans:** aquest criteri comprova si existeix un espai per ajudar a l'audiència a interpretar de manera crítica les imatges i els continguts audiovisuals contribuint a la descodificació de la televisió com a mitjà de comunicació.
15. **Ètica:** aquest camp s'utilitza si es detecta el tractament d'alguna notícia que generi conflictes ètics de qualsevol tipus.

Interès del cas i altres anotacions

Per últim, tanca la plantilla un apartat dedicat a anotacions de la investigadora, com pot ser l'interès particular de la notícia en el conjunt de l'anàlisi, o algun tipus d'incidències que s'hagin detectat durant el visionat.

3.1.3 Procediment i anàlisi de dades

En primer lloc era necessari recollir els diferents programes i enregistrar-los en suport informàtic per poder realitzar l'anàlisi. En el cas català va ser fàcil a través del servei de televisió a la carta. Igual en l'alemany, el qual té disponible una subscripció via podcast a través de l'iTunes. En el cas anglès, però, un bloqueig per geolocalització va fer la tasca força més complicada. A través dels canals oficials de la BBC era molt costós aconseguir els programes (el servei de còpies del BBC Archive demanava 200£ per programa), pel que finalment es va optar per enregistrar-los directament des del Regne Unit a través d'un contacte personal.

Un cop desats els programes, es va procedir a la visualització de les notícies, omplint en cada cas una plantilla com la descrita en el punt anterior. Aquestes plantilles per a la observació semi-estructurada de les notícies es va passar a un formulari de Google, una eina gratuïta que permetia recollir les dades de l'anàlisi de contingut de manera ràpida i eficaç, desant el contingut de l'anàlisi en una base de dades.

Figura 9. Captura de pantalla del formulari amb la plantilla per a la observació semi-estructurada de les notícies.

The screenshot shows a web form for news observation. At the top, there is a red asterisk and the word "Necessari" (Necessary). The form contains several fields, each with a red asterisk indicating it is required:

- Número identificatiu ***: A text input field.
- Codi fixa ***: A text input field with a placeholder example: "(país/data/posició dins l'informatiu) Ex: UK130503-1/DE130502-2/CA130502-3".
- Data emissió ***: A date selection interface with dropdowns for "Dia" (Day), "Mes" (Month), and "Any" (Year, currently showing 2013), and a calendar icon.
- Dia de la setmana ***: A dropdown menu.
- Durada (minuts) ***: A text input field.
- Posició dins l'informatiu ***: A text input field.
- Descriptiu de la notícia ***: A large text area for a description.

Below the form fields, there is a section titled **AGENDA** in bold. Underneath it, the word **AGENDA *** is followed by the word "Temes" (Topics).

Els resultats de l'anàlisi de les dades es descriu al punt 4 d'aquesta tesi. Per obtenir-los, primer es van realitzar els informes per països i per categories. Per a això, en primer lloc es va realitzar un *close-reading* de les dades, i després els informes de resultats segons les preguntes de recerca. En primer lloc, es va procedir a l'anàlisi dels temes per informatius, segons les seves aparicions als tres informatius, tenint en compte els temes de més durada i també els que apareixen en primera posició de cada edició, així com la naturalesa dels temes segons l'agenda (adults o infantil). Un cop extretes les dades relatives a cada informatiu es va realitzar una comparativa dels tres països en quant als temes de l'agenda informativa.

En segon lloc, es va realitzar l'anàlisi dels elements de qualitat informativa un per un i per països. Depenent del criteri es tenia en compte les aparicions en els informatius o se'n feia una descripció segons el cas. Per últim, es va fer un informe transversal tenint en compte els elements de qualitat informativa dels informatius dels tres països.

3.2 Grups de discussió

Per a l'estudi sobre la recepció dels informatius per part de nens i nenes utilitzem la tècnica dels grups de discussió o *focus groups*. És bàsic que un producte televisiu arribi a la seva audiència d'una manera que la fidelitzi, i, en el cas dels infants, que a més en puguin treure alguna cosa de profit és tot un repte. Amb aquesta tècnica s'aconsegueix obtenir informació a partir de discursos particulars que remetent a discursos generals i socials, ja que "cada discussió en un grup de discussió reflecteix i refracta (a nivell micro) una societat i una història" (Ibáñez, 2000: 501). A partir dels grups es poden recollir significats socials que permetran comprendre, per una banda, el fenomen de la seva percepció de l'actualitat a partir de motius i significats que s'amaguen més enllà d'allò superficial.

En els grups de discussió interessa saber els perquè i els com, i aquesta tècnica qualitativa, a diferència de l'enquesta, permet que les respostes no estiguin condicionades per les preguntes. El grup explora l'inconscient, allò subjectiu, els significats atorgats, els sentiments (Ibáñez, 2003; Corbetta, 2007; Krueger, 1991). El punt de vista dels individus es pot interpretar amb aquesta tècnica de la manera més adequada, ja que permet que els participants s'expressin lliurement i en les seves paraules, fet que especialment amb nens i nenes resulta molt rellevant. A la vegada, els grups de discussió eviten la racionalització del discurs que provoca l'entrevista personal pel fet de sentir-se jutjats directament per un adult entrevistador. A més, el grup és més espontani i natural que l'entrevista i permet estudiar la interacció entre constitucions psicològiques personals i conductes socials específiques (Figueras, 2010).

3.2.1 Investigar amb nens i nenes

Ethical issues

Investigar amb menors comporta una sèrie de característiques difícils d'obviar. En aquesta recerca va ser crucial la col·laboració de les diferents escoles. Es va redactar una descripció del projecte de tesi definint clarament els objectius i què necessitàvem de l'escola, i també dels alumnes i de les famílies participants a través d'un full de consentiment informat que el pare, mare o tutor/a legal del nen/a hauria de firmar (Annex 3). Aquests documents es van fer arribar a diferents escoles. Les que es van mostrar disposades a col·laborar amb la recerca van rebre més instruccions sobre com seleccionar els participants, que descrivim al punt 3.2.2.

Seguint les directrius europees per a la protecció de dades personals¹⁴ en la presentació dels resultats d'aquesta tesi s'utilitzen noms falsos per als participants, assegurant-nos que cap pugui ser identificat o identificable.

Els nens i nenes com a objecte d'estudi

A banda de les qüestions ètiques o *ethical issues* derivades de manera intrínseca de la recerca amb menors hi ha una sèrie de particularitats que tot aquell que investiga amb infants i joves hauria de tenir necessàriament en compte. Senta Pfaff-Rüdiger ho plasma perfectament en el seva recerca sobre la motivació i les estratègies de lectura de llibres pels infants de 10 a 14 anys (Pfaff-Rüdiger, 2010).

En primer lloc, cal conèixer les competències i capacitats dels nens i nenes. Per aquest motiu, Pfaff-Rüdiger considera de gran importància escollir una tècnica adequada per a la recerca i conèixer quin és el nivell de reflexió en l'edat dels infants que es consideren com a objecte d'estudi. A banda, també creu important testar els instruments per a

¹⁴ Directiva 95/46/CE del Parlament Europeu.

evitar possibles interrupcions o situacions d'entrevista complicades (2010: 108).

Una altra consideració a tenir en compte és que l'investigador estigui obert a la perspectiva de nens i nenes (en el nostre cas, caldria informar-se de la relació habitual dels nens i nenes de l'edat dels participants amb els mitjans de comunicació, per exemple). Per això, per comprendre les seves afirmacions s'ha de recórrer sovint a repreguntar, per captar realment el sentit del que volen dir els infants.

Una tercera particularitat és la construcció de la situació comunicacional, que amb nens i nenes és especialment delicada (2010: 109). Pfaff-Rüdiger explica que s'ha de tenir en compte molt especialment la manera en que s'estableix la relació entre entrevistador i nen/a. La situació comunicacional està condicionada per l'experiència dels infants amb els adults en la seva vida quotidiana. En aquest context (Pfaff-Rüdiger cita Heinzl 2003: 125) els nens i les nenes viuen la relació amb els adults sovint de manera jeràrquica, el que els impedeix expressar-se de manera oberta i sincera. Per això, la recomanació és construir d'entrada una relació de confiança, en què l'investigador es mostri empàtic i confident, tractant als nens i nenes com a experts en la seva pròpia vida quotidiana. En aquest sentit recomana també que les preguntes es facin en un lloc familiar, com a casa o a l'escola: "the location of the research matters to children" (Pfaff-Rüdiger cita Lobe *et al.* 2008: 10).

Tot això, cal tenir-ho en compte també a l'hora d'interpretar els resultats, per exemple, s'ha d'analitzar també si hi havia preguntes massa difícils, o algun altre condicionant rellevant per a l'anàlisi dels resultats.

3.2.2 Selecció dels participants

Els grups s'han format amb participants d'entre deu i onze anys. La franja d'edat de definició de l'audiència pels propis informatius és de sis a dotze, però s'ha decidit que tots els participants fossin del mateix curs escolar, i que els més grans aportarien un discurs més ric i coherent a la investigació. Entre els nou i els dotze anys, a més, els nens i nenes ja tenen una comprensió social general més elevada en els

seus judicis sobre la televisió, i són capaços d'assenyalar carències i qüestionar allò vist (Hawkins, 1977). D'altra banda, a partir dels 11 anys els nens i nenes poden començar a reflexionar sobre l'estètica de la televisió i el seu poder per crear una il·lusió de realitat de diferents maneres (Buckingham, 1996).

No es busca la representativitat estadística sinó una garantia de que els nens i nenes en qüestió coneixen el producte televisiu i que això permetrà comprendre de quina manera construeixen el seu concepte d'actualitat i si està relacionat amb les notícies. L'objectiu no és veure la relació entre variables sinó entendre les manifestacions de la seva individualitat (Corbetta, 2007).

Per tot això, s'ha valorat que dels dos grups de discussió que es realitzen a cada país un estigui format per nens i nenes que siguin espectadors habituals de l'informatiu en qüestió (que en vegin un mínim de tres setmanals), i l'altre per infants que no en siguin espectadors habituals.

Els grups s'han realitzat en el marc de l'escola, ja que aquest entorn els era familiar (Pfaff-Rüdiger, 2010; Lobe *et al.*, 2008). A partir del projecte enviat a les diferents escoles, els tutors i/o tutores de cinquè curs s'encarregaven de seleccionar els participants tenint en compte els criteris demanats (equilibri de nens i nenes, edat, capacitat reflexiva i comunicativa, un grup format per espectadors habituals de l'informatiu infantil i un per no espectadors habituals, i que no tinguessin pare o mare periodistes o vinculats a mitjans de comunicació).

Els grups pilots van servir per posar a prova el qüestionari previ als grups de discussió (Annex 4) i el guió semi-estructurat elaborat per a les sessions (Annex 5) i millorar les especificacions en les instruccions del projecte per a les escoles. Inicialment, estava prevista la realització dels grups de discussió amb entre 6 i 8 participants. Després dels grups pilot es va veure que amb nens i nenes d'aquestes edats havien de ser entre 5 i 6 participants perquè la discussió fos amena i tothom tingués oportunitat de parlar.

Els participants no coneixien el tema a priori per a que les intervencions fossin espontànies; només se'ls demanava si veuen

l'informatiu i eren informats de que el tema de discussió era la televisió.

Taula 9. Relació de participants dels grups de discussió.

Grup	Escola	Participants
GDA	Pau Casals (Barcelona)	5 nens 2 nenes
GDB	Pau Casals (Barcelona)	2 nens 3 nenes
GD1	La Sínia (Cerdanyola)	4 nens 2 nenes
GD2	La Sínia (Cerdanyola)	3 nens 2 nenes
GD3	Humboldt-Gymnasium (Berlin)	3 nens 2 nenes
GD4	Humboldt-Gymnasium (Berlin)	2 nens 4 nenes

Incidències

Com ja hem explicat en el punt anterior, inicialment estava previst convocar 8 participants a les sessions, però en el primer grup es va veure que era excessiu degut a la durada de les sessions i que es va veure que els nens i nenes tenien molta predisposició a xerrar. Per aquest motiu, es va decidir convocar sis participants per grup, que seleccionaven els tutors o tutores. En dos casos, un dels participants estava malalt i no van poder participar en les discussions (GD2 i GD3).

Les diferents cultures educatives de cada país van fer especialment difícil l'accés a les escoles i, per tant, als participants a l'estranger. La recerca amb l'audiència ja és complicada de gestionar de per si, però quan es tracta de menors encara ens trobem més entrebancs burocràtics. Al Regne Unit, aquests entrebancs no es van poder solucionar. Es va realitzar un enviament de mails, contacte telefònic amb diferents escoles de Cardiff (on la investigadora va realitzar una estada de recerca), i també contactes directes amb mestres, però la dificultat per investigar amb menors en aquest país, on a més de l'autorització d'escoles i pare, mare o tutor/a legal es necessita un

certificat d'antecedents penals expedit per la policia, va complicar tot el procés. La manca de temps que restava per al dipòsit de la tesi doctoral (vam estar gairebé un any intentant dur a bon port les gestions amb escoles al Regne Unit), i l'existència d'un estudi previ sobre la recepció de notícies per a nens i nenes al Regne Unit (Carter *et al.*, 2009), van fer que finalment es decidís excloure aquests dos grups de discussió (previstos inicialment) del projecte.

3.2.3 Estructura del guió

Per a la organització de les sessions es va redactar un guió (Annex 5), tot i que les estratègies aplicades eren no directives. L'ordre i la manera d'introduir els temes s'ha anat adaptant en cada cas segons l'evolució de la conversa. La duració de cada sessió no ha estat mai de més d'una hora, degut a que durant la infantesa és difícil romandre més temps atent en una activitat d'aquestes característiques. Abans de començar se'ls ha distribuït un qüestionari relacionat amb el tema de discussió (Annex 4), afavorint així la reflexió individual i evitant el posterior condicionament de la opinió amb el grup.

A part dels continguts transcrits (Annex 6) s'han tingut en compte per a l'anàlisi les anotacions recollides sobre variables de la verbalització (to, inflexió de la veu, intensitat, temps de reacció...), aspectes fisiològics (rubor, tremolor de la veu...), mecanismes de defensa (fuga, racionalització, projecció...) o el clima que envolta els comentaris. Tot això dificulta l'anàlisi posterior, ja que no existeix una norma única per a la interpretació. L'anàlisi del discurs del grup no és obra d'un algoritme, sinó d'un subjecte (Ibáñez, 2003). Així i tot, aquesta tècnica és la que aporta més flexibilitat i riquesa per als objectius de la recerca.

Tot i que hi havia un esborrany del guió dels grups de discussió contemporani a l'anàlisi de contingut la versió definitiva es va realitzar després d'aquesta anàlisi i de la realització de les sessions dels grups pilots (Annex 5).

Els sis blocs principals del guió són:

1. Trencar el gel: temps lliure
2. Hàbits de consum televisiu

3. Actualitat informativa
4. Importància d'estar informat
5. Els informatius
6. Hàbits de consum informatiu i mediàtic en general, individual i familiar

El primer bloc havia de servir per trencar el gel, a partir del qüestionari previ començaven a explicar què els agrada fer al seu temps lliure, el que donava peu a introduir el bloc 2, sobre hàbits de consum televisiu. Dins del bloc 3 (actualitat informativa) es visionaven tres notícies: una d'un telenotícies convencional i d'actualitat, una notícia del mateix tema d'actualitat però de l'informatiu infantil, i una notícia de tema propi d'informatiu infantil. En la selecció de les notícies (Taula 10) es va tenir en compte que fossin d'actualitat, dels dies abans a la realització dels grups de discussió, que tinguessin una durada equivalent d'aproximadament un minut, i que es tractés al telenotícies convencional i a l'infantil.

Taula 10. Notícies visionades durant els grups de discussió.

Notícia	Tema	Data	Grups
A: fotos	Arrenca el Mobile World Congress (MWC)	2.3.15	GDA, GDB
B: vídeo TN	Les novetats de MWC	2.3.15	GDA, GDB
C: vídeo Info K	Arrenca el MWC	2.3.15	GDA, GDB
D: vídeo TN	Actualitat política	20.2.15	GDA
E: vídeo Info K	L'Everest està brut	4.3.15	GDA
F: fotos	Germans Roca	2.6.15	GD1, GD2
G: vídeo TN	Germans Roca	2.6.15	GD1, GD2
H: vídeo Info K	Germans Roca	2.6.15	GD1, GD2
I: vídeo Info K	Premi Pilarín Bayés	4.6.15	GD1, GD2
J: fotos	Streik der GDL Vaga dels conductors de tren	21.5.15	GD3, GD4
K: vídeo Heute	Streik der GDL Vaga dels conductors de tren	21.5.15	GD3, GD4
L: vídeo Logo	Streik der GDL Vaga dels conductors de tren	21.5.15	GD3, GD4
M: vídeo Logo	Familien in der Welt Famílies al món	15.5.15	GD3, GD4

3.2.4 Realització dels grups de discussió

Com ja hem explicat, els mestres, pares i participants tenien coneixement del projecte a través dels documents informatius (Annex 3), pel que els nens i nenes afrontaven el grup amb una actitud positiva. Les sessions van ser conduïdes per la investigadora a les aules facilitades per les escoles, pel fet de ser un espai familiar per als nens i nenes. A l'inici se'ls explicava breument l'objectiu dels grups de discussió, donant molta importància a la seva opinió com a nens i nenes, i recordant-los que el que es digués durant les sessions no es parlaria amb els seus pares i mares o mestres.

Els grups pilots van ratificar la idoneïtat de la tècnica, tot i que també van evidenciar algunes millores possibles, en concret el temps de durada de la sessió (la primera sessió pilot es va allargar massa, més enllà de l'hora), pel que es va decidir eliminar del guió un dels vídeos i algunes preguntes. Per la resta, el guió va funcionar perfectament i les sessions pilots van presentar resultats també interessants, que en alguns casos hem aprofitat pel seu potencial (capítol 5).

Taula 11. Grups de discussió realitzats.

Grups	Centre	Data de realització
GDA	Escola Pau Casals	6.3.2015
GDB	Barcelona	
GD1	CEIP Escola Municipal La Sínia	8.6.2015
GD2	Cerdanyola del Vallès	
GD3	Humboldt-Gymnasium	29.5.2015
GD4	Berlin	

3.2.5 Procediment d'avaluació i anàlisi de resultats

Analitzar dades qualitatives i interpretar-les és el nucli de tot projecte qualitatiu, “a challenging task” (Creswell, 2007: 147), i el pas més criticat en aquest tipus de procés de recerca. Només amb una descripció oberta i documentada del procediment es pot reproduir de manera

intersubjectiva i suficient a les exigències a la recerca qualitativa (Pfaff-Rüdiger, 2010: 129).

Els grups de discussió van ser enregistrats en vídeo i àudio i transcrits. Al finalitzar la transcripció la investigadora es troba davant d'una massa de text, i el seu objectiu és extreure i reconstruir a partir d'aquesta massa de text patrons típics d'acció i interpretació (“typische Handlungs- und Deutungsmuster”) (Pfaff-Rüdiger, 2010: 129).

Basant-nos en el model de Pfaff-Rüdiger i adaptant-lo hem seguit els següents passos en l'anàlisi de resultats:

1. *Close-reading*
2. Parafraseig
3. Estructuració temàtica/categorització
4. Anàlisi de casos individuals

Un dels riscos en aquesta fase és la fascinació de la investigadora per les respostes de nens i nenes, pel que es recomana mantenir-se sempre en el nivell d'anàlisi (Pfaff-Rüdiger, 2010).

Així doncs, en primer lloc es va realitzar aquesta lectura acurada (*close-reading*) del material obtingut, per analitzar on eren els punts potents de les discussions dels nens i nenes participants. A través del parafraseig es van extreure les idees principals, que posteriorment van permetre l'estructuració temàtica o categorització. Necessàriament calia també realitzar una anàlisi dels casos individuals, tenir en compte els participants que per una raó o altre destacaven sobre la resta i observar per què. Un cop extreta tota aquesta informació, es va poder procedir a la extracció de resultats a partir de les categoritzacions, descrivint les explicacions de nens i nenes envers els diferents temes i trobant resposta als perquès d'aquestes. Aquests resultats es descriuen al capítol 5 d'aquesta tesi.

4 Les notícies per a nens i nenes a la televisió

*Children and young people have to be enticed to watch.
They have to be entertained as well as informed,
in ways that reflect their existing enthusiasms and cultural experiences.
For all these reasons, producing news for young people is bound
to be a difficult and problematic process.*

David Buckingham, 2000.

Aquest capítol discuteix els resultats obtinguts en la primera fase de la recerca descrita en el punt anterior (3.1).

Es presenten les dades de l'anàlisi de contingut en dues àrees (4.1 Temes i 4.2 Qualitat informativa) i per països. Per a cadascun d'aquests apartats es descriu una comparativa dels tres informatius com a conjunt. D'una banda, l'anàlisi de temes mostra si les notícies, tal com diu David Buckingham (2000), reflecteixen els entusiasmes i experiències culturals del públic al qual van dirigides: els nens i les nenes. De l'altra, l'anàlisi de la qualitat informativa proporciona coneixement sobre la manera amb que els professionals d'aquests informatius afronten el repte –o el procés problemàtic, com l'anomena Buckingham– de produir notícies per a nens i nenes.

Newsround, *Logo* i *Info K*, com ja s'ha explicat àmpliament en el marc teòric i conceptual i en l'apartat dedicat a la Metodologia d'aquesta tesi, tenen funcions i filosofies equivalents tot i existir en marcs geogràfics i culturals diferents. No obstant, mostren algunes diferències en la seva forma i característiques generals que necessàriament cal tenir en compte a l'hora de comparar-ne els temes, com ho són la emissió, la durada mitja dels programes i si hi ha seccions fixes que, com a tals, condicionen – en part – la resta del contingut del programa (Taula 12).

Taula 12. Resum de característiques generals dels tres informatius (maig 2013).

	NEWSROUND	LOGO	INFO K
Emissió	Vàries durant el dia	Diària a les 19:30h	DI-Dv a les 18:50h
Durada mitjana	5'00 minuts	9'47 minuts	11'40 minuts
Notícies Ø	4,2	6,2	7,8
Espai específic meteorologia	NO	SI (14 segons)	SI (36 segons)
Referències a la web	(23/86) 26,7%	(30/126) 23,8%	(10/160) 6,2% Per a concursos i sorteigs
Especificitats	Espai "what to do if you are upset by the news" (p.ex.: en casos de desastres naturals)	Utilitza animacions per explicar conceptes complicats, per fer-los comprensibles de manera interactiva; Kinderreporter	Entrevistes a personalitats a l'estudi
Tancament	Fa referència a notícia que es pot consultar a la web	Animals fan broma fent referència a alguna notícia del dia	Vídeo musical, recull d'imatges

El més destacable d'aquestes característiques generals és que *Newsround* té una durada inferior als altres dos informatius, i que per tant pot encabir un nombre menor de notícies en la seva escaleta, que a la vegada seran més curtes. En relació amb això, l'espai anglès no té una secció específica per a la informació meteorològica, mentre *Logo* i *Info K* sí que la tenen. Aquestes característiques generals condicionaran els temes i el seu tractament, així com també alguns elements de la qualitat informativa dels programes.

4.1 Temes

Els temes de les notícies són els assumptes que podem classificar en diferents seccions i que s'ordenen dins els informatius segons els criteris de noticiabilitat dels seus editors. Així, uns temes es prioritzen sobre d'altres, i apareixen en un determinat ordre i durant una precisa durada en l'informatiu d'un dia en concret.

Hem de tenir en compte, també, que el fet de que les notícies siguin d'actualitat es considera un element de qualitat informativa a la televisió infantil (Casas, 2005), i així s'ha mantingut també en aquesta anàlisi. El mateix passa amb la inclusió d'experiències de nens i nenes en les notícies, que també es considera un criteri de qualitat per a la televisió infantil (Crescenzi, 2010)¹⁵. Per la importància d'aquests dos criteris, que per si sols ja responen a una de les principals preguntes de recerca d'aquest estudi (Què expliquen els informatius infantils?), hem volgut discutir-los en aquest apartat de manera autònoma.

Els temes a Newsround

Els 21 informatius analitzats de *Newsround* els componen un total de 86 notícies, que s'han classificat en sis grans seccions (Taula 13). El gran pes temàtic de les notícies de *Newsround* el trobem en les notícies de Societat (N=52), seguida en un nombre considerablement menor per les d'Esports (N=16) i les de Cultura (N=6). Els temes de Política (N=4), Internacional (N=4) i Mèdia (N=4) serien, quant a aparicions, secundaris. D'aquestes 86 notícies trobem 21 casos en que són temes específics de l'agenda infantil.

La distribució dels subtemes en les diferents seccions es reparteix en temes relacionats amb els Animals (N=9), la Meteorologia (N=9), l'Educació (N=7), la Ciència (N=6) i la Salut (N=6) en la secció de

¹⁵ Els criteris de qualitat aplicats a la recerca es discuteixen de manera àmplia al punt 1.2 *Qualitat informativa a la televisió* d'aquesta tesi.

Societat. També apareixen, tot i que en menor nombre, temes d'Estils (N=4), Tecnologia (N=4), Successos (N=3), Drets Socials (N=3) i Medi Ambient (N=1). Pel que fa a Esports, el major número de notícies es concentren al subtema Futbol (N=8), i la resta es poden considerar secundaris, ja que Ciclisme té dues aparicions i la resta de subtemes tractats tan sols una. És el cas d'Alpinisme, Escalada, Golf, Jocs Olímpics, Rugby i Surf. Cultura és la tercera secció en quant a nombre de notícies (N=6), i els seus subtemes es reparteixen en Música (N=5) i Literatura (N=1). Les notícies de Mèdia tractades a *Newsround* corresponen tres a Televisió i una a Ràdio.

A diferència del que acostuma a ser habitual en els telenotícies adults, a *Newsround* la política no centra l'atenció de l'informatiu, i és que només tracten temes polítics quatre notícies durant el mes analitzat. El mateix passa amb la política internacional, són quatre les vegades que apareix com a tema de les notícies, amb diferents països com a protagonistes: l'Afganistan (N=1), Rússia (N=2) i Síria (N=1).

Taula 13. Els temes de *Newsround*.

Newsround		N=86
ESPORTS	16	
	ALPINISME	1
	CICLISME	2
	ESCALADA	1
	FUTBOL	8
	GOLF	1
	JOCS OLÍMPICS	1
	RUGBY	1
	SURF	1
SOCIETAT	52	
	ANIMALS	9
	CIÈNCIA	6
	DRETS SOCIALS	3
	EDUCACIÓ	7
	ESTILS	4
	MEDI AMBIENT	1
	METEOROLOGIA	9
	SALUT	6
	SUCCESSOS	3
	TECNOLOGIA	4
CULTURA	6	
	LITERATURA	1
	MÚSICA	5
MÈDIA	4	
	RÀDIO	1
	TV	3
POLÍTICA	4	
	POLÍTICA	4
INTERNACIONAL	4	
	L'AFGANISTAN	1
	RÚSSIA	2
	SÍRIA	1

D'altra banda, per a l'establiment de l'agenda o *agenda setting* és rellevant veure el temps dedicat als temes dins la mostra analitzada de l'informatiu (Taula 14). La durada màxima d'una notícia a *Newsround* durant el mes analitzat és de 2'58 minuts, i aquest temps correspon a la notícia del Tornado d'Oklahoma als Estats Units del 20 de maig (UK130520-3¹⁶), que ocupa la primera posició en el *Top 10* de les notícies a *Newsround* segons la durada. La magnitud d'aquesta catàstrofe natural va fer que la majoria de mitjans de comunicació li donessin una àmplia cobertura. Tota la resta de notícies d'aquest *Top 10* tenen una durada de més de dos minuts, i gairebé la meitat (4 de 10) tenen a veure amb temes de l'agenda infantil, i tres d'aquestes quatre presenten connexions amb el món escolar. Dues de les notícies més llargues parlen del futbol anglès i ocupen les posicions 6 i 10 al *Top 10* (UK130508-1 i UK130514-1).

Taula 14. Top 10 dels temes de les notícies a *Newsround* segons la durada.
Base temps: 01:36:34.

Posició	Tema	En min.
1	Tornado Oklahoma	2'58
2	Escola inicia campanya per salvar ocells marins en perill	2'37
3	La meitat de nens i nenes a Anglaterra no saben nedar	2'31
4	Polèmica per les gravacions amb mòbils dels concerts	2'28
5	Soldats britànics morts a l'Afganistan	2'26
6	Alex Fergusson s'acomiada del Manchester United després de 26 anys	2'22
7	Estudi sobre el son dels nens	2'19
8	El dilema de les portades de llibre: les roses són per a nenes	2'16
9	Tim Peake, primer oficial astronauta del Regne Unit	2'14
10	Entrenador Manchester City Roberto Mancini cessat pel club després d'una mala temporada	2'10

En la lògica dels informatius no té el mateix pes el tema d'obertura que la resta, la distribució de les notícies dins l'informatiu és rellevant, i ocupa gran part de les discussions dels consells de redacció dels professionals que hi treballen. Per aquest motiu és oportú destacar

¹⁶ UK130520-3 és el codi identificatiu de la notícia. El procés de codificació es descriu a la pàgina 102 d'aquesta tesi.

quins han estat els temes d'obertura dels vint-i-un informatius de *Newsround* analitzats (Taula 15).

Taula 15. Temes d'obertura de *Newsround*.

Emissió	Tema	En min.
1.5	Soldats britànics morts a l'Afganistan	2'26
2.5	Atacs a escaladors a l'Everest	1'52
3.5	Escola inicia campanya per salvar ocells marins en perill	2'37
6.5	Accident d'una família causa dos morts en descontrolar-se una llanxa al mar	0'51
8.5	Alex Fergusson s'acomiada del Manchester United després de 26 anys	2'22
9.5	David Moyes confirmat com a nou entrenador del Manchester United	1'59
10.5	Dona trobada amb vida sota edifici ensorrat pel terratrèmol a Bangla Desh	0'29
13.5	Debat sobre la participació de nens en programes espectacle com <i>Britain's got talent</i>	2'02
14.5	Entrenador Manchester City Roberto Mancini cessat pel club després d'una mala temporada	2'10
15.5	La detenció d'un espia nord-americà a Rússia causa una tempesta diplomàtica	1'35
16.5	David Beckham anuncia la seva retirada del futbol	1'59
17.5	Tribut a Beckham per la seva retirada: famós més enllà del futbol	2'05
20.5	Tim Peake, primer oficial astronauta del Regne Unit	2'14
21.5	Tornado Oklahoma	2'58
22.5	El nombre de refugiats Síria creix massivament, segons l'ACNUR	1'08
23.5	Confrontació entre golfistes: Sergio Garcia diu "fried chicken" a Tiger Woods ("Pollastre fregit" és un estereotip associat als negres del sud profund dels Estats Units)	1'36
24.5	Treballadora d'un zoo de Cambria ferida per un tigre	0'20
28.5	Polèmica per les gravacions amb mòbils dels concerts	2'28
29.5	Terratrèmol a Gal·les, el més important en 30 anys	2'04
30.5	A Nord-Anglaterra es plantegen prohibir la venda de menjar ràpid per emportar calent en horari escolar per a que els nens i nenes mengin més sa	1'55

L'anàlisi mostra que els temes d'obertura no són necessàriament els de més durada. El temps dedicat a les notícies en primera posició de l'escaleta dels informatius oscil·la entre 0'20 i 2'58 minuts. Els temes d'obertura de *Newsround* no poden ser més heterogenis: varien de secció i subtemes en funció dels criteris de noticiabilitat dels editors del programa, de l'actualitat i dels temes propis que ha treballat l'informatiu per a aquell dia. És destacable, no obstant, que els únics

temes que tenen continuïtat en la obertura de l'informatiu durant el mes analitzat corresponen a notícies d'Esports-Futbol: el 8.5.2013 la notícia d'obertura és “Alex Fergusson s'acomiada del Manchester United després de 26 anys” (UK130508-1), i l'endemà, el 9.5.2013 obre l'informatiu “David Moyes confirmat com a nou entrenador del Manchester United” (UK130509-1). L'altre cas en que això torna a passar és amb la notícia de l'anunci de la retirada del futbol del jugador David Beckham del 16.5.2013 (UK130516-1), on l'endemà obre el tema “Tribut a Beckham per la seva retirada: famosos més enllà del futbol” (UK130517-1).

Newsround dedica gairebé una quarta part del seu informatiu al tractament de temes que afecten directament als nens (Figura 10). De les 86 notícies analitzades 21 corresponen a l'agenda infantil (el 24,4%), és a dir, són temes que no apareixen als noticiaris convencionals de la BBC, propis de *Newsround*. Això significa, d'altra banda, que l'informatiu dedica una gran part de les seves notícies al tractament de temes de l'agenda adulta (65 de 86, el 75,6%). Aquests 65 temes no van aparèixer necessàriament com a notícies als informatius convencionals de la BBC, ja que, per exemple *Newsnight*, el programa de notícies del vespre, té els seus propis criteris de noticiabilitat, especialment relacionats amb l'actualitat, entre molts d'altres, però sí que molts d'ells van ser tractats pel noticiari adult. Relacionar aquests criteris entre informatiu infantil i informatiu convencional d'una mateixa cadena no era l'objectiu d'aquesta anàlisi i per tant no s'ha dut a terme, però sí que hem volgut tenir en compte si els temes tractats a *Newsround* tenien relació amb l'actualitat o no (Figura 11).

El 73,8% de temes de l'agenda adulta són d'actualitat (un 58,8% del total de notícies analitzades), per tant 48 notícies són les que també apareixerien al noticiari convencional. Els 17 casos que es classifiquen com a temes de l'agenda adulta atemporals, tot i que per temàtica també hi tindrien cabuda – no afecten directament a nens i nenes –, a la pràctica acaben sent temes que precisament per la seva atemporalitat tampoc acostumen a interessar als informatius adults. Un exemple clar d'aquests casos són les notícies del subtema Animals, no afecten directament a nens, són atemporals, i no els trobaríem habitualment tampoc en l'informatiu convencional de la BBC.

Figura 10. Naturalesa dels temes de *Newsround* (N=86).

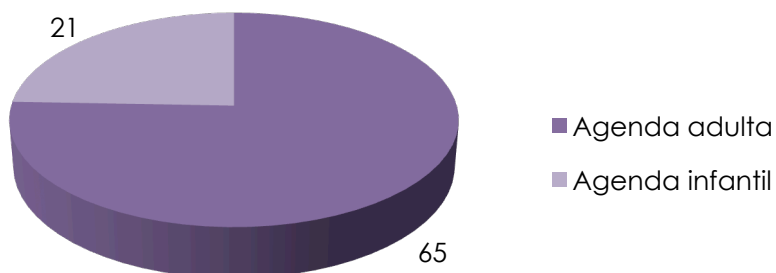
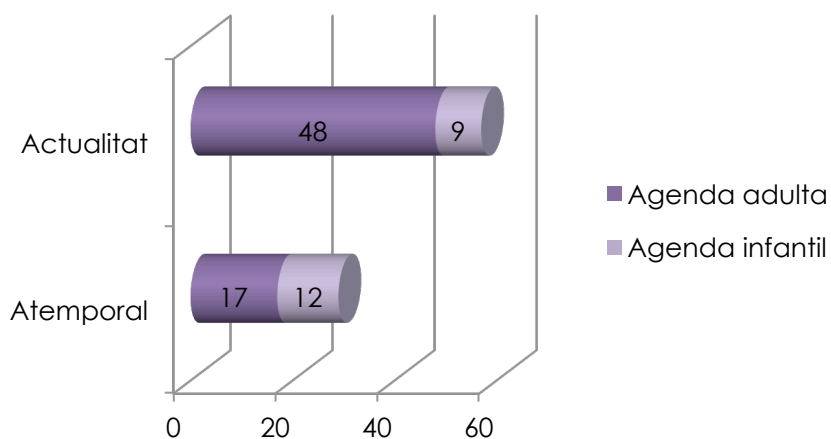


Figura 11. Naturalesa dels temes de *Newsround* en relació a l'actualitat (N=86).



Els temes a Logo

De l'informatiu alemany s'han analitzat 126 notícies, corresponents a 20 informatius relatius al mes de maig de 2013 (Taula 16). El pes principal dels temes a l'informatiu alemany se situa a la secció de Societat (N=47). En segon lloc hi ha les notícies de la Méteo (N=20), que al ocupar un espai fix a l'informatiu apareixen cada dia. Política (N=14), Cultura (N=14) i Esports (N=14) tenen el mateix número de temes en quant a aparicions, seguits d'Internacional (N=10), Economia (N=5) i Mèdia (N=2).

Taula 16. Els temes a Logo.

Logo	N=126	
ESPORTS	14	
		ALPINISME 1
		EQUITACIÓ 1
		ESCALADA 1
		FUTBOL 7
		HANDBOL 2
		RUNNING 1
SOCIETAT	47	SKATE 1
		ANIMALS 7
		CIÈNCIA 4
		DRETS SOCIALS 3
		EDUCACIÓ 6
		ESTILS 8
		MEDI AMBIENT 4
		METEOROLOGIA 6
		RELIGIÓ 3
		SALUT 3
		SUCCESSOS 2
CULTURA	14	TECNOLOGIA 1
		CINEMA 4
		DANSA 1

		ESCULTURA	1
		FOTOGRAFIA	1
		LITERATURA	1
		MÚSICA	5
		PINTURA	1
MÈDIA	2		
POLÍTICA	14	INTERNET	1
		FOTOPERIODISME	1
		POLÍTICA	14
ECONOMIA			
INTERNACIONAL	5	ECONOMIA	5
	10		
	20	EUA	1
		FRANCA	1
		MALI (ÀFRICA)	1
		MÓN	1
		ROMANIA	1
		SÍRIA	1
		SÍRIA/TURQUIA	1
		UE	2
		UE-SÍRIA	1
		MÉTEO	10
		MÉTEO-COMIAT	10

Pel que fa a subtemes *Logo* també en presenta una àmplia varietat. Els temes de Societat (N=47) es subdivideixen, de més a menys aparicions, en Estils (N=8), Animals (N=7), Educació (N=6) i Meteorologia (N=6), Ciència (N=4) i Medi Ambient (N=4), Religió (N=3), Drets Socials (N=3) i Salut (N=3), Successos (N=2) i Tecnologia (N=1).

En Esports (N=14) el major nombre de notícies els concentra el Futbol (N=7). L'Handbol té dues aparicions, i Alpinisme, Equitació, Escalada, Running i Skate en tenen una en tota la mostra analitzada.

Els subtemes de Cultura (N=14) són els que es manifesten de manera més equilibrada: Música (N=5) i Cinema (N=4) són els subtemes que apareixen més sovint, i a més l'anàlisi identifica un cas de notícia amb subtema de Dansa, un d'Escultura, un de Fotografia, un de Literatura i un de Pintura.

El tractament que fa *Logo* de les notícies d'Internacional (N=10) mostra la realitat de diferents països, que hem recollit com a subtemes: Estats Units (N=1), França (N=1), Mali (N=1), Romania (N=1), Síria (N=1), Síria/Turquia (N=1), Unió Europea (N=2) i Unió Europea/Síria (N=1).

Per la seva banda, els dos casos de Mèdia es subdivideixen en Internet (N=1) i Fotoperiodisme (N=1).

Un altre element detectat en l'anàlisi de contingut de l'informatiu alemany és que l'espai dedicat a la Météo sempre apareix al final. En alguns casos s'emet fusionat al comiat de l'informatiu (N=10) i en d'altres com a notícia autònoma, independent del comiat (N=10).

La mitjana de durada total d'un informatiu de *Logo* és de 9'47 minuts. Aquest temps permet que, quan el tema ho requereix, la notícia es pot allargar i aprofundir en el seu tractament. Aquest aspecte queda reflectit en el *Top 10* de les notícies segons la durada (Taula 17). En el recull dels temes més llargs tractats a l'informatiu hi ha en primera posició la notícia sobre el conflicte per la ocupació islamista a Mali, explicat a través de l'experiència d'una nena (DE130515-2), amb una durada de 4'10 minuts. En desena posició hi ha la notícia "Polítics es reuneixen a Berlín per parlar de l'atur juvenil a Europa" (DE130528-2), que dura 2'41 minuts. Els temes més llargs no segueixen un mateix patró temàtic, però sí que tenen en comú que són o bé notícies que per la seva proximitat al públic infantil els poden resultar de més interès ("Una escola pilot sense classes ni avaluacions"; "Cybermobbing: un de cada 6 joves a Alemanya ha patit mobbing per internet"; "Un nou parc per a skaters a Hamburg"), o bé són d'actualitat ("Tornado a Oklahoma"; "Procés judicial per Beate Zschäpe (NSU) acusada de participar en l'assassinat de deu persones"; "Acció Blockupy a Frankfurt amb Main contra els bancs"; "Final de la Champions League femenina i prèvia de la Final de la Champions: arribada dels equips a Londres i crònica ambient") o d'interès social general i mereixen ser explicats amb més profunditat ("En què fixar-

nos quan comprem roba? La situació dels treballadors a les fàbriques de roba de Bangladesh”).

Taula 17. *Top 10* dels temes de les notícies a *Logo* segons la durada.
Base temps: 02:57:01.

Posició	Tema	En min.
1	Mali: Experiència d'una nena durant el conflicte per la ocupació islamista	4'10
2	Procés judicial per Beate Zschäpe (NSU) acusada de participar en l'assassinat de deu persones	4'00
3	En què fixar-nos quan comprem roba? La situació dels treballadors a les fàbriques de roba de Bangla Desh	3'13
4	Tornado a Oklahoma	3'03
5	Final de la Champions League femenina (foto) i prèvia de la Final de la Champions: arribada dels equips a Londres i crònica ambient	3'01
6	Una escola pilot sense classes ni avaluacions	2'55
7	Acció Blockupy a Frankfurt amb Main contra els bancs	2'50
8	Un nou parc per a skaters a Hamburg	2'48
9	Cybermobbing: un de cada 6 joves a Alemanya ha patit mobbing per internet	2'44
10	Polítics es reuneixen a Berlín per parlar de l'atur juvenil a Europa	2'41

Els temes d'obertura de l'informatiu alemany corresponents a la mostra analitzada són d'actualitat, i només en un cas hi ha un tema que té continuïtat l'endemà, el del “Tornado a Oklahoma” dels dies 21 i 22 de maig (DE130521-1 i DE130522-1) (Taula 18). L'anàlisi mostra que l'agenda política nacional i internacional està present en aquests temes d'obertura (el 10 de maig “Visita d'Angela Merkel als soldats alemanys a l'Afganistan”; el 15 de maig “Cimera sobre pesca a Brussel·les pel problema de que es pesquen massa peixos”; el 17 de maig “Polítics alemanys discuteixen sobre les deixalles atòmiques”; el 27 de maig “Polítics i experts parlen a Berlín dels cotxes elèctrics”; el 28 de maig “Polítics europeus discuteixen a Brussel·les si enviar armes a la guerra Síria”). També hi ha algun cas de tema que afecta especialment als nens i nenes, com el 8 de maig (“Quanta estona de son necessiten els nens?”) o el 30 de maig (“Els nens amb discapacitats es veuen en condicions

Taula 18. Temes d'obertura a *Logo*.

Emissió	Tema	En min.
2.5	Apostes sobre qui guanyarà la Final de la Champions Bayern-Dortmund	0'11
6.5	Procés judicial per Beate Zschäpe (NSU) acusada de participar en l'assassinat de deu persones	4'00
7.5	Resultats de l'estudi sobre diferents cascs de bicicleta	1'34
8.5	Quanta estona de son necessiten els nens?	1'28
9.5	Festiu Christi Himmelfahrt (Ascensió, festiu a Alemanya): què se celebra?	1'58
10.5	Visita d'Angela Merkel als soldats alemanys a l'Afganistan	1'32
13.5	Trobada a Münster per la millorar de les condicions dels ciclistes	1'24
14.5	Nova normativa per les suggerències dels motors de cerca a internet	1'33
15.5	Cimera sobre pesca a Brussel·les pel problema de que es pesquen massa peixos	1'15
16.5	Dia d'acció d'organitzacions d'ajuda humanitària alemanyes pels més de dos anys de guerra civil a Síria	1'38
17.5	Polítics alemanys discuteixen sobre les deixalles atòmiques	1'37
21.5	Tornado a Oklahoma	1'29
22.5	Tornado a Oklahoma	3'03
23.5	Mal temps a Alemanya tot i la primavera	1'22
24.5	Aldarulls de joves provoquen incendis d'edificis i cotxes a Suècia	1'21
27.5	Polítics i experts parlen a Berlín dels cotxes elèctrics	1'26
28.5	Polítics europeus discuteixen a Brussel·les si enviar armes a la guerra Síria	1'28
29.5	20 anys de l'atac d'extrema dreta a una família turca a Solingen	1'19
30.5	Els nens amb discapacitats es veuen en condicions d'inferioritat especialment en països pobres	1'33
31.5	Acció Blockupy a Frankfurt amb Main contra els bancs	2'50

d'inferioritat especialment en països pobres”), un cas en que el tema d’obertura és l’actualitat esportiva (2 de maig “Apostes sobre qui guanyarà la Final de la Champions Bayern-Dortmund”) i la resta tracta altres temes d’actualitat (6 de maig “Procés judicial per Beate Zschäpe (NSU) acusada de participar en l’assassinat de deu persones”; 7 de maig “Resultats de l’estudi sobre diferents cascs de bicicleta”; 9 de maig “Festiu Christi Himmelfahrt (Ascensió, festiu a Alemanya): què se celebra?”; 14 de maig “Nova normativa per les suggerències dels motors de cerca a internet”, 16 de maig “Dia d’acció d’organitzacions d’ajuda humanitària alemanyes pels més de dos anys de guerra civil a Síria”; 23 de maig “Mal temps a Alemanya tot i la primavera”; 29 de maig “20 anys de l’atac d’extrema dreta a una família turca a Solingen”; 30 de maig “Acció Blockupy a Frankfurt amb Main contra els bancs”).

Pel que fa a la naturalesa de les notícies, la mostra analitzada de *Logo* presenta 94 de les 126 notícies totals que corresponen a l'agenda adulta (74,6%), mentre que 32 (25,4%) corresponen a l'agenda infantil (Figura 12).

Figura 12. Naturalesa de les notícies de *Logo* (N=126).

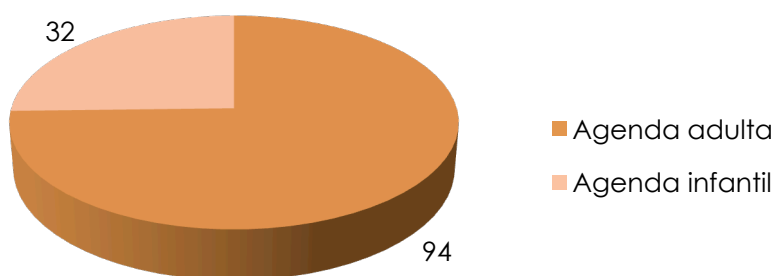
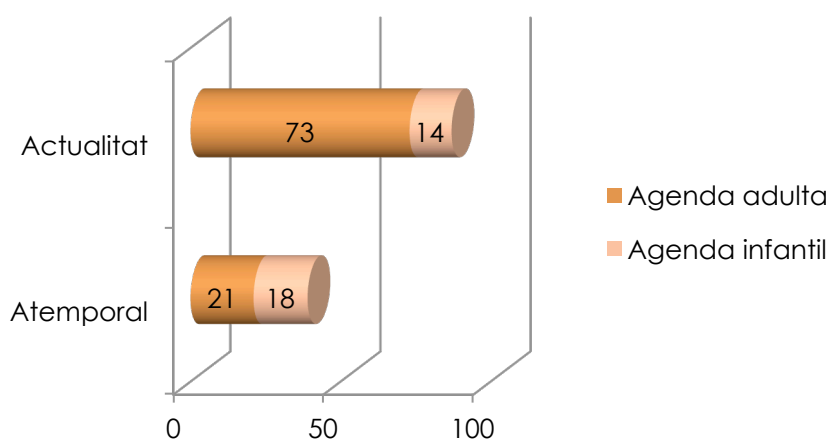


Figura 13. Naturalesa dels temes de *Logo* en relació a l'actualitat (N=126).



Contemplant aquestes mateixes dades en relació amb l'actualitat dels temes tractats, s'observa que 87 (69%) dels 126 temes són d'actualitat, mentre que 39 (31%) són atemporals (Figura 13). De les notícies d'actualitat 73 pertanyen a l'agenda adulta i 14 a l'agenda infantil. Dels temes atemporals, 21 són de l'agenda adulta i 18 específics de l'agenda infantil.

Els temes a l'Info K

La mostra analitzada del noticiari català la formen 20 informatius que corresponen a un total de 160 notícies. L'anàlisi de contingut d'aquestes notícies reflecteix que la gran majoria tracten temes de Societat (N=62), seguits en nombre per Cultura (N=38), Esports (N=27), Méteo (N=21), Mèdia (N=3) i Política (N=3) i Internacional (N=1) (Taula 19). En la categoria especial Resum (recull del més destacat de la setmana que s'emet els divendres) hi ha cinc casos.

Pel que fa als subtemes més tractats per l'*Info K* destaquen, amb més de 10 aparicions, Societat-Estils (N=18), Cultura-Música (N=16), Societat-Animals (N=13) i Esports-Futbol (N=12).

Hi ha una àmplia varietat de subtemes tractats. La majoria tenen una o dues aparicions: Esports-Bàsquet, Fórmula 1, Ironman, Jocs Olímpics, Parapent, Poliesportiu, Running; Societat-Drets Socials, Medi Ambient; Cultura-Cinema, Circ, Dansa, Escultura, Fotografia, Història i Pintura una, i Mèdia-Televisió i TV3 dues. Alguns tenen tres o quatre aparicions: Esports-Alpinisme, Extrems; Societat-Ciència, Salut, Tecnologia; Cultura-Literatura, Cultura Popular, Teatre. I una minoria entre cinc i deu aparicions: Societat-Educació (N=8) i Societat-Meteorologia (N=9).

D'aquests temes, l'aparició de nens i nenes es concentren especialment a les notícies de Societat-Educació, en què en totes les peces hi apareixen nens i nenes (8 de 8); a les de Societat-Estils, en què apareixen infants en 7 de les 18 notícies d'aquest subtema; i a Cultura-Música, on 7 de les 16 notícies fan referència explícita a temes infantils i mostren criatures.

Taula 19. Els temes a l'Info K.

Info K	N=160	
ESPORTS	27	
	ALPINISME	3
	BÀSQUET	2
	EXTREMS	3
	FÓRMULA 1	2
	FUTBOL	12
	IRONMAN	1
	JOCS OLÍMPICS	1
	PARAPENT	1
	POLIESPORTIU	1
	RUNNING	1
SOCIETAT	62	
	ANIMALS	13
	CIÈNCIA	4
	DRETS SOCIALS	2
	EDUCACIÓ	8
	ESTILS	18
	MEDI AMBIENT	1
	METEOROLOGIA	9
	SALUT	3
	TECNOLOGIA	4
CULTURA	38	
	CINEMA	1
	CIRC	1
	DANSA	2
	ESCULTURA	1
	FOTOGRAFIA	2
	HISTÒRIA	2
	LITERATURA	3
	MÚSICA	16
	PINTURA	2
	POPULAR	3
	TEATRE	4
	VARIS	1
MÈDIA	3	

POLÍTICA	TELEVISIÓ	1
	TV3	2
INTERNACIONAL	3	
	POLÍTICA	3
MÉTEO	1	
	BELIZE	1
RESUM	21	
	MÉTEO	21
	5	
	RESUM	5

Taula 20. *Top 10* dels temes de les notícies a l'Info K segons la durada (N=160).
Base temps: 03:41:29.

Posició	Tema	En min.
1	Protagonistes de la sèrie que emet TV3 <i>Diaris de Vampirs</i> són a Barcelona. 3 espectadors de l'Info K els han entrevistat i ho expliquen a plató	6'47
2	Entrevista a l'actor Pep Plaza	4'54
3	Tornado Oklahoma + explicació al plató del fenomen amb el meteoròleg Tomàs Molina	4'43
4	La proposta: Exposició Cosmocaixa explica el Desgel "L'Àrtic es trenca" (fotografies d'Andoni Canela)	4'18
5	Entrevista a Santi Faro, expert en esports extrems en motiu dels X-Games Barcelona	4'14
6	Comença el Sónar kids al Port de la Selva, festival de música electrònica infantil + entrevista al street dancer Pol Fruitós	3'30
7	Els "Directioners", fans del grup One Direction, envaeixen Badalona	3'21
8	Manifestació contra les retallades en educació (Llei Wert)	3'03
9	Concurs escolar de l'ONCE de vídeos amb invents per millorar la vida de persones amb discapacitats	3'01
10	Poliesportiu: Alonso guanya F1 a Montmeló, Hoquei Patins Vendrell guanya Copa de la Cers, Barça futbol sala guanya Copa del Rei	2'59

Els temes als quals l'*Info K* dedica més temps en els vint informatius que formen part de la mostra estan relacionats majoritàriament amb la cultura o els esports (Taula 20). El més llarg de tots pertany a la categoria Mèdia-Televisió (“Protagonistes de la sèrie que emet TV3 *Diàries de Vampirs* són a Barcelona” (CA130501-1)) i s’allarga fins a 6’47 minuts, el que suposa una excepció en la tònica general del programa.

Pel que fa als temes d’obertura, l’anàlisi de l'*Info K* mostra una gran heterogeneïtat, i és que hi ha temes molt diversos, de diferents durades i d’actualitat i atemporals. Si s’observa els temes d’obertura en relació amb els demés temes de l’escaleta de l’informatiu del mateix, però, veiem que quan el tema d’obertura és atemporal no hi ha cap altre tema d’actualitat del que tradicionalment s’han considerat *hard news*, sinó que el segueixen temes també atemporals o de Cultura o Esports (*soft news*). D’altra banda, els resultats mostren que el noticiari sovint obre amb notícies relacionades amb la realitat infantil o amb connexions amb el món escolar. És el cas dels dies 3, 6, 7, 8, 9, 14, 20, 22, 23, 30 i 31 de maig.

Dues de les notícies que obren informatius durant el mes analitzat són temes que tenen relació amb el canal Super 3, el que emet l’informatiu. La primera és del dia 30 de maig “Alumnes de Mataró proven la web d’*Una mà de contes*”, amb el motiu de l’estrena de la web d’aquest programa del Club Super 3 l'*Info K* visita una escola de Mataró per presentar-la i que els seus nens i nenes la provin. La segona és del dia 31 de maig “El Mic grava un nou disc: *Mac, mec, mic*”, en que s’informa de que un personatge del Club Super 3, el Mic, el titella protagonista d’una sèrie per als més petits, grava un nou disc. Aquestes són les dues notícies que en el recull de temes i subtemes (Taula 19) hem qualificat com a Mèdia-TV3, ja que les autoreferències del propi canal són una pràctica habitual en els informatius, també en els d’adults, i s’ha cregut rellevant observar en quin context es produeixen.

L’equilibri entre les notícies de l’agenda adulta i de l’agenda infantil a l'*Info K* és de 124 (77,5%) de 160 notícies de l’agenda adulta i de 36 (22,5%) de notícies de l’agenda infantil (Figura 14). Si aquestes dades es relacionen amb l’actualitat del tema, s’observa que la gran majoria

Taula 21. Temes d'obertura a l'Info K.

Emissió	Tema	En min.
2.5	1 de maig, dia dels Treballadors	2'40
3.5	Premi La Galera Joves Lectors que donen nens i nenes per al llibre de Jordi Sierra i Fabra <i>L'extraordinari enginy parlant del professor Palermo</i>	2'01
6.5	Una escola sota un pont a Nova Delhi	2'04
7.5	Els alumnes de sisè de Primària realitzen les proves de competències bàsiques	2'04
8.5	Premi Escola, Agricultura i Alimentació Ecològica al millor hort escolar per l'Escola Matagalls de Santa Maria de Palautordera	2'58
9.5	Manifestació contra les retallades en educació (Llei Wert)	3'03
10.5	10a edició del Festival de Claqué a Barcelona	2'25
13.5	Onada de gel al Canadà i als EUA	1'56
14.5	Estudi mèdic confirma que la obesitat infantil està en augment	0'47
16.5	Apareix el quadre <i>La nena obrera</i>	0'49
17.5	La proposta: Exposició Herois Ocults a Sant Feliu de Llobregat	2'58
20.5	El parc d'atraccions del Tibidabo es converteix en laboratori: el Fisidabo	2'22
21.5	Tornado Oklahoma + explicació al plató del fenomen amb el meteoròleg Tomàs Molina	4'43
22.5	El projecte Nius d'observació dels ocells	2'40
23.5	Concurs escolar de l'ONCE de vídeos amb invents per millorar la vida de persones amb discapacitats	3'01
24.5	L'Info K es suma a la campanya solidària "Somos: unidos para cambiar el mundo", que demostra el suport a les ONGs posant-se la roba del revés, acte simbòlic per capgirar situació el món	0'58
27.5	L'alpinista lleidatà Juanjo Garra mor al Dhaulagiri	2'37
28.5	El delta de l'Ebre és declarat reserva de la biosfera per la UNESCO	2'10
29.5	Una festa al Lliure de Montjuïc en motiu dels vint anys de Pallassos Sense Fronteres	2'26
30.5	Alumnes de Mataró proven la web d'Una mà de contes (programa del Súper3)	2'31
31.5	El Mic grava un nou disc: "Mac, mec, mic"	1'36

són temes d'actualitat (130 (81,3%) de 160), d'aquests 105 de l'agenda adulta i 25 de l'agenda infantil (Figura 15). 30 (18,7%) notícies, per tant, són temes atemporals, dels quals 19 corresponen a l'agenda adulta i 11 a l'agenda infantil.

Figura 14. Naturalesa de les notícies de l'Info K (N=160).

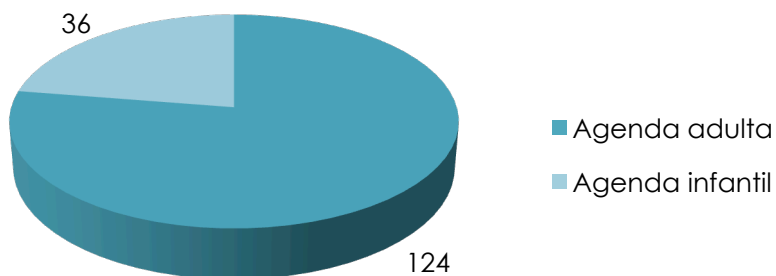
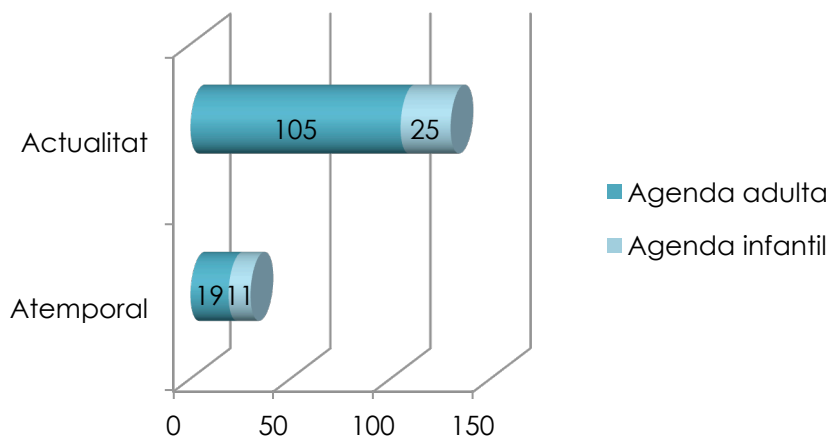


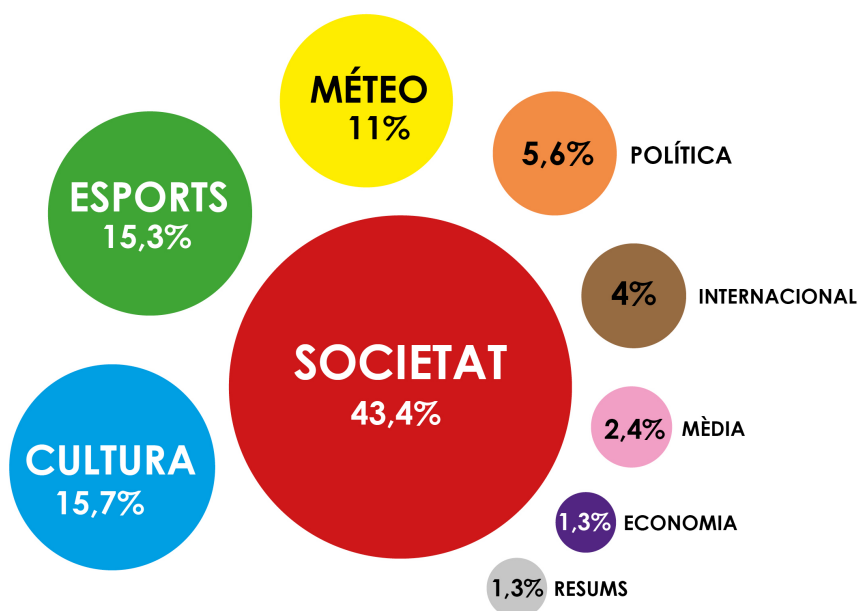
Figura 15. Naturalesa dels temes de l'Info K en relació a l'actualitat (N=160).



Resultats globals i comparativa de temes

Tenint en compte aquestes característiques, l'anàlisi global dels temes que tracten els tres informatius infantils en el seu conjunt mostra un clar predomini dels temes de Societat (Figura 16). Cultura i Esports tenen un pes semblant en el mapa d'equivalències del volum de temes i tot i que Política, Internacional i Economia tenen representació, en proporció, aquesta és poc significativa.

Figura 16. Mapa de la distribució de temes als tres informatius.



Globalment, els temes i subtemes de les notícies dels tres informatius es reparteixen de manera que dins els temes de Societat (N=161) els que més tractament reben són Estils (N=30), Animals (N=29), Meteorologia (N=24), Educació (N=21), Ciència (N=14), Salut

(N=12), Tecnologia (N=9), Drets Socials (N=8), Medi Ambient (N=6), Successos (N=5) i Religió (N=3) (Taula 22).

En Cultura (N=58) destaca el tractament de temes de Música (N=26) per damunt de tots els altres subtemes, que apareixen entre una i cinc vegades com a màxim.

Pel que fa als Esports (N=57) el Futbol és el clar dominant amb 27 notícies, metre que els altres subtemes esportius tenen entre una i cinc aparicions com a màxim.

La següent secció que té més cabuda als tres informatius en el seu conjunt és Política (N=21), seguida de la informació Internacional (N=15). El repartiment de les notícies internacionals per països és equilibrat, ja que només en tres ocasions (Rússia, Síria i Unió Europea) hi ha més d'una notícia sobre el tema. En tots els altres (l'Afganistan, Belize, Estats Units, França, Mali, Romania, Síria/Turquia, Unió Europea/Síria i Món) només s'ha emès una notícia sobre el tema durant el temps relatiu a la mostra analitzada.

En Mèdia (N=9) el subtema que té més representació és Televisió (N=6, si hi sumem les dues de TV3), seguides de Fotoperiodisme (N=1), Internet (N=1) i Ràdio (N=1).

Economia apareix en cinc ocasions, totes corresponents a l'informatiu alemany. I la Méteo compta amb 41 notícies, que corresponen a cadascun dels espais d'informació sobre el temps de *Logo* i *Info K* del mes de maig de 2013.

Els subtemes categoritzats com a Resum (N=5) corresponen a la informació en forma de recull de la setmana que l'*Info K* emet els divendres.

Taula 22. Els temes als tres informatius.

N=372		
ESPORTS	57	
	ALPINISME	5
	BÀSQUET	2
	CICLISME	2
	EQUITACIÓ	1
	ESCALADA	2
	EXTREMS	3
	FÓRMULA 1	2
	FUTBOL	27
	GOLF	1
	HANDBOL	2
	IRONMAN	1
	JOCS OLÍMPICS	2
	PARAPENT	1
	POLIESPORTIU	1
	RUGBY	1
	RUNNING	2
	SKATE	1
	SURF	1
SOCIETAT	161	
	ANIMALS	29
	CIÈNCIA	14
	DRETS SOCIALS	8
	EDUCACIÓ	21
	ESTILS	30
	MEDI AMBIENT	6
	METEOROLOGIA	24
	SALUT	12
	RELIGIÓ	3
	SUCCESSOS	5
	TECNOLOGIA	9
ECONOMIA	5	
	ECONOMIA	5
CULTURA	58	
	CINEMA	5

		CIRC	1
		DANSA	3
		ESCULTURA	2
		FOTOGRAFIA	3
		HISTÒRIA	2
		LITERATURA	5
		MÚSICA	26
		PINTURA	3
		POPULAR	3
		TEATRE	4
		VARIS	1
MÈDIA	9		
		FOTOPERIODISME	1
		INTERNET	1
		RÀDIO	1
		TELEVISIÓ	6
POLÍTICA	21		
		POLÍTICA	21
INTERNACIONAL	15		
		L'AFGANISTAN	1
		BELIZE	1
		EUA	1
		FRANÇA	1
		MALI (ÀFRICA)	1
		MÓN	1
		ROMANIA	1
		RÚSSIA	2
		SÍRIA	2
		SÍRIA/TURQUIA	1
		UE	2
		UE/SÍRIA	1
MÉTEO	41		
		MÉTEO-COMIAT	10
		MÉTEO	31
RESUM	5		
		RESUM	5

Si es subdivideixen els temes de Societat en Ciència i Socials, el mapa es transforma formant una constel·lació més equilibrada (Figura 17). En aquest divisió Ciència inclouria els subtemes Animals, Ciència, Medi Ambient, Meteorologia i Tecnologia, mentre que Socials abastaria Drets Socials, Educació, Estils, Salut, Religió i Successos.

Figura 17. Mapa de la distribució de temes als tres informatius amb subdivisió de Societat en Socials i Ciència.

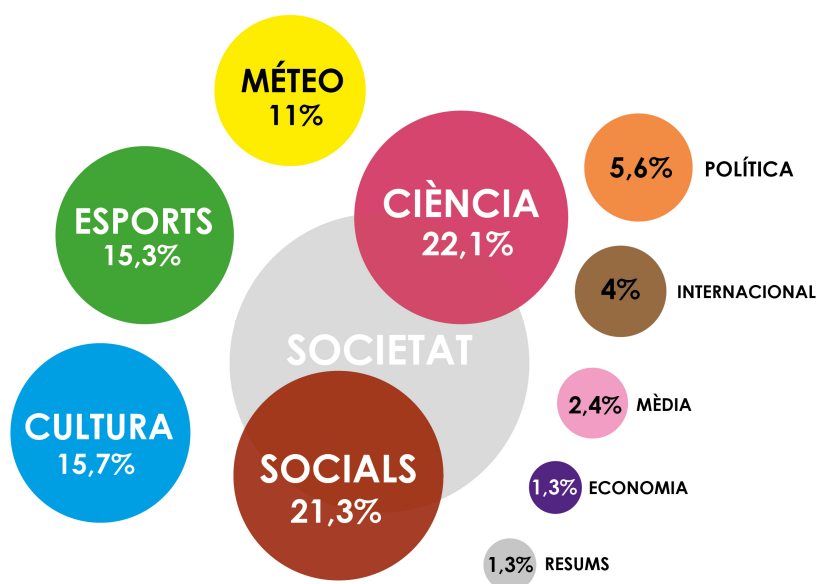
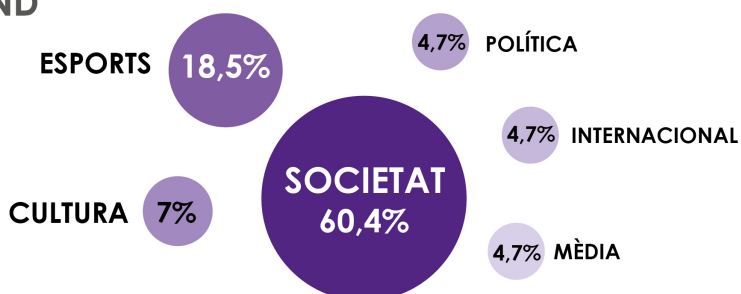
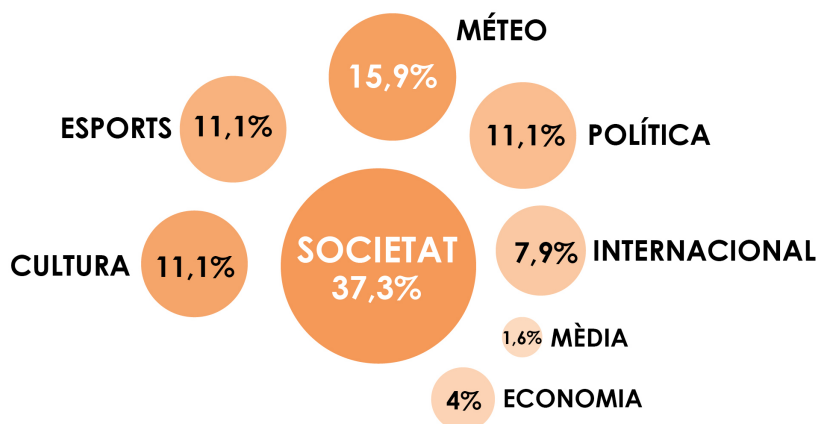


Figura 18. Distribució de temes per informatius segons les aparicions.

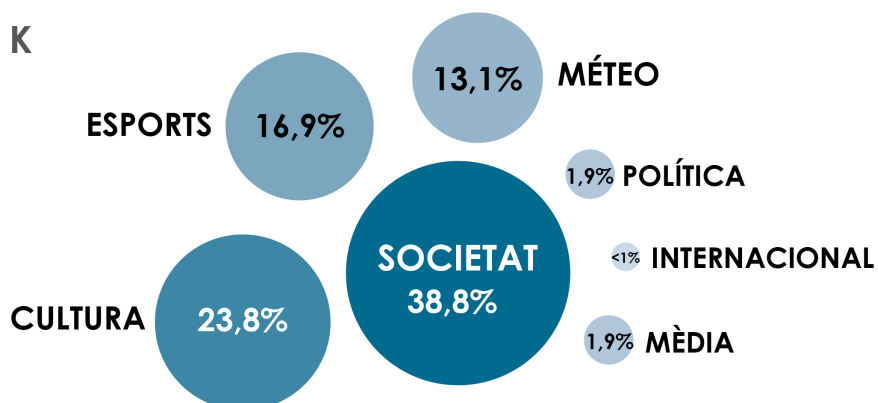
NEWSROUND



LOGO



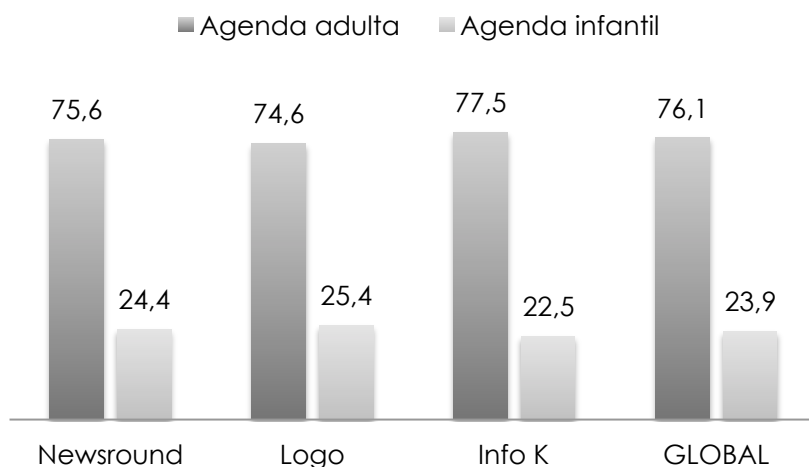
INFO K



La comparativa dels temes tractats a *Newsround*, *Logo* i *Info K* (Figura 18) mostra que en tots tres noticiaris hi ha un clar predomini dels temes de Societat. El noticiari anglès proporciona més notícies de Societat que notícies de totes les altres seccions juntes, i els Esports hi ocupen un segon lloc destacat per davant de les altres seccions com Cultura, Política, Internacional i Mèdia. L'informatiu alemany és el que presenta una constel·lació de temes més variada i equilibrada en quant al volum de cada secció. Esports, Política i Internacional hi tenen una mida equivalent. D'altra banda, *Logo* és l'únic que tracta temes d'economia. A l'*Info K* també hi predominen les notícies de Societat, però amb una destacada presència també de Cultura i Esports.

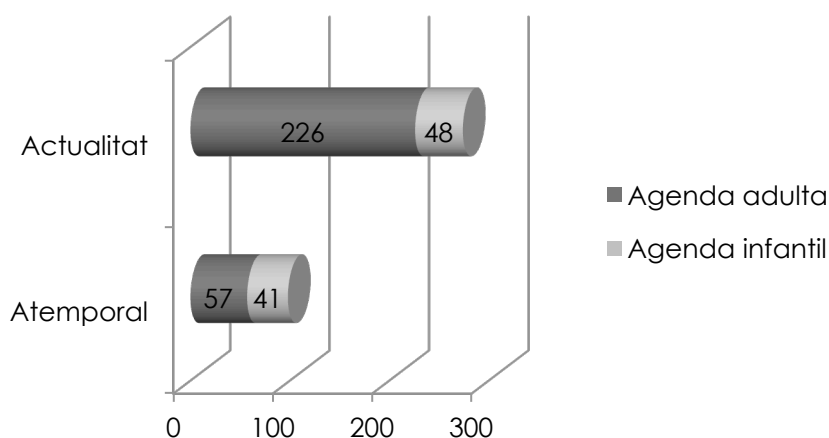
Pel que fa a la naturalesa dels temes de l'agenda informativa dels noticiaris, que ja s'han analitzat individualment, comparativament es mostra equivalent en els tres casos (Figura 19). Una quarta part de les notícies que apareixen a *Newsround*, *Logo* i *Info K* són específiques de l'agenda infantil.

Figura 19. Comparativa de la naturalesa dels temes als tres informatius (en %).



L'actualitat també té una àmplia presència en les notícies per a nens i nenes, i és que en un 73,7% els temes tractats són notícies d'actualitat (N=274), pel que un 26,3% (N=98) són temes atemporals (Figura 20).

Figura 20. Naturalesa dels temes dels tres informatius en relació a l'actualitat (N=372).



Temes comuns als tres informatius

Ja s'ha mencionat que tot i la distància geogràfica i cultural en que es produeixen els informatius tenen punts en comú més enllà de fer notícies per a nens i nenes. El marc europeu i especialment la missió semblant al realitzar-se en el si de cadenes públiques han propiciat també que durant el mes de programació relatiu a la mostra hi hagi alguns temes que han tractat tots tres informatius que val la pena analitzar amb més detall.

- El Tornado d'Oklahoma

La notícia del Tornado a Oklahoma (Estats Units) que va causar greus destrosses del 21 de maig de 2013 és una de les que van tractar tots

tres informatius (UK130521-1, DE130521-1 i CA130521-1). Aquest dia tant *Newsround*, com *Logo* i *Info K* van obrir amb aquest tema, si bé l'informatiu anglès ja n'havia parlat breument el dia abans (UK130520-3). Es tracta d'un tema de Societat-Meteorologia de l'agenda adulta i d'actualitat, i en els tres casos del dia 21 hi ha presència de nens i nenes.

La notícia promou en el seu tractament valors com el de respecte per la natura en els tres casos, solidaritat a *Newsround* i *Logo* i també manifestacions afectives apropiades a l'edat a l'informatiu anglès, que a més fa referència a la seva web per saber més sobre com es formen els tornados i on es pot trobar un espai per “què fer si les notícies ens alteren” (“*What to do if you are upset by the news*”). En el tractament de la notícia tots tres parlen de morts i ferits, tot i que ni l'informatiu alemany ni el català els mostren. En l'anglès, hi podem veure algunes víctimes del tornado, però no morts ni persones amb ferides greus. Als tres informatius apareixen nens o nenes com a testimonis del fenomen, una d'elles és la mateixa en tots tres casos. A l'*Info K* apareix amb noms i cognoms, en versió original subtitulada al català; a *Logo* surt amb nom i edat, també en versió original subtitulada a l'alemany; i a *Newsround* es mostra sense identificar, seguida de dos declaracions més d'altres nens. La coincidència dels testimonis fa pensar que es tracta d'imatges d'agència, fet que a partir de la visualització de les notícies, però, no es pot deduir automàticament.

Com a particularitats destacar que el relat de *Newsround* incorpora un corresponsal de la televisió pública britànica que fa una crònica des del lloc dels fets. L'*Info K*, per la seva banda té com a convidat al programa al meteoròleg Tomàs Molina, conegut per ser un dels principals professionals del Temps de la cadena pública catalana, i que explica més en detall què són els tornados, com es formen i quina és la diferència entre els que es produeixen als Estats Units i els que es poden trobar a Catalunya.

La durada de la notícia varia d'un informatiu a l'altre: a *Newsround* és de 2'58 minuts, a *Logo* de 1'29 minuts i a l'*Info K* de 4'43 minuts (inclou l'entrevista al meteoròleg).

L'endemà de la notícia, *Logo* li va tornar a dedicar un espai de 3'03 minuts (DE130522-1) com a tema d'obertura que a més incloïa una recreació animada de com es formen els tornados.

- 60 anys de la primera ascensió a l'Everest

Aquesta notícia d'Esports-Alpinisme del 29 de maig apareix als tres informatius amb un to de celebració. En els tres casos es combinen imatges d'arxiu amb d'altres actuals, i l'informatiu anglès i el català, a més, mostren el salt que ha realitzat un home des de 7.000 metres i amb un vestit especial per celebrar l'efemèride. Pel que fa a la durada, *Newsround* dedica al tema poc més d'un minut (1'06 min.) i com a tercera notícia de l'escalaleta; *Logo* 1'54 minuts i en quarta posició a l'informatiu, i l'*Info K* un total de 2'10 minuts, ja que tracta el tema als Clips (posició 3) i després de nou al tancament amb les imatges del salt (posició 9).

- Guerra de Síria

El conflicte de Síria és un altre dels temes comuns dels informatius infantils anglès i alemany durant el maig de 2013. A *Newsround* apareix en dues ocasions i a *Logo* en quatre. En tots els casos es tracta d'un tema d'actualitat de l'agenda adulta, però en alguns es tracta des de la perspectiva d'algun nen o nena que expliquen la seva experiència, i la majoria inclouen la presència d'infants encara que només sigui en les imatges de context.

Per ordre cronològic, la primera notícia sobre el tema apareix a *Logo* el 16 de maig: "Dia d'acció d'organitzacions d'ajuda humanitària alemanyes pels més de dos anys de guerra civil a Síria" (DE130516-1, 1'38 min.). En aquest cas el conflicte s'explica des del prisma d'un tema social (s'ha inclòs en els temes de Societat-Drets Socials), ja que la notícia és l'acció de les organitzacions alemanyes per oferir la seva ajuda als afectats pel conflicte sirianès. Els valors promoguts amb la informació són de solidaritat i promoció i respecte dels Drets Humans. Al final de la notícia el presentador s'adreça als espectadors dient-los "Si voleu ajudar teniu més informació a la web de logo.de".

Newsround obre el dia 22 amb la notícia "El nombre de refugiats sirians creix massivament, segons l'ACNUR" (UK130522-1, 1'08 min.). En el tractament d'aquest tema d'Internacional-Síria es mostren imatges dels nens i nenes refugiats, mentre que amb la informació es promouen valors de civisme ciutadà, convivència, solidaritat, responsabilitat, promoció i respecte dels Drets Humans.

De les notícies sobre Síria la més llarga és la que emet l'informatiu alemany el dia 27: "UNICEF denuncia la situació dels nens a la guerra de Síria, que fa més de dos anys que dura: reportatge sobre un nen ferit greument a una mà i com s'ho fa vivint a Alemanya per recuperar-se" (DE130527-3; 2'19 min.). En aquest cas els nens i nenes són els protagonistes de la informació, i a partir d'una experiència concreta, d'un testimoni de la guerra en primera persona, es parla de violència sense mostrar-la, però conscienciant de la situació i posant de manifest valors com la salut, la promoció i el respecte dels Drets Humans i expressant manifestacions afectives apropiades a l'edat.

En una ocasió *Newsround* i *Logo* tracten el mateix tema, el dia 28 de maig (UK130528-2 "Guerra a Síria més de dos anys, discussió sobre si s'hi ha d'enviar armes o no" (0'30 min.) i DE130528-1 "Polítics europeus discuteixen a Brussel·les si enviar armes a la guerra de Síria" (1'28 min.)). A l'informatiu anglès la informació és més curta i apareix en segona posició a l'escaleta del noticiari, mentre que a l'alemany és el tema d'obertura i més llarg. En els dos casos hi ha una absència de criatures i es promouen valors com l'inconformisme (actitud crítica) i la promoció i respecte dels Drets Humans. A *Logo* el relat inclou una animació gràfica que ajuda a entendre el conflicte i al final s'ofereix als espectadors llegir més sobre el tema a un especial sobre Síria a la web del programa. *Newsround*, per la seva banda, empra un mapa de situació com a recurs gràfic.

- Onada de gel al Canadà i als Estats Units

Logo i *Info K* comparteixen un altre tema de Societat-Meteorologia (DE130513-3, CA130513-1) el dilluns 13 de maig. En ambdós casos és un tema d'actualitat de l'agenda adulta i no hi ha presència de nens i nenes. L'espectacularitat de les imatges, que són les mateixes en les dues notícies, és probablement el motiu per a que hagin trobat cabuda als noticiaris. En el cas català aquest tema obre l'informatiu, i té una durada de 1'56 minuts. En l'alemany apareix en tercera posició i ocupa 1'26 minuts. En tots dos casos la informació promou com a valor el respecte per la natura.

- La mascota de Justin Bieber

El mico caputxí Mally del cantant pop Justin Bieber també ha estat tema més d'una vegada. El 15 de maig l'*Info K* li dedica un dels seus Clips (CA130515-1; 0'41 min.) explicant que no ha pogut viatjar de gira amb el seu amo perquè no tenia els papers de la mascota en regla. La notícia promou valors com la responsabilitat i el respecte per la natura ja que explica que els experts adverteixen de que aquest tipus de mascotes no s'haurien de tenir, ja que necessiten viure amb animals de la seva espècie, i que per aquest motiu en Mally aviat anirà a viure a un zoo alemany. Aquí és quan la mascota apareix a *Logo* (DE130528-3; 0'35 min.), que igualment promou el valor de la responsabilitat des del punt de vista que s'ha procurat una nova llar per a la mascota.

- Una pel·lícula gravada amb àtoms, la més petita del món

Aquesta notícia de Societat-Tecnologia apareix l'1 de maig a *Newsround* en tercera posició de l'informatiu i amb 0'35 minuts de durada, i també el 2 de maig a l'*Info K* com a sisè tema de l'escala amb 1'01 minuts de durada. Es tracta d'una notícia d'actualitat de l'agenda adulta perquè no és un tema específic del món infantil. És una notícia curiosa, i promou com a valor l'afany coneixement.

- Premis Billboard de música (EUA)

"Taylor Swift i Justin Bieber premiats pels Billboard de música al Estats Units" és un tema que tracten l'informatiu català i l'anglès. A l'*Info K* apareix en forma de Clips amb 0'43 minuts de durada i en cinquè lloc de l'escala, mentre que a *Newsround* és el quart tema i dura 0'40 minuts.

4.2 Qualitat informativa

Aquest apartat recull, en primer lloc, algunes de les característiques generals de la qualitat informativa dels noticiaris infantils que, tot i no haver estat recollides en la base de dades, formen part intrínseca de l'objecte d'estudi i han estat observades.

I és que tant *Newsround*, com *Logo*, com *l'Info K*, mostren un elevat grau de comprensibilitat, criteri de qualitat de la televisió infantil anomenat per diferents autors (Casas, 2005; Crescenzi, 2010; Gutiérrez, 2000; Pereira, 2005). Aquesta comprensibilitat es plasma en una claredat en l'argument i l'estructura de la narració, com en l'ús d'un llenguatge i estil apropiats al públic infantil (aquest aspecte també l'aprecien els nens i nenes participants dels grups de discussió, com veurem en el capítol 5.). Les estructures gramaticals simples habituals en el llenguatge periodístic audiovisual en aquestes notícies són la norma, igual que la claredat i la concreció dels continguts. Tal com afirmen els professionals que treballen en aquests programes entrevistats durant la investigació (de l'informatiu català Laia Servera i Albert Aguilera, de l'alemany Kerstin Böhm), això no vol dir que s'hagin d'evitar certs temes o conceptes, al contrari: correspon precisament a la qualitat informativa el fet de que qualsevol tema o concepte pugui ser explicat de manera comprensible al públic infantil, de manera que es pugui incorporar a la seva realitat i vida quotidiana.

Tal com s'ha plantejat en l'apartat dedicat a la metodologia a partir dels criteris elaborats en base a la revisió literària de diferents autors (veure punts 1.2 i 3.1.2) els elements de qualitat informativa que sí s'han avaluat de manera sistemàtica en l'anàlisi de contingut són: la promoció de la diversitat (ètnica, religiosa i de gènere); la promoció de valors; la estimulació (reflexió, imaginació, coneixement); la promoció de la interactivitat; les connexions amb el món escolar; els rols narratius de nens i nenes; la imatge (gràfics i coherència narrativa) i el so (música i efectes); el tractament ètic i l'exclusió d'escenes que puguin atemptar contra els drets humans o resultar discriminatòries; i la descodificació de mitjans.

Elements de qualitat informativa a Newsround

Promoció de la diversitat ètnica, religiosa i de gènere

La promoció de la diversitat ètnica, que s'ha entès com el tractament en la informació sobre immigració o les realitats socials a diferents països apareix a *Newsround* en 9 casos de les 86 notícies analitzades (Taula 23). Es tracta de notícies que en la seva majoria succeeixen en

un marc geogràfic llunyà al dels espectadors de l'informatiu. No es mostren, a única excepció de la notícia sobre la UEFA (UK130523-2¹⁷), casos en que es promoció la diversitat ètnica dins del context social anglès.

Taula 23. Diversitat ètnica a *Newsround*.

Notícia/Diversitat ètnica	Agenda
Dona trobada amb vida després de 17 dies sota edifici ensorrat a Bangla Desh	SOCIETAT-SUCCESSOS
Menjar insectes podria ser la clau per combatre la gana al món, segons les Nacions Unides	SOCIETAT-SALUT
La detenció d'un espia americà a Rússia causa una tempesta diplomàtica	INTERNACIONAL-RÚSSIA
Accident fàbrica roba a Bangla Desh provoca que grans marques diguin que firmen acord per a la millora de condicions dels treballadors	SOCIETAT-DRETS SOCIALS
Soldats britànics morts a l'Afganistan	INTERNACIONAL-L'AFGANISTAN
Nombre de refugiats a Síria creix massivament, segons l'ACNUR	INTERNACIONAL-SÍRIA
Confrontació entre dos dels millors golfistes del món: Sergio Garcia diu "fried chicken" a Tiger Woods ("Pollastre fregit" és un estereotip associat als negres del sud profund dels Estats Units).	ESPORTS-GOLF
La UEFA planifica sancionar el racisme en les seves competicions	ESPORTS-FUTBOL
Guerra a Síria més de dos anys, discussió sobre si s'hi ha d'enviar o no armes	INTERNACIONAL-SÍRIA

Taula 24. Diversitat de gènere a *Newsround*.

Notícia/Diversitat de gènere	Agenda
El dilema de les portades de llibre: les roses són per a nenes	CULTURA-LITERATURA

En l'anàlisi de les 86 notícies de *Newsround*, només trobem un cas en que hi ha una clara promoció de la diversitat de gènere (Taula 24). Es tracta d'un tema de Cultura-Literatura, un tema atemporal i de l'agenda

¹⁷ El codi fa referència a la notícia, tal com s'explica a la pàgina 102 d'aquesta tesi.

infantil a partir del dilema de les portades de llibre. En la notícia l'autora Jacqueline Wilson manifesta que no vol portades roses perquè aquestes allunyen els nens de llegir els seus llibres, que els veuen "de nenes", i s'exemplifica la perspectiva de gènere a través de la portada de llibres, de forma pedagògica i il·lustrativa. El relat inclou comentaris dels espectadors que han fet sobre el tema a través de la pàgina web.

Durant el mes de maig de 2013 no hi ha cap cas en què es promogui la diversitat religiosa en les notícies de *Newsround*.

Promoció de valors

La promoció de valors es presenta en molts casos vinculada a notícies de Societat (Taula 25). Els més promoguts a *Newsround* són el respecte pel medi natural o el medi ambient (14 casos), valors educatius (13 casos), responsabilitat (10 casos) i afany de coneixement (10 casos).

Taula 25. Promoció de valors a *Newsround*.

Valor	N	Agenda
Afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat)	10	Esports-Alpinisme (1) Mèdia-Ràdio (1) Societat-Animals (1) Societat-Ciència (4) Societat-Educació (1) Societat-Estils (1) Societat-Salut (1)
Civisme ciutadà	2	Internacional (1) Societat-Salut (1)
Convivència	6	Esports-Escalada (1) Esports-Futbol (1) Internacional (1) Societat-Animals (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1)
Educatius	13	Esports-Golf (1) Societat-Animals (3) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (5) Societat-Salut (3)
Foment de l'amistat	1	Societat-Educació (1)
Identitat cultural	2	Cultura-Música (1) Política (1)
Identitat personal	4	Esports-Futbol (1)

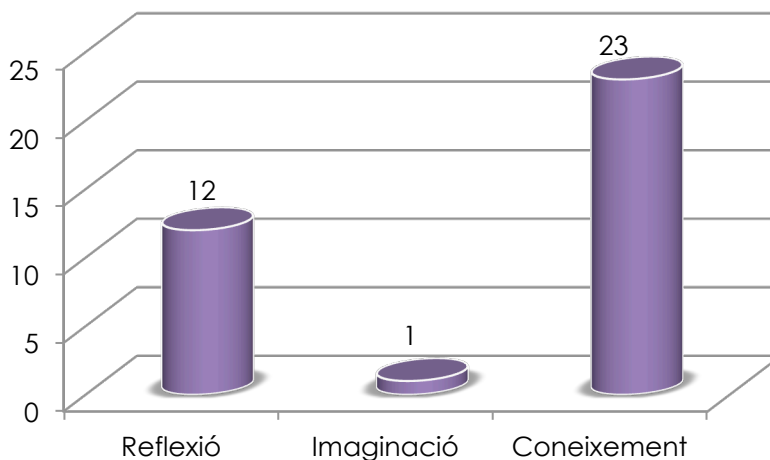
		Mèdia-TV (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1)
Inconformisme (actitud crítica)	5	Internacional (1) Mèdia-TV (1) Política (1) Societat-Animals (1) Societat-Drets Socials (1)
Manifestacions afectives apropiades a l'edat	7	Esports-Futbol (1) Mèdia-TV (1) Societat-Ciència (1) Societat-Drets Socials (2) Societat-Educació (1) Societat-Meteorologia (1)
Promoció i respecte dels Drets Humans	5	Esports-Golf (1) Internacional (3) Societat-Drets Socials (1)
Reflexió	6	Cultura-Música (1) Societat-Ciència (1) Societat-Educació (2) Societat-Salut (1) Societat-Tecnologia (1)
Resolució positiva de conflictes (diàleg)	2	Esports-Escalada (1) Internacional (1)
Respecte i integració de diferències	4	Esports-Futbol (2) Esports-Golf (1) Societat-Drets Socials (1)
Respecte pel medi natural/medi ambient	14	Esports-Alpinisme (1) Societat-Animals (6) Societat-Meteorologia (6) Societat-Medi Ambient (1)
Responsabilitat	10	Esports-Escalada (1) Internacional (1) Mèdia-TV (1) Societat-Animals (2) Societat-Drets Socials (2) Societat-Salut (2) Societat-Tecnologia (1)
Salut	9	Societat-Ciència (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1) Societat-Salut (5) Societat-Successos (1)
Solidaritat	2	Internacional (1) Societat-Meteorologia (1)
Tolerància	1	Societat-Drets Socials (1)
Altres:		
Democràtics	1	Política (1)
Igualtat de gènere	1	Cultura-Literatura (1)

Estimulació: reflexió, imaginació i coneixement

El criteri d'estimulació a partir de la informació apareix en 36 casos de les 86 notícies analitzades a l'informatiu anglès. 12 d'aquests casos corresponen a estimulació de la reflexió, és a dir, del pensament a partir de preguntes, un d'aquests casos fa referència a l'estimulació de la imaginació de forma directa ("Imagineu que..."), i 23 d'aquests casos corresponen a estimulació del coneixement entès com el descobriment de temes científics, polítics i socials, d'art i cultura, i el tractament d'aquests temes a partir d'activitats pedagògiques (Figura 21).

L'anàlisi mostra que la relació entre estimulació i els temes de les notícies es produeix especialment en el tractament dels temes de Societat (Taules 26, 27 i 28).

Figura 21. Estimulació a partir de reflexió, imaginació i coneixement a *Newsround*.



Taula 26. Estimulació a partir de la reflexió a *Newsround*.

Reflexió (N=12)			
Cultura	2	Literatura	1
		Música	1
Societat	9	Educació	4
		Salut	1
		Drets Socials	2
		Animals	1
		Ciència	1
Esports	1	Golf	1

Els subtemes en què s'estimula a nens i nenes a partir de la reflexió són especialment de Societat-Educació i Drets Socials, en algun altre subtema de Societat (Salut, Animals, Ciència) i en temes de Cultura (Literatura, Música). En una única ocasió l'estimulació a partir de la reflexió es produeix en una informació d'Esports-Golf.

Taula 27. Estimulació a partir de la imaginació a *Newsround*.

Imaginació (N=1)			
Societat	1	Educació	1

El cas en que l'estimulació es produeix a partir de la imaginació és una notícia de Societat-Educació. Pel que fa a l'estimulació a partir del coneixement, els casos es concentren principalment en les notícies de Societat (19 casos), en dos ocasions a Internacional i en una a Esports i Política.

Taula 28. Estimulació a partir del coneixement a *Newsround*.

Coneixement (N=23)			
Esports	1	Alpinisme	1
Internacional	2		
Política	1		
Societat	19	Animals	4
		Ciència	4
		Drets Socials	1
		Educació	2
		Estils	1
		Medi Ambient	1
		Meteorologia	3
		Salut	1
		Tecnologia	2

Promoció de la interactivitat

La promoció de la interactivitat a *Newsround* es produeix en el mes analitzat a partir de vint-i-tres referències a la seva pàgina web. Aquestes referències proposen a l'espectador diverses vies d'interactuar amb el programa: consulta de més informació (9 casos), consulta d'imatges relacionades amb el tema (1 cas), enviament de propostes (2 casos), participar en l'espai d'opinió (10 casos), consultar recomanacions o “què fer si les notícies ens alteren” (2 casos), participació en enquestes del programa per a notícies pròpies (1 cas), consulta d'altres notícies (1 cas), promoció de la pròpia web (1 cas) i participació en concursos (1 cas).

Alguns exemples concrets de la promoció de la interactivitat a través de la consulta de més informació són a partir de la notícia sobre els “Estadis de la Rugby World Cup 2015” (UK130502-2), en què a la web poden consultar tota la llista d'estadis que hi participaran més enllà dels que s'han presentat a la notícia; un altre el trobem en la notícia sobre els “Soldats britànics morts a la Guerra de l'Afganistan” (UK130501-1), en què després de presentar els fets el conductor diu que hi ha moltes més coses a saber sobre la Guerra de l'Afganistan i que poden trobar aquesta informació a la pàgina web de l'informatiu.

Pel que fa a l'enviament de propostes, com a exemples trobem la notícia sobre “Coses importants a fer abans dels 11 anys” (UK130502-4), aquesta informació està basada en les propostes que els espectadors han enviat a través de la pàgina web de *Newsround* sobre què consideren ells que és important haver fet abans d'arribar a aquesta edat; un altre exemple d'aquest tipus de foment de la interactivitat el trobem en el cas de “La fauna salvatge de Gran Bretanya en perill” (UK130522-2) en què s'explica que està disminuint molt i una part de la informació es basa en les propostes de nens i nenes de com ajudar a la fauna i flora local.

Alguns dels comentaris enviats als espais d'opinió de la web són llegits en directe pels presentadors del programa. Així es fa en el cas de la notícia “L'entrenador del Manchester United Sir Alex Fergusson s'acomiada després de 26 anys al capdavant del club britànic amb més èxits de la història” (UK130508-1), on es mostren comentaris d'espectadors de la web en què opinen sobre la marxa de Fergusson i qui l'hauria de substituir, barrejades amb declaracions que han fet

personatges reconeguts del món del futbol. També és així en la notícia “David Beckham anuncia la seva retirada del futbol” (UK130516-1) en que els espectadors han opinat sobre què hauria de fer el jugador un cop retirat; o en la notícia d'Educació “Han acabat els exàmens SATs (*Standart Assessment Tests*)” (UK130517-3), en que es transmeten els comentaris sobre nens i nenes que expliquen què faran un cop acabades aquestes proves.

Per consultar recomanacions o per saber què fer si les notícies provoquen algun tipus d'alteració *Newsround* també proporciona espais específics a través de la seva web. Hi fan referència explícita en la notícia “Tornado a Oklahoma causa grans destrosses a Amèrica” (UK130521-1) on al final es remet a un espai web on s'explica què fer *if you are upset by the news*. A partir de la informació sobre “Estereotips: el cas dels golfistes Tiger Woods i Sergio Garcia per l'insult *fried chicken*” (UK130524-2) el programa proposa una *Guide to bullying* amb consells sobre “què fer si es fiquen amb tu”.

En alguns temes propis el programa utilitza enquestes a nens i nenes, com en la notícia de l'”Estudi sobre el son dels nens i nenes” (UK130510-2). En aquest cas un equip de *Newsround* es desplaça a una escola per realitzar-la, els nens i nenes seran els protagonistes d'un miniestudi del qual s'exposen els resultats a la televisió.

Pel que fa a la promoció de la pròpia web amb jocs i concursos hi ha la informació sobre el “Concurs *Absolute Genius* de la CBBC per presentar invents: revelació de qui serà el jurat i recordatori de que només queda un dia per presentar-s'hi” (UK130523-4), en què s'anima a consultar tota la informació relacionada a la web, on també hi ha la possibilitat d'apuntar-se al concurs.

Connexions amb el món escolar

Les connexions amb el món escolar també han estat definides com a criteri de qualitat en la televisió dedicada a nenes i nens. En els casos en que les notícies presenten aquestes connexions ho fan amb diferents formats, que poden ser entrevistes a nens i nenes a les escoles per obtenir una informació que serà la notícia, com per

exemple l'enquesta realitzada als alumnes d'una escola en relació amb el son de nens i nenes (UK130510-2).

En un altre cas, la notícia és la iniciativa d'una campanya dels alumnes d'una escola per salvar els ocells marins del sud d'Anglaterra (UK130503-1). A partir d'aquesta experiència vinculada a l'escola es tracta el tema del perill d'extinció d'aquest tipus d'animals i del que suposa per a ells la falta de cura pel medi ambient en aquesta zona. La campanya demana al Govern canviar la llei que permet vessar al mar una substància enganxosa contaminat que perjudica aquests ocells.

D'altra banda, els temes de Societat-Educació sempre mostren els nens i nenes a l'escola (UK130517-3, UK130520-2, UK130523-3). Ja sigui per un tema polític (pressupostos per a educació) o per un tema pròpiament infantil (problema de que la meitat dels anglesos en edat escolar no saben nedar), les connexions amb l'escola són explícites. És el centre de la notícia i també on s'entrevisten els infants com a protagonistes.

En alguna altra ocasió, són temes específics de l'agenda infantil però d'altres subtemes diferents a Educació els que presenten connexions amb el món escolar. Un exemple clar és la notícia sobre la proposta plantejada a Nord-Anglaterra de no vendre menjar ràpid per emportar en horari escolar per a que nens i nenes mengin més sa (UK130530-1).

L'escola també apareix a les notícies quan s'hi produeixen successos noticiables tot i no estar relacionats directament amb l'educació, com per exemple en la notícia sobre l'atac amb un entrepà a la Primera Ministra d'Austràlia durant la seva visita a una escola (UK130530-7).

Rols narratius

De les 86 notícies analitzades de *Newsround* 33 inclouen experiències de la vida quotidiana de nens i nenes. Que apareguin en la informació que proporcionen per a ells els noticiaris infantils també esdevé un criteri de qualitat informativa, i en l'anàlisi de contingut ens hem fixat en quins rols narratius adopten quan ho fan (Taula 29).

Taula 29. Rols narratius a *Newsround*.

Newsround (N=86)	
Absència	53
Objecte de valor	2
Subjecte d'estat	4
Subjecte de l'acció	22
Indeterminat	5

En la majoria de notícies en què apareixen nens i nenes aquests són Subjecte de l'acció (N=22), mentre que només en quatre casos són Subjecte d'estat i en dos Objecte de valor. I és que *Newsround* utilitza sovint els nens i nenes com a fonts de la notícia, entrevistant-los quan es té ocasió. Molts cops s'explica un problema social a partir d'infants que narren en primera persona la seva història com a protagonistes d'aquells fets o situacions.

Tractament de la imatge i el so

En el llenguatge audiovisual text, imatge i so van lligats de manera indissociable. Tot i que seria molt interessant, l'anàlisi d'aquest llenguatge no era un dels objectius d'aquest treball, però sí que s'ha volgut tenir en compte el tractament de la imatge i del so com a criteris de qualitat informativa a la televisió (com ja hem descrit al punt 3.1.2 d'aquesta tesi). Durant el visionat de les notícies per a l'anàlisi de contingut es van anotar les particularitats que presentaven les notícies pel que fa a gràfics i coherència narrativa en relació a la imatge, i música i efectes en relació al so. La majoria d'aquests recursos són propis dels telenotícies convencionals, però en el cas dels informatius infantils reforcen de manera més sòlida encara el contingut i esdevenen imprescindibles com a elements didàctics per a una transmissió òptima del tema de la notícia.

A *Newsround*, aquests aspectes es plasmen en diferents propostes que reforcen la qualitat informativa del noticiari:

- Imatges d'arxiu

S'utilitzen per il·lustrar moments passats relacionats amb notícies actuals. Per exemple, per a la notícia dels atacs a escaladors a l'Everest (UK130519-3), en que s'explica la seva relació amb els *sherpas* i el seu origen. Aquest tipus de recurs és habitual en efemèrides.

També es fan servir en ocasions per fer referència a fenòmens semblants als explicats en la notícia que han passat abans o en altres llocs del món (per exemple en la notícia del terratrèmol de Gal·les es mostren imatges d'altres llocs on hi ha hagut terratrèmols més forts (UK130529-1)). Això permet a l'audiència fer-se una idea de la magnitud del fenomen en relació a altres de naturalesa semblant.

- Sobreimpressió de títols

Tenen la funció de reforç de dades numèriques, per exemple en estudis científics, enquestes, etc. (Per exemple, en la notícia sobre el son dels nens (UK130510-2); en la de la Guerra de l'Afganistan (UK130501-1), per a dates clau, número de morts, o en l'estudi sobre escoles que diu que la meitat d'escoles angleses no tenen *kits* de ciències per fer experiments (UK130524-3)).

També s'utilitzen per remarcar paraules clau d'alguns reportatges, com el que descriu l'experiència de “Nens que fan de cuidadors massa joves” (UK130516-2), que mostra quines són les conseqüències de tenir responsabilitats desproporcionades degut a circumstàncies familiars.

- Sobreimpressió d'imatges

Algunes notícies es serveixen d'aquest recurs per potenciar el contingut, deixant veure sobreimpreses imatges d'objectes o personatges per tal de crear una idea visual a l'espectador. Un bon exemple d'aquest tipus de recurs el trobem en la notícia sobre l'estudi del son dels nens (UK130510-1), on es veuen sobreimpreses imatges de tablets i mòbils quan es parla de que aquests dispositius dificulten l'hora d'anar a dormir de nenes i nens.

- Mapes situacionals

Es tracta d'un recurs molt emprat. A diferència dels mapes que podem trobar als telenotícies convencionals, que situen una zona concreta dins un mapa ampli, els mapes situacionals de *Newsround* parteixen sovint del Regne Unit, mapa de referència del seu públic potencial, i a partir d'aquí situen el lloc dels fets de la notícia. Això es fa o bé de manera dinàmica, passant d'un punt del mapamundi a un altre, o bé a partir d'una imatge estàtica, en un únic mapa, i amb l'ajut de fletxes o elements gràfics similars.

Figura 22. Captura de *Newsround*. Mapa situacional.



- Projectió de cites o comentaris

Ja s'ha descrit que el programa sovint incorpora comentaris que l'audiència ha deixat a la pàgina web. Doncs bé, aquests, la majoria de vegades, es poden veure en pantalla, igual que algunes cites de famosos o personatges que apareixen a les notícies. Aquesta projecció de comentaris en ocasions apareix acompanyada de la imatge del personatge en qüestió, o, si més no, del nom. El fet de veure-ho sobreimprès en pantalla reforça la idea d'atribució (allò ho ha dit algú diferent del presentador).

- Fitxes

Aporten dades de personatges, amb les seves característiques principals a mode de perfil que el presentador va comentant.

- Música i efectes sonors

Pel que fa a la música i als efectes sonors l'anàlisi mostra que s'utilitzen en casos puntuals per reforçar el contingut i completar la imatge mental que l'espectador es fa del conjunt de la notícia. La música ajuda a recrear ambients (per exemple, en la notícia del son dels nens ens transporta a un ambient oníric), i els efectes complementen la veu en off (per exemple uns "klings" sonen al sumar els títols d'un equip de futbol en una notícia d'esports).

Més enllà dels elements de qualitat relatius al tractament de la imatge i del so citats, també en trobem alguns que s'allunyen de la qualitat informativa, com ho és que el mateix presentador faci l'*stand-up* d'una notícia que ha presentat ("David Moyes presentat com a nou entrenador del Manchester United" (UK130510-1)), ja que aquest fet pot confondre a l'audiència, pel motiu de que una mateixa persona no pot estar a dos llocs diferents al mateix temps.

Tractament ètic de la informació

Un dels criteris de qualitat informativa a la televisió infantil reiterat per acadèmics i institucions (Casas, 2005; CAC, 2002; Comissió Europea, 2006; Nacions Unides, 1989) és l'exclusió d'escenes que puguin atemptar contra el respecte, els drets humans o la dignitat humana, o resultar discriminatoris. L'anàlisi ha comprovat que s'acompleixen aquests criteris restrictius, així com que no apareixen escenes de violència, sexualitat o llenguatge groller. Si el tema ho requereix se'n parla, però no es mostra explícitament i es donen recursos per conduir malestar i sentiments negatius que puguin ocasionar les notícies. És el cas dels temes en què es parla de desastres naturals, accidents o conflictes armats, en que es parla de víctimes sense mostrar-les explícitament.

Com a fonts *Newsround* sovint es nodreix dels periodistes de la BBC experts en determinats temes. Per exemple Jonathan Beale, especialista en defensa de la cadena, apareix en una notícia sobre l'Afganistan (UK130501-1), o en altres ocasions els experts en esports i tecnologies connecten amb el programa des de la redacció per ampliar algun tema. Els nens i nenes també són les fonts periodístiques principals en algunes notícies, en què narren una història. Resulta obvi que això ha de ser així en un informatiu infantil, però el programa ha de tenir en compte que necessita autorització dels tutors legals de les criatures i que ho han de fer amb especial cura quan es tracta de temes sensibles. Aquest criteri, per la seva naturalesa, no s'ha pogut comprovar a partir de l'anàlisi de contingut. D'altra banda, el tema del dret a la pròpia imatge dels nens i nenes també es tracta en la notícia "Debat sobre la participació de nens en programes com *Britain's got talent*" (UK130513-1), i per extensió entorn de si els nens han de participar en *shows* televisius d'adults.

Descodificació de mitjans

Newsround utilitza algunes estratègies puntuals que propicien la descodificació de mitjans per part dels nens i les nenes. Ho són els espais, que ja hem descrit, del tipus "*if you are upset by the news*" (UK130521-1). D'altra banda, les notícies que compten amb infants per a la seva realització i així ho expliciten en el relat de la informació també contribueixen a la descodificació de mitjans (UK130510-2).

Elements de qualitat informativa a Logo

Promoció de la diversitat ètnica, religiosa i de gènere

La promoció de la diversitat ètnica apareix a *Logo* en 15 casos de les 126 notícies analitzades (Taula 30). Aquests casos recullen notícies que mostren la realitat de la immigració a Alemanya o com es viu en altres països, ja sigui des d'una perspectiva política o social, i tant des de l'agenda adulta com de la infantil.

Taula 30. Diversitat ètnica a Logo.

Notícia/Diversitat ètnica	Agenda
Nens de Romania viuen sense pares perquè emigren a altres països de la UE per guanyar diners	Política-Romania
Conflicte Síria-Turquia per atemptat bomba a Turquia	Internacional-Turquia
20 anys de l'atac d'extrema dreta a una família turca a Solingen	Societat-Successos
Rodatge pel títol sobre violència nazi ideada per nens esdevé realitat. Filmprojekt "Klappe gegen rechts"	Cultura-Cinema
Dia sense cotxes a Rabat (Marroc) i foment de les bicicletes	Societat-Medi Ambient
Young Audience Award: Joves de 8 països europeus trien la seva pel·lícula preferida, guanya Zig-zag Kind (NL)	Cultura-Cinema
Nens i nenes de famílies immigrants fan classes extra d'alemany	Societat-Educació
A Suècia aldarulls de joves han provocat incendi d'edificis i cotxes	Societat-Successos
UNICEF denuncia situació dels nens a la guerra de Síria, que fa més de dos anys que dura: reportatge sobre nen ferit greument a una mà i com s'ho fa vivint a Alemanya per recuperar-se	Internacional-Síria
Nens de Croàcia llegeixen cada cop menys i es fan accions com penjar llibres dels arbres per fomentar-ho	Societat-Educació
Polítics europeus discuteixen a Brussel·les si enviar armes a la guerra Síria	Internacional-UE Síria
Projecte Ballet per a tots a Rio de Janeiro pels nens de les favelas	Cultura-Dansa
Informe d'UNICEF sobre els nens amb discapacitats, que es veuen en condicions d'inferioritat especialment en països pobres	Internacional-Món
Últim dia del mes a Logo hi ha el "Zeitungspfoto des Monats"/foto de diari del mes, i es dona nom del guanyador del concurs: la foto és sobre les dones de la fàbrica de roba ensorrada a Bangla Desh, es repassa la notícia i es parla de l'acord de marques de roba sobre les condicions de treball de les dones en aquestes fàbriques	Mèdia-Fotoperiodisme
EUA rei de lletrejar	Societat-Estils

L'informatiu alemany, durant el mes analitzat, també tracta tres casos en què es promou la diversitat religiosa (Taula 31). En dues de les notícies s'expliquen celebracions lligades a la religió (DE130502-4 i DE130509-1), i en la tercera s'aprofita un esdeveniment, el Congrés dels Jueus a Budapest, per explicar de manera didàctica, a partir d'una recreació animada, què és l'antisemitisme i la seva història (DE130507-2).

Taula 31. Diversitat religiosa a *Logo*.

Notícia/Diversitat religiosa	Religió
Celebració del Dia de l'església evangèlica	Evangèlica
Congrés dels Jueus a Budapest: què és l'antisemitisme?	Jueva
Festiu Christi Himmelfahrt (Ascensió, festiu a Alemanya): què se celebra?	Catòlica

En l'anàlisi de les 126 notícies de *Logo* també hi trobem dos casos en que hi ha una promoció de la diversitat de gènere, o més concretament de la diversitat d'orientació sexual (Taula 32).

Taula 32. Diversitat de gènere a *Logo*.

Notícia/Diversitat de gènere	Agenda
Primer Casament homosexual a França	Internacional-França
17/5 dia internacional contra la homofòbia. Un de cada 5 homosexuals ha estat amenaçat per condició sexual	Societat-Drets Socials

Promoció de valors

El criteri de promoció de valors apareix vinculat especialment a notícies de Societat (Taula 33). Una mateixa notícia pot promoure més d'un valor, i els més promoguts a *Logo* són el respecte pel medi natural o el medi ambient (22 casos), valors educatius (19 casos), convivència (13 casos), promoció i respecte dels Drets Humans (11 casos) i manifestacions afectives apropiades a l'edat (11 casos).

Taula 33. Promoció de valors a Logo.

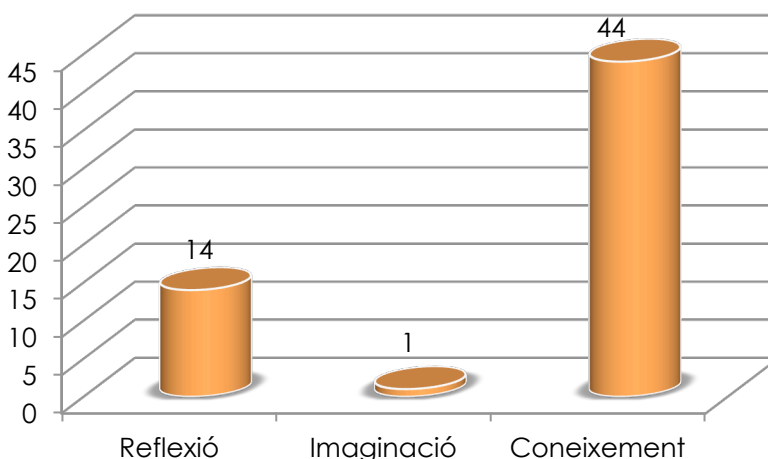
Valor	N	Agenda
Afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat)	6	Cultura-Música (1) Esports-Alpinisme (1) Política (1) Societat-Ciència (2) Societat-Educació (1)
Civisme ciutadà	8	Economia (2) Esports-Running (1) Internacional-França (1) Política (2) Societat-Successos (2)
Convivència	13	Cultura-Cinema (1) Cultura-Dansa (1) Economia (1) Internacional-França (1) Internacional-Mali (1) Internacional-Romania (1) Internacional-Síria/Turquia (1) Política (3) Societat-Estils (1) Societat-Religió (1) Societat-Successos (1)
Educatiu	19	Cultura-Cinema (1) Cultura-Dansa (1) Cultura-Literatura (1) Economia (1) Esports-Escalada (1) Política (5) Societat-Animals (1) Societat-Educació (6) Societat-Meteorologia (1) Societat-Salut (1)
Foment de l'amistat	2	Cultura-Cinema (1) Esports-Skate (1)
Identitat cultural	6	Cultura-Cinema (1) Cultura-Música (2) Cultura-Pintura (1) Internacional-Síria/Turquia (1) Societat-Estils (1)
Identitat personal	1	Cultura-Dansa (1)
Inconformisme (actitud crítica)	10	Economia (1) Internacional-França (1) Internacional-Mali (1) Internacional-UE (1) Internacional-UE/Síria (1) Política (3) Societat-Estils (1) Societat-Successos (1)
Manifestacions afectives apropiades a l'edat	11	Cultura-Cinema (1) Cultura-Dansa (1) Esports-Equitació (1) Esports-Handbol (1) Internacional-Romania (1) Internacional-Síria (1) Política (2)

		Societat-Educació (1) Societat-Estils (1) Societat-Successos (1)
Promoció i respecte dels Drets Humans	11	Cultura-Cinema (1) Internacional-França (1) Internacional-Síria (1) Internacional-Síria/Turquia (1) Política (3) Societat-Drets Socials (2) Societat-Educació (1) Societat-Successos (1)
Reflexió	5	Cultura-Música (1) Política (1) Societat-Educació (1) Societat-Medi Ambient (1) Societat-Religió (1)
Resolució positiva de conflictes (diàleg)	2	Internacional-Mali (1) Societat-Educació (1)
Respecte i integració de diferències	9	Cultura-Cinema (1) Internacional-França (1) Internacional-Món (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (2) Societat-Religió (1) Societat-Successos (2)
Respecte pel medi natural/medi ambient	22	Cultura-Cinema (1) Cultura-Fotografia (1) Esports-Alpinisme (1) Internacional-UE (2) Política (1) Societat-Animals (5) Societat-Estils (2) Societat-Medi Ambient (4) Societat-Meteorologia (5)
Responsabilitat	9	Cultura-Cinema (1) Esports-Equitació (1) Mèdia-Fotoperiodisme (1) Política (1) Societat-Animals (1) Societat-Educació (2) Societat-Medi Ambient (2)
Salut	8	Esports-Handbol (1) Internacional-Síria (1) Internacional-UE (1) Societat-Educació (2) Societat-Salut (3)
Solidaritat	6	Esports-Running (1) Internacional-Mali (1) Internacional-Món (1) Internacional-Síria/Turquia (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Meteorologia (1)
Tolerància	4	Cultura-Cinema (1) Societat-Religió (1) Societat-Successos (2)
Altres: Participació Ciutadana	1	Societat-Animals (1)
Superació (Esport)	1	Esports-Escalada (1)

Estimulació: coneixement, reflexió i imaginació

El criteri d'estimulació a partir de la informació apareix en 58 casos de les 126 notícies analitzades a l'informatiu alemany. D'aquests casos 14 corresponen a estimulació a partir de la reflexió, és a dir del pensament a partir de preguntes, i un d'aquests casos fa referència a l'estimulació de la imaginació de forma directa ("Imagineu que..."); 24 casos corresponen a estimulació a partir del coneixement entès com el descobriment de temes científics, polítics i socials, d'art i cultura, i el tractament d'aquests temes a partir d'activitats pedagògiques (Figura 23).

Figura 23. Estimulació a partir de reflexió, imaginació i coneixement a *Logo*.



Per veure la relació entre estimulació i temes de les notícies hem recollit cadascun dels casos en les Taules 34, 35 i 36. La majoria de casos d'estimulació a partir de la reflexió apareixen en les notícies de Societat (Drets Socials (N=1), Estils (N=1), Medi Ambient (N=1) i Successos (N=1)) i Política (N=4). L'únic cas d'estimulació a partir de la imaginació el trobem en un tema de Política. Pel que fa a l'estimulació a partir del coneixement, els casos també es concentren en temes de Societat (Animals (N=4), Ciència (N=2), Educació (N=3), Estils (N=1), Medi Ambient (N=2), Meteorologia (N=3),

Religió (N=3) i Salut (N=2)), seguits en número per Política (N=7), Internacional (N=6) i Cultura (N=5).

Taula 34. Estimulació a partir de la reflexió a *Logo*.

Reflexió (N=14)			
Cultura	2	Cinema	1
		Música	1
Economia	1		
Esports	2	Futbol	2
Internacional	1	França	1
Política	4		
Societat	4	Drets Socials	1
		Estils	1
		Medi Ambient	1
		Successos	1

Taula 35. Estimulació a partir de la imaginació a *Logo*.

Imaginació (N=1)	
Política	1

Taula 36. Estimulació a partir del coneixement a *Logo*.

Coneixement (N=44)			
Cultura	5	Cinema	1
		Dansa	1
		Fotografia	1
		Literatura	1
		Pintura	1
Economia	3		
Esports	1	Alpinisme	1
Internacional	6	EUA	1
		Mali	1
		Síria	1
		Síria/Turquia	1
		UE	2
Mèdia	2	Internet	1
		Fotoperiodisme	1
Política	7		
Societat	20	Animals	4
		Ciència	2
		Educació	3
		Estils	1
		Medi Ambient	2
		Meteorologia	3
		Religió	3
		Salut	2

Promoció de la interactivitat

A *Logo* la promoció de la interactivitat també es produeix a través de la web logo.de. En les 126 notícies analitzades de l'informatiu alemany hi trobem 30 casos que es distribueixen en aquests reclams: consulta de més informació (17 casos), enviament de propostes (6 casos), participació en concursos (5 casos), votacions (3 casos), recomanacions entorn a alguns temes tractats (2 casos), espai d'opinió (1 cas), consulta d'imatges relacionades amb el tema (1 cas) i postals de salutació (1 cas).

La majoria de referències a la web logo.de ofereixen ampliar la informació de les notícies (17 casos), com per exemple en el cas de conflictes bèl·lics, en què la web presenta explicacions de context que no tenen cabuda en el relat periodístic de la notícia, o que ja s'ha explicat amb anterioritat (exemples: “Visita d'Angela Merkel als soldats alemanys a l'Afganistan” (DE130510-1) o en el conflicte bèl·lic Síria-Turquia (DE130513-2)). Aquest recurs també s'utilitza per donar informació sobre el context alemany a partir d'una notícia que té lloc a algun altre país, com per exemple en el cas del tema del primer casament homosexual a França (DE130529-3), en què es fa referència a la web per saber com està regulat el casament homosexual a Alemanya. Quan hi ha algun tema que resulta d'especial interès per al dia a dia dels nens i nenes l'informatiu també amplia la informació a logo.de, com en el cas de la notícia sobre la seguretat dels cascs de bici (DE130507-1), en què la web mostra la informació ampliada sobre tot el què cal saber sobre quins cascs són els més segurs.

L'enviament de propostes també és una fórmula recurrent de fomentar la interactivitat, per exemple en temes del dia a dia dels ciutadans, com la notícia sobre la condició dels ciclistes a les ciutats (DE130513-1), en què es remet a un fòrum a la web on poden enviar propostes de què es podria fer per millorar la condició dels ciclistes urbans. També es demana propostes de preguntes per a alguns personatges coneguts que s'anuncia que seran entrevistats per l'informatiu, especialment en temes de Cultura i Música (la cantant Demi Lovato (DE130529-6), la cantant Cristina Stürmer (DE130509-7), o el cantant Tim Bendzko (DE130515-6)). En un cas també es respon a una pregunta que ha fet un espectador que volia més informació sobre el conflicte de Mali, i a partir d'un reportatge una nena explica la seva experiència en aquest país durant la ocupació

islamista (DE130515-2). L'informatiu, així, dona resposta a la petició de l'espectador. A partir de la proposta de participació en el concurs d'escoles *Eure Wahl* ("La vostra elecció") es demana que proposin temes d'importància per als nens i nenes per fer-los arribar als polítics abans de les eleccions generals alemanyes. Aquesta proposta es fa en el marc de la notícia sobre la reunió de polítics que té lloc a Berlín per parlar de l'atur juvenil a Europa (DE130528-2).

La participació en concursos també es promou en cinc casos, el més elaborat és el que citàvem de les eleccions generals a través del concurs *Eure Wahl* ("La vostra elecció"). En aquest cas és un concurs extern de la *Bundeszentrale für Politische Bildung* (Agència Federal per a la Formació Política) en que es poden presentar classes escolars proposant algun tema del que els polítics s'haurien de preocupar especialment. El reclam és un premi de 3.000€ pel viatge de la classe a Berlín, la capital, o un taller de reporters i còmic per a l'escola. A aquest concurs s'hi fa referència fins a quatre vegades durant el mes analitzat (DE130503-6, DE130516-5, DE130521-6 i DE130528-2). També hi ha concursos propis de l'informatiu, com per exemple el que es fa públic l'últim dia de cada mes *Zeitungsfoto des Monats* ("La foto de diari del mes"), i es dona nom del guanyador del concurs (DE130531-2). En aquest cas la foto guanyadora és sobre les dones de la fàbrica de roba ensorrada a Bangla Desh, i en la informació es repassa la notícia i es parla de l'acord de marques de roba sobre les condicions de treball de les dones en aquestes fàbriques.

Els espectadors de *Logo* també poden manifestar la seva opinió a través de votacions a la web del programa, com en la prèvia de la final de la Champions League de futbol entre el F.C.Bayern München i el Borussia Dortmund. Fins a tres vegades en el mes analitzat s'anima a nens i nenes a dir qui creuen que guanyarà a través de logo.de: en la notícia sobre les apostes que es fan sobre qui guanyarà (DE130502-1), en el tema sobre els animals oracles que preveuen el guanyador de la competició (DE130523-3) i a partir de la crònica d'ambient des de Londres (DE130524-3).

Pel que fa a les recomanacions o consells a partir de les notícies els casos en que apareixen a *Logo* són dos: el primer és la notícia sobre la situació dels treballadors a les fàbriques de roba de Bangla Desh (DE130513-5), en que es proposen diferents iniciatives per buscar informació a internet dient que com a consumidors també tenim part

de responsabilitat; l'altre cas recull consells d'un professor sobre com es poden protegir contra el *cibermobbing* a partir de la notícia sobre un estudi que revela que un de cada sis joves a Alemanya ha patit *mobbing* per internet (DE130516-4).

La web també s'utilitza com a espai d'opinió per als espectadors, funciona com a via per a que nens i nenes reflexionin a partir d'algunes notícies i ho manifestin a través d'aquest canal del programa. En la mostra analitzada el cas en què s'utilitza aquest recurs és el de la notícia sobre l'estudi que investiga quanta estona de son necessiten nens i nenes (DE130508-1), en què s'anima a donar la opinió sobre si els agrada dormir.

Les referències a imatges relacionades amb les notícies apareixen a l'informatiu en la notícia de Societat-Animals sobre els elefants en perill d'extinció en motiu del dia de la varietat animal (DE130522-2). A la web es poden veure fotos de més espècies en perill d'extinció.

Per últim, hi ha un element de promoció de la interactivitat a través de la fórmula de postals de salutació. A partir de la notícia dels 50 anys del personatge de Michel de l'escriptora Astrid Lindgren (DE130523-4), *Logo* proposa als seus espectadors enviar a través de la pàgina web postals de salutació amb aquest personatge.

Connexions amb el món escolar

Les notícies de *Logo* mostren connexions amb el món escolar en 10 casos i en diferents formes. L'escola apareix com a part important de la vida quotidiana de nens i nenes com en el cas del reportatge sobre la diabetis tipus 1 (DE130509-3) o en la notícia sobre la investigació del son en els més petits (DE130508-1). En altres casos, l'escola és el centre de la notícia, en la majoria de temes de Societat-Educació, com per exemple en la notícia "Escola pilot, sense notes i sense classes" (DE130514-5), en el reportatge "Escola prepara musical sobre el racisme que podran presentar a teatre de Berlín" (DE130527-4) o "Nens i nens de famílies immigrants fan classes extra d'alemany" (DE1305-22).

També en el cas de la notícia “Cybermobbing: un estudi revela que un de cada 6 joves a Alemanya ha patit mobbing per internet” (DE130516-4), en que veiem un professor de Wiesbaden que lluita en contra del cybermobbing i ofereix consells sobre com es poden protegir del cybermobbing. En les imatges apareixen a l'escola testimonis de nens i nenes que parlen de la seva experiència i donen la seva opinió sobre el tema.

Però no només a través de l'escola, també trobem casos de connexions amb el món escolar a través, per exemple, de l'esport, com en el tema “La Federació alemanya d'Handbol vol que més persones juguin a handbol i ha fet una acció a les escoles, que entrenaran amb jugadors professionals” (DE130517-5).

Rols narratius

L'informatiu alemany inclou experiències de la vida de nens i nenes en 42 de les 126 notícies analitzades. Quan els infants apareixen a l'informatiu, en la majoria de casos ocupen rols narratius com a Subjectes de l'acció (N=33), en quatre ocasions apareixen com Subjectes d'estat i en dos casos com a Objectes de valor (Taula 37).

Taula 37. Rols narratius a Logo.

Logo (N=126)

Absència	84
Objecte de valor	2
Subjecte d'estat	4
Subjecte de l'acció	33
Indeterminat	3

Tractament de la imatge i el so

A Logo, el tractament de la imatge i del so com a criteris de qualitat informativa apareixen en les formes següents:

- Imatges d'arxiu

Aquest recurs s'utilitza especialment en efemèrides, en el mes analitzat trobem l'exemple de la notícia dels “20 anys de l'atac d'extrema dreta a una família turca a Solingen” (DE130529-1) o els “60 anys de la primera ascensió a l'Everest” (DE130529-4). Transporten l'espectador al moment dels fets i ajuden a entendre la rellevància per recordar, commemorar o celebrar aquella efemèride.

- Recreacions animades o peces explicatives (*Erklärungsstücke*)

És un recurs emprat per a molts temes i serveix per explicar de forma pedagògica i entenedora alguna notícia, concepte o situació de manera intel·ligible i atractiva per a nens i nenes. Són dibuixos animats acompanyats d'una veu en off. Aquesta animació també pot servir-se d'efectes sonors o música que reforcin el seu contingut. Un exemple és l'utilitzat per explicar com es pretenen millorar les condicions de les treballadores a les fàbriques de roba de Bangla Desh (DE130531-2), en que l'animació s'utilitza per ampliar la informació sobre la notícia de l'ensorrament de la fàbrica de roba que va fer reaccionar algunes grans marques tèxtils proposant un acord per millorar les condicions dels seus treballadors i treballadores en aquest país (Figura 24).

Figura 24. Captura de pantalla d'una recreació animada de Logo.



Sovint la notícia és l'excusa per tractar, a partir de l'animació, algun tema o concepte, com per exemple el de sostenibilitat (DE130510-2), el fracking (DE130521-2), el d'extrema dreta (DE130506-1), els impostos (DE130507-3) o per què hi ha gent a favor i en contra dels casaments homosexuals (DE130529-3).

També s'utilitzen en combinació amb imatges reals, com en el cas de la notícia sobre el conflicte Síria-Turquia (DE130513-2).

- Mapes de situació i gràfics

Els mapes de situació, d'una banda, ajuden a ubicar la notícia en un lloc concret. S'utilitzen especialment en les notícies de temes Internacionals, com “Estudi de la Unió Europea sobre condicions de l'aigua als llacs, rius i mars” (DE130521-3) o en les notícies sobre Síria i per situar aquest i els països veïns (DE130516-1). Els gràfics són un recurs útil per reforçar contingut, com en la notícia sobre els “60 anys de la primera ascensió a l'Everest”, en que serveix per situar muntanya, indicant la seva alçada i la climatologia (DE130529-4). D'altra banda, aquest és un recurs fix per a la Météo (Figura 25).

Figura 25. La Météo a Logo.



- Sobreimpressió de títols i imatges

La sobreimpressió de títols o imatges és un recurs puntual per reforçar el contingut o un concepte concret. En trobem exemples com el de la sobreimpressió de “Nou al cinema” per ressaltar una estrena en temes de Cultura-Cinema (DE130515-5), o l’aparició dels escuts d’equips de futbol en els temes de futbol en motiu de la final de la Champions League (DE130522-3), o en una notícia de Política, en que hi veiem la sobreimpressió de "block+occupy=Blockupy" en l’explicació del concepte per a la notícia “Acció Blockupy a Frankfurt amb Main contra els bancs” (DE130531-1).

- Efectes sonors i música

Pel que fa als efectes sonors i a la música trobem que s’utilitzen tant per ambientar certs temes com per a reforçar continguts, com per exemple la utilització de sons propis del rodatge com el d’una claqueta en una notícia de Cultura-Cinema (“Rodatge pel lícula sobre violència nazi ideada per nens i nenes esdevé realitat. Filmprojekt “Klappe gegen rechts” (DE130529-2)), o la música de la Champions com a referent sonor del campionat (DE130523-3) i la de *Happy Birthday* en la notícia dels 50 anys del personatge Michel d’Astrid Lindgren (DE130523-4).

Tractament ètic

El tractament ètic de la informació periodística és també un element de qualitat informativa als noticiaris infantils. *Logo* té especial cura en l’exclusió d’escenes que puguin atemptar contra el respecte, els Drets Humans o la dignitat humana, o resultar discriminatòries, això ja s’ha vist en la promoció dels seus valors. Així mateix, l’informatiu evita les escenes de violència, sexualitat o el llenguatge groller. No obstant, quan el tema ho requereix se’n parla, fins i tot es mostren víctimes de conflictes armats però amb respecte i quan resulten importants com a testimonis dels fets.

També destaca l’especial cura en el tractament de minories socials, com ho són els homosexuals o els discapacitats.

En relació al tractament ètic cal dir que l'informatiu alemany fa un esforç especial a donar veu a totes les parts, com exemple en la notícia “La *Barbie* obre a Berlín en una exposició a mida real sobre la nina i la manifestació en contra” (DE130516-3). La notícia informe de les dues parts, d’una banda transmet l’entusiasme d’una part de nens i nenes per l’obertura d’aquesta exposició, i, de l’altra, l’actitud crítica envers la mateixa que té un altre sector de la població amb motiu de que “la nina no esdevingui un exemple per a les nenes”.

Descodificació de mitjans

L’exemple més clar de descodificació de mitjans de *Logo* és el seu *Kinderreporter* (“Reporter de nens i nenes”). En la notícia “Nou parc per a skaters d’Hamburg” (DE130502-5), per exemple, és una nena reportera la que explica la notícia, d’actualitat i de l’agenda infantil. El fet de que sigui una nena la que dona la informació transmet proximitat, a més de que es presenta des d’una perspectiva molt fresca, i quan hi ha personatges entrevistats se’ls fa preguntes que un reporter adults no faria, amb l’espontaneïtat i curiositat que caracteritza els més petits. En l’exemple que es cita, a més, el presentador i la *Kinderreporterin* es passen el micro per passar de dins a fora de l’estudi, simulant així el relleu en la responsabilitat de la transmissió de la informació. L’objectiu d’aquesta figura de nen o nena reporter és aproximar temes d’adults al públic infantil i transmetre com funcionen els mitjans de comunicació, en aquest cas la televisió.

Elements de qualitat informativa a l’Info K

Promoció de la diversitat ètnica, religiosa i de gènere

A l’*Info K* la promoció de la diversitat ètnica apareix en 8 casos de les 160 notícies analitzades (Taula 38).

La promoció de la diversitat religiosa no apareix en cap cas el mes relatiu a la mostra, i la diversitat de gènere en dos ocasions (Taula 39).

Taula 38. Diversitat ètnica a l'*Info K*.

Noícia/Diversitat ètnica	Agenda
1 de maig: dia dels treballadors	Societat-Drets Socials
Psy, cantant del Gagnam Style, protagonista d'un còmic	Cultura-Música
Vint anys de Pallassos Sense Fronteres	Cultura-Teatre
Escola sota un pont a Nova Delhi	Societat-Educació
Experts recomanen menjar insectes per combatre la gana	Societat-Salut
Núvol de fum i cendra al Popocatepetl	Societat-Meteorologia
Desaparició d'una piràmide precolombina a Belize per construir-hi una carretera	Internacional-Belize
Campanya de famosos per demanar aigua potable	Societat-Estils

Taula 39. Diversitat de gènere a l'*Info K*.

Noícia/Diversitat de gènere	Agenda
10a edició dels Festival de Claqué a Barcelona	Cultura-Dansa
Olimpíades Escolars de Vic de 6è de Primària	Esports

Promoció de valors

L'*Info K* també promou diferents valors en els seus informatius (Taula 40). Els més freqüents són l'afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat)(30 casos), identitat cultural (18 casos), educatius (16 casos) i respecte pel medi natural o el medi ambient (13 casos).

Taula 40. Promoció de valors a l'*Info K*.

Valor	N	Agenda
Afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat)	30	Cultura-Dansa (1) Cultura-Escultura (1) Cultura-Fotografia (1) Cultura-Història (2) Cultura-Literatura (1) Cultura-Música (1) Cultura-Pintura (2) Cultura-Teatre (1) Internacional-Belize (1) Societat-Animals (3) Societat-Ciència (2) Societat-Educació (5) Societat-Estils (4) Societat-Meteorologia (1)

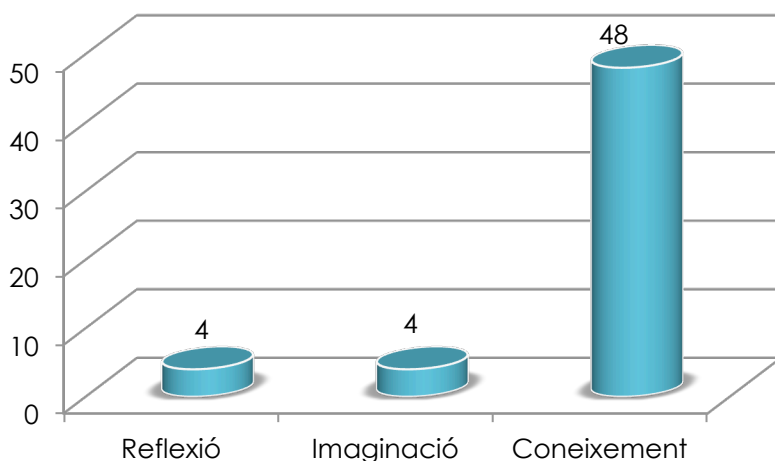
		Societat-Salut (1) Societat-Tecnologia (3)
Civisme ciutadà	6	Esports-Futbol (1) Mèdia-TV (1) Societat-Animals (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1) Societat-Estils (1)
Convivència	8	Esports-Futbol (1) Mèdia-TV3 (1) Societat-Animals (3) Societat-Educació (2) Societat-Salut (1)
Educatius	16	Cultura-Literatura (2) Cultura-Teatre (1) Política (3) Societat-Educació (5) Societat-Estils (1) Societat-Medi Ambient (1) Societat-Meteorologia (1) Societat-Salut (2)
Foment de l'amistat	3	Cultura-Música (2) Societat-Animals (1)
Identitat cultural	18	Cultura-Dansa (1) Cultura-Història (1) Cultura-Literatura (2) Cultura-Música (2) Cultura-Pintura (2) Cultura-Popular (2) Cultura-Teatre (2) Cultura-Varis (1) Internacional-Belize (1) Mèdia-TV (1) Política (2) Societat-Estils (1)
Identitat personal	1	Política (1)
Inconformisme (actitud crítica)	5	Mèdia-TV (1) Política (2) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1)
Manifestacions afectives apropiades a l'edat	8	Cultura-Dansa (2) Cultura-Música (2) Mèdia-TV3 (2) Societat-Educació (1) Societat-Estils (1)
Promoció i respecte dels Drets Humans	5	Cultura-Literatura (1) Política (1) Societat-Educació (1) Societat-Estils (2)
Reflexió	4	Cultura-Literatura (1) Mèdia-TV (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1)
Resolució positiva de conflictes (diàleg)	0	
Respecte i integració de diferències	6	Esports-Futbol (2) Política (1) Societat-Educació (1)

		Societat-Estils (1) Societat-Salut (1)
Respecte pel medi natural/medi ambient	13	Esports-Alpinisme (1) Esports-Futbol (1) Societat-Animals (3) Societat-Ciència (1) Societat-Educació (1) Societat-Meteorologia (5) Societat-Medi Ambient (1)
Responsabilitat	5	Esports-Jocs Olímpics (1) Societat-Animals (3) Societat-Educació (1)
Salut	7	Esports-Alpinisme (1) Esports-Jocs Olímpics (1) Societat-Educació (2) Societat-Estils (1) Societat-Salut (2)
Solidaritat	8	Cultura-Teatre (1) Esports-Alpinisme (1) Mèdia-TV (1) Societat-Animals (1) Societat-Drets Socials (1) Societat-Educació (1) Societat-Estils (2)
Tolerància	0	
Altres:		
Consciència del propi cos	1	Cultura-Dansa (1)

Estimulació: reflexió, imaginació i coneixement

El criteri d'estimulació a partir de la informació apareix en 56 casos de les 160 notícies analitzades a l'informatiu de Televisió de Catalunya. 4 d'aquests casos corresponen a estimulació de la reflexió, és a dir del pensament a partir de preguntes, 4 d'aquests casos fan referència a l'estimulació de la imaginació de forma directa ("Imagineu que..."), i 48 d'aquests casos corresponen a estimulació del coneixement entès com el descobriment de temes científics, polítics i socials, d'art i cultura, i el tractament d'aquests temes a partir d'activitats pedagògiques (Figura 26).

Figura 26. Estimulació a partir de reflexió, imaginació i coneixement a l'Info K.



L'anàlisi de la relació entre estimulació i els temes de les notícies mostra que aquesta es produeix especialment en temes de Societat (Taules 41, 42 i 43). En els casos d'estimulació a partir de la reflexió només són dos (Ciència i Estils), afegits a un de Cultura-Escultura i un corresponent a Mèdia-Televisió. Pel que fa a l'estimulació a partir de la imaginació els quatre casos corresponen a temes de Societat, un d'Educació, dos d'Estils i un de Tecnologia. I dels 46 que en què l'estimulació es produeix a partir del coneixement 28 són temes de Societat, 11 de Cultura, 3 d'Esports, 2 de Política, 1 de Mèdia i 1 d'Internacional.

Taula 41. Estimulació a partir de la reflexió a l'Info K.

Reflexió (N=4)			
Cultura	1	Escultura	1
Mèdia	1	TV	1
Societat	2	Ciència	1
		Estils	1

Taula 42. Estimulació a partir de la imaginació a l'Info K.

Imaginació (N=4)			
Societat	4	Educació	1
		Estils	2
		Tecnologia	1

Taula 43. Estimulació a partir del coneixement a l'Info K.

Coneixement (N=46)			
Cultura	11	Cultura Popular	3
		Dansa	2
		Fotografia	1
		Història	2
		Música	2
		Pintura	2
		Teatre	2
Esports	3	Extrems	1
		Futbol	1
		Ironman	1
Internacional	1	Belize	1
Mèdia	1	Televisió	1
Política	2		
Societat	28	Animals	4
		Ciència	3
		Drets Socials	2
		Educació	4
		Estils	4
		Medi Ambient	1
		Meteorologia	4
		Salut	3
		Tecnologia	3

Promoció de la interactivitat

A l'Info K la promoció de la interactivitat durant el mes analitzat es canalitza a través de referències a la pròpia web del programa (10 casos), i també a partir d'altres propostes (6 casos) com participar en projectes relacionats amb les notícies que s'han presentat, activitats de les quals ha informat el programa, concursos externs o visites a altres llocs web per obtenir informació.

Les referències a la web de l'Info K ofereixen consultar més informació (4 casos) i participar en concursos o sorteigs (4 casos). En dos casos també es fa referència a la web del programa a partir de la sobreimpressió de l'adreça www.super3.cat/infok en pantalla.

Com a exemples de propostes per consultar més informació trobem les notícies “Barnaclick, fira de Playmobils de Barcelona” (CA130503-2), en què s’ofereix veure tota la programació de l’esdeveniment a la web del programa; en altres casos es presenta un vídeo o cançó concreta i a la web s’ofereix visualitzar-lo sencer o escoltar-la del principi fins al final, com és el cas de la notícia “El ballarí i coreògraf irlandès David Volger dedica coreografia subaquàtica a la seva mare” (CA130521-3) o “*Bodydub* de la Universitat de Vic” (CA130528-5).

Pel que fa a les referències a concursos o sorteigs en trobem de dos tipus diferents: les que impliquen que l’espectador faci alguna cosa i es guanyi la participació a l’informatiu (premi immaterial), com en el cas de la notícia “Els protagonistes de la sèrie *Diaris de Vampirs* a Barcelona. Tres espectadores de l’*Info K* els han fet preguntes i ho expliquen a plató” (CA130506-2). En aquest cas es demanava als concursants que fessin propostes de preguntes, i els guanyadors podrien anar a entrevistar als protagonistes de la sèrie que emet TV3, fent preguntes als actors i explicant-ho a plató *a posteriori*. El segon tipus de referències són les que tenen com a motiu principal el sorteig d’alguna cosa (premi material), i que apareix especialment a la secció de Cultura per a llibres o CDs. Com a exemples, el sorteig relacionat amb la notícia sobre el “Premi La Galera Joves Lectors que donen nens i nenes per al llibre de Jordi Sierra i Fabra *L’extraordinari enginy parlant del professor Palermo*” (CA130503-1), o la informació sobre el “Concurs per guanyar CD del grup “Els Flipats” contestant la pregunta “Quins dos membres del grup són germans?” a la web” (CA130529-6).

També hi ha altres maneres de promocionar la interactivitat que no tenen a veure amb la pàgina web. En la notícia “El grup musical català Papagayo treu el seu primer disc: *Origen*” (CA130508-2) s’informa de que el disc es pot descarregar gratuïtament lliure de drets d’autor des de la web del grup. En un altre cas, es proposa explícitament la participació en el Projecte Nius a través de la pròpia web de la iniciativa; en la notícia “Projecte nius observació d’ocells” (CA130522-1) es remet a aquesta pàgina d’Internet, que apareix sobreimpresa en pantalla. En una altra ocasió, es proposa posar en pràctica la llibreta d’idees tipus la que es presenta en una secció del programa: “La idea: inventor Pau Garcia Milà dóna consells per donar idees” (CA130522-6). Un cas molt concret és el relacionat amb l’estrena dels reportatges

Superavis al Super 3 (CA130520-6), en que la proposta als espectadors és de participar amb els seus avis i àvies superherois i superheroïnes a través de la web del Super 3. I un d'original és el que parteix de la notícia “Comença el Sónar Kids al Port de la Selva, festival de música electrònica infantil” (CA130531-3), en què es realitza una entrevista del Brodas Bros, el *street dancer* Pol Fruitós, que ofereix una *miniclass* de *street dance* des del plató en que els espectadors poden participar des de casa.

Connexions amb el món escolar

L'informatiu català mostra 9 casos de notícies amb connexions amb el món escolar durant el mes de maig de 2013. Totes aquestes notícies tracten temes de Societat-Educació, excepte dues, que corresponen una a Cultura-Literatura (“Celebració de l'Aniversari 100 anys naixement Salvador Espriu a l'escola Reina Elisenda” (CA130502-5)) i l'altra a Esports (“Olimpiades Escolars de Vic” (CA130529-2). Aquests casos presenten l'experiència dels nens i nenes de l'escola en relació amb el tema que tracta la notícia. Ells són els protagonistes: són entrevistats i s'explica què fan i com ho viuen, i és que en totes les notícies en que apareix l'escola el rol narratiu dels infants és el de Subjecte de l'acció (veure també *Rols narratius*).

En els temes d'Educació es tracten des de notícies del món infantil que tenen lloc en l'espai escolar, com les proves de competències bàsiques de sisè de Primària (CA130507-1), fins a les relacionades amb política educativa, com les manifestacions en contra de les retallades i de la Llei Wert (CA130509-1) o els dos anys del Pla d'impuls a la lectura (CA130507-2), passant per reportatges sobre temes concrets, com el premi al millor hort escolar (CA130508-1) o la comparació de l'escola catalana amb una escola de Nova Delhi a l'Índia (CA130506-1).

Rols narratius

L'*Info K* presenta 59 notícies amb inclusió d'experiències de nens i nenes d'un total de 160 analitzades, de les quals la majoria

corresponents als infants com a Subjecte de l'acció (36 casos), i menys exemples de nens i nenes com a Objecte de valor (8 casos) o Subjecte d'estat (6 casos) (Taula 44).

Taula 44. Rols narratius a l'Info K.

Info K (N=160)	
Absència	101
Objecte de valor	8
Subjecte d'estat	6
Subjecte de l'acció	36
Indeterminat	9

Tractament de la imatge i el so

A l'Info K, el tractament de la imatge i del so es consideren criteris de qualitat informativa en els següents casos:

- Mapes de situació

Aquest és un recurs que l'informatiu utilitza especialment en les notícies que tracten un tema de fora de Catalunya, com per exemple "L'Aragó decideix la legalitat del LAPAO i el LAPAPYP" (CA130509-2) en que un mapa destaca la zona de la Franja de Ponent o "Desaparició d'una piràmide precolombina a Belize per construir una carretera" (CA130516-2), en que se senyala el país americà on se situa la piràmide.

- Gràfics i fitxes

Els gràfics o les fitxes serveixen per reforçar el contingut de la notícia, especialment quan les imatges i les paraules no ho expliquen tot i és una notícia que requereix d'aquest tipus de recurs, com per exemple quan cal il·lustrar dades numèriques ("La obesitat infantil, en augment" (CA130514-1)) o conceptes abstractes (l'escala de Fujita que mesura els tornados (CA130521-1). A vegades també faciliten la síntesi de la informació, per exemple per a perfils de personatges, o

exposicions ("L'exposició del Cosmocaixa *L'Àrtic es trenca* explica el desgel" (CA130524-2). També són un recurs comú per a la secció del Temps.

Figura 27. Captura de l'Info K. Secció la Méteo.



- Imatges d'arxiu

Són imatges històriques que s'utilitzen especialment en efemèrides, com per exemple en la notícia de la "Celebració dels 100 anys del naixement de Salvador Espriu a l'escola Reina Elisenda" (CA130502-5). En el cas de l'Info K, aquestes sovint van combinades amb la sobreimpressió de títols per ajudar a identificar-les.

- Sobreimpressió de títols

És el recurs més emprat a l'Info K. Apareixen com a frases curtes que reforcen o sintetitzen el contingut de la notícia o d'algun concepte relacionat amb la informació per fer-lo entenedor per a l'espectador.

- Música i efectes sonors

La música és un element clau en les notícies per a nens, i a l'informatiu català s'utilitza no només en els casos de notícies de Cultura-Música com a acompanyament de l'explicació, sinó també en molts casos per ambientar o crear una atmosfera concreta. Per exemple, una música festiva introdueix el resum de la setmana que inaugura el cap de setmana els divendres (CA130517-6, CA130524-6).

Pel que fa als efectes sonors, no tenen una presència destacable en les notícies del mes de la mostra.

Tractament ètic

De la mateixa manera que als altres dos informatius, l'*Info K* també exclou escenes que puguin atemptar contra el respecte, els drets humans o la dignitat humana, o resultar discriminatoris. L'anàlisi ha comprovat que s'acompleixen aquests criteris restrictius, així com que no apareixen escenes de violència, sexualitat o llenguatge groller tampoc a l'informatiu català. En el cas de tragèdies es citen morts i ferits, però no es mostren (com per exemple en la notícia "Segon Tornado més fort de la història EUA a Oklahoma, amb 24 morts" (CA130520-2 i CA130521-1)). "Es pot parlar de tot però no ensenyar-ho tot", deia l'editora i ara també presentadora del noticiari, Laia Servera.

Descodificació de mitjans

L'*Info K* utilitza alguns elements per contribuir a la descodificació de mitjans per part de nens i nenes. L'anàlisi mostra un cas de nenes reporteres (*Inforeporteres*) en la notícia "Protagonistes de la sèrie que emet TV3 *Diaris de Vampirs* a Barcelona" (CA130523-5). En aquest cas, les noies van guanyar un concurs per poder fer preguntes en directe als protagonistes d'aquesta sèrie i ho venen a explicar al plató.

Hi ha una altra notícia que pot considerar-se que contribueix a la descodificació de mitjans, tot i que ho fa des d'una altra perspectiva.

Es tracta de la notícia de la “Festa de TV3 i Catalunya Ràdio al Moll de la Fusta: *joestimotv3*” (CA130513-3), a partir de la qual es fa una reflexió sobre les retallades dels mitjans de comunicació públics. Des de l’informatiu s’intenta així aproximar el públic infantil al funcionament del món dels mitjans.

La qualitat informativa als tres informatius infantils

Els punts anteriors mostren els diferents criteris analitzats als tres programes que formen part de la mostra. En uns són primordials uns criteris concrets més que d’altres, i segurament estan en relació amb les tradicions culturals i periodístiques dels diferents països, així com també les educatives i socials.

En la promoció de la diversitat *Logo* destaca per incloure més casos de diversitat ètnica i per ser l’únic dels tres informatius que tracta temes de diversitat religiosa. Cal tenir en compte que no és que *Newsround* i *Info K* no promocionin la diversitat de creences, sinó que no toquen temes de Religió en els informatius analitzats.

En el cas de la diversitat de gènere el tractament és equilibrat en els tres informatius (Figura 28). S’ha de tenir en compte, no obstant, que es tracta de notícies en què el gènere és, des de diferents perspectives, el tema, i que no s’ha realitzat un estudi concret sobre la perspectiva de gènere en els tres informatius perquè aquest no estava entre els objectius d’aquesta tesi.

Figura 28. Casos de promoció de la diversitat als tres informatius.

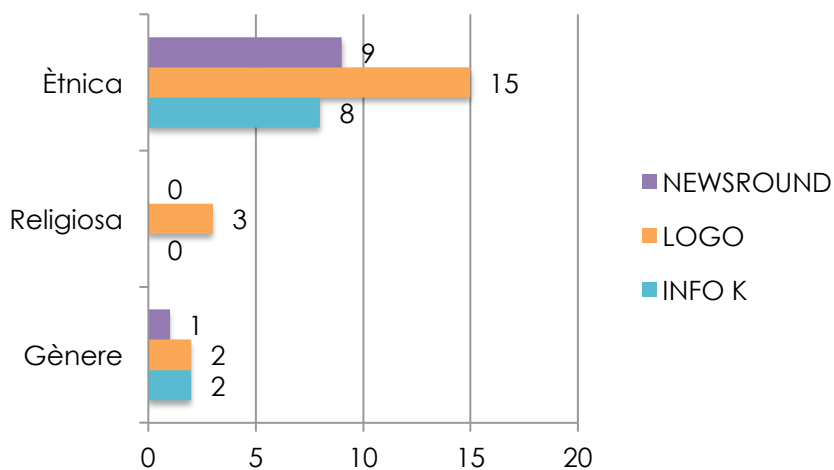


Figura 29. Promoció de valors als tres informatius.

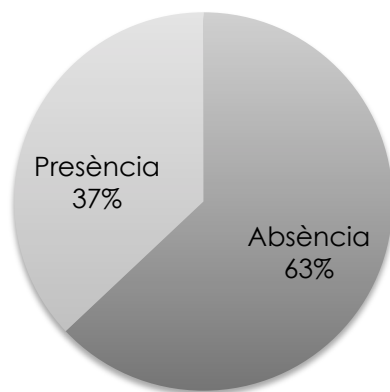


Pel que fa als valors promocionats a partir de les notícies, els resultats mostren diferents tendències en els tres informatius (Figura 29). *Newsround* és el que presenta un tractament més equilibrat dels valors que apareixen globalment en més casos (promoció i respecte dels Drets Humans, l'afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat), valors educatius, responsabilitat, identitat cultural, convivència i el respecte pel medi natural o el medi ambient). *Logo* mostra una preferència valors educatius i especialment pels valors que promouen el respecte pel medi natural o el medi ambient. I l'*Info K* fomenta més valors com l'afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat) i la identitat cultural.

Comparativa de rols narratius

Els resultats obtinguts pel que fa a la inclusió d'experiències de nens i nenes en la narració de les notícies globalment correspon al 37% del total (N=372), que equival a 134 notícies amb presència d'infants (Figura 30).

Figura 30. Inclusió d'experiències als tres informatius infantils.

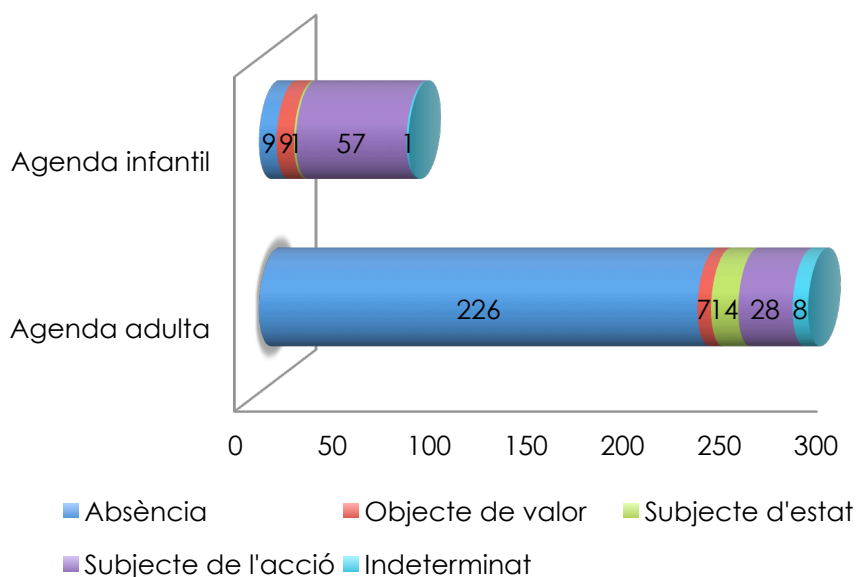


En aquestes notícies, els nens i nenes adopten en 85 casos el rol narratiu de Subjecte de l'acció; en 16 el rol d'Objecte de valor, i en 23 el de Subjecte d'estat (Taula 45).

Taula 45. Rols narratius dels tres informatius.

(N=372)	
Absència	235
Objecte de valor	16
Subjecte d'estat	23
Subjecte de l'acció	85
Indeterminat	9

Figura 31. Rols narratius dels tres informatius en relació amb la naturalesa de l'agenda informativa.



En relació amb la naturalesa de l'agenda informativa, és a dir, si les notícies corresponen a l'agenda adulta o a l'agenda infantil, els rols narratius es distribueixen de la següent manera (Figura 31): de les notícies de l'agenda adulta (N=283) en què apareixen nens i nenes en 8 casos els seus rols són indeterminats, en 28 corresponen al Subjecte de l'acció, en 14 al Subjecte d'estat i en 7 a l'Objecte de valor.

Pel que fa a les notícies de l'agenda infantil (N=89) en un cas el rol és indeterminat, 57 casos corresponen al rol de Subjecte de l'acció, en un cas al Subjecte d'estat i en 9 al d'Objecte de valor.

Així doncs, l'anàlisi mostra que tot i que els temes de l'agenda adulta predominen en els noticiaris infantils, els nens i nenes apareixen en rols narratius com a Subjectes de l'acció en molts més casos del que ho fan els noticiaris convencionals, on – com s'ha explicat al marc teòric d'aquesta tesi – majoritàriament apareixen en altres rols sotmesos a la mirada i interessos dels adults.

5 Què diu l'audiència?

A mi em sembla que [als que fan els informatius infantils] els importa molt la opinió dels nens[...] i això m'agrada molt perquè és com que et tenen en compte.

[Núria, 11 anys. GD1]

L: Also, informiert zu sein ist für mich wichtig, weil ich auch wissen will, was in der Welt passiert, eigentlich, weil es mich auch interessiert. [...]

H: Ich glaube, damit sich man auch mit anderen darüber unterhalten kann.

M: Ja, und damit man auch weiß, wieso bestimmte Sachen so sind wie sie sind. Einfach das man nicht total doof ist.

[Ludwig, 12 anys. Helena, 11 anys. Maia, 11 anys. GD3]

En aquest cinquè capítol es recullen les opinions dels nens i nenes participants en els grups de discussió, tant dels qüestionaris realitzats a l'inici de les sessions (Annex 4) com de les discussions mateixes (per a les transcripcions senceres veure Annex 6). S'ha dividit els resultats en sis subapartats, corresponents als temes sobre els que es va discutir durant les sessions: la televisió en el temps lliure (5.1), l'atractiu de la televisió (5.2), el reconeixement i comprensió dels temes de les notícies (5.3), els programes informatius (5.4), la importància d'estar informat (5.5) i els hàbits de consum mediàtic familiar (5.6).

Taula 46. Informació dels grups de discussió realitzats.

	Escriptadors habituals	No escriptadors habituals	Material av
Barcelona	GDA	GDB	TN/Info K
Cerdanyola	GD1	GD2	TN/Info K
Berlín	GD3	GD4	Heute/Logo

Els fragments dels grups de discussió imparells (GD1, GD3) corresponen als realitzats amb participants que es definien com a espectadors habituals dels informatius infantils (que el miren almenys 3 cops per setmana), i els parells (GD2, GD4) als no-espectadors dels informatius infantils (que no el miren, o l'han vist alguna vegada esporàdicament). Amb això, també s'ha extret algun fragment considerat rellevant en el context de la recerca dels grups de discussió pilots (GDA i GDB) que es van realitzar a la ciutat de Barcelona. Els GD1 i GD2 (i els dos grups pilots) són els realitzats amb material de l'*Info K* i del *Telenotícies* de TV3, i els GD3 i GD4 amb material de *Logo* i de *Hente* de ZDF.

5.1 La televisió en el temps lliure

Per als nens i nenes el temps lliure comença quan s'acaba l'escola. Cada cop més, aquest temps s'ocupa amb activitats extra-escolars, que tot i que els adults les qualifiquen com a lleure ells consideren part del seu horari diari, i per tant no inclouen en el que entenen com a “temps lliure”. Els deures, també són un a part. Per això, és comprensible que la televisió aparegui com a l'activitat més citada en les respostes a la pregunta “Què t'agrada fer en el teu temps lliure” que incloïa el qüestionari que els participants dels grups de discussió van contestar a l'inici de cada sessió. Els amics, el futbol, llegir i jugar també ocupen un lloc important en el temps lliure de les criatures, destacant per sobre d'altres activitats com l'esport, ballar, dibuixar o tocar un instrument, que també han estat anomenades en les discussions. La majoria de nens i nenes entrevistats veuen la televisió més el cap de setmana que entre setmana, i els que no la miren gens asseguren que és perquè les famílies ho tenen com a norma, tot i que en casos puntuals també és decisió seva:

L: Nach der Schule gehe ich gerne an meine Spielkonsole, die ich habe, aber da spiele ich auch höchstens eine Stunde, das haben wir so abgemacht in der Familie, oder ich gehe auf den Fußballplatz mit einem Freund oder so.

O: Also, wenn ich von der Schule komme, mache ich meistens erst die Hausaufgaben, und danach lese ich und spiele mit meinem Bruder, baue Lego... und am Abend darf ich eher so an meinem Tablet spielen.

L: Després de l'escola m'agrada jugar amb la consola que tinc, però com a molt una hora, és el que hem acordat a la família, o vaig al camp de futbol amb algun amic o així.

O: O sigui, quan arribo de l'escola, primer faig els deures, i després lleigeixo i jugo amb el meu germà, construïm Lego... i al vespre més aviat em deixen jugar amb la meva tablet.

[Ludwig, Olaf. GD3]

- Hi ha algú que no miri gens la tele?

M: jo no gaire...

G: jo la miro entre setmana poquet.

J: jo el cap de setmana.

- Per què no mires gaire la tele, M.?

M: doncs perquè prefereixo fer altres coses.

[Maria, Guim, Jofre. GDB]

La Maria prefereix fer altres coses a mirar la tele. Per a la majoria de nens i nenes, però, mirar la televisió és l'alternativa a jugar, sempre i quan no hi hagi deures, i en molts pocs casos es planteja l'ús d'altres mitjans de comunicació en el temps lliure. Si s'esmenten, són en forma de mòbil o tauleta.

Què feu quan arribeu a casa després de l'escola?

X: o jugo o miro la tele, però no he posat [al qüestionari] fer els deures.

O: faig els deures....

X: home, jo també.

M: jo a vegades miro la tele o faig els deures.

J: jo acabo de berenar, miro si tinc deures, si no en tinc miro la tele i si en tinc llavors faig els deures i miro la tele.

T: jo arribo, jugo o miro la tele, no faig deures perquè els faig al menjador.

U: jo primer faig deures, després bereno i després miro la tele o jugo.

[Xesc, Oliver, Magí, Judit, Tània, Unai. GDA]

G: jo m'agafó l'iPad i em quedo mirant l'iPad.

- Què mires a l'iPad?

G: a vegades vídeos de Youtube, a vegades xatejo amb els meus amics i algun cop també miro programes...

[Guim. GDB]

- Und guckt ihr auch manchmal Fernsehen?

M: Ja.

A: Ja.

H: Ja [LACHT].

L: Ja, aber eher abends.

O: Da gucke ich so ab 19 Uhr mit meinem Bruder.

A: Ich auch.

L: Ich auch.

H: Also manchmal, nach der Schule, aber nicht jeden Tag.

L: Ich auch nicht unbedingt jeden Tag, manchmal muss ich ja auch noch lernen. Zum Beispiel jetzt in der Phase, wo wir wieder alle Klassenarbeiten schreiben werden, nicht ganz oft.

- I algun cop mireu la televisió també?

M: Si.

A: Si.

H: Si [RIU].

L: Si, però més aviat al vespre.

O: A partir de les 19h amb el meu germà.

A: Jo també.

L: Jo també.

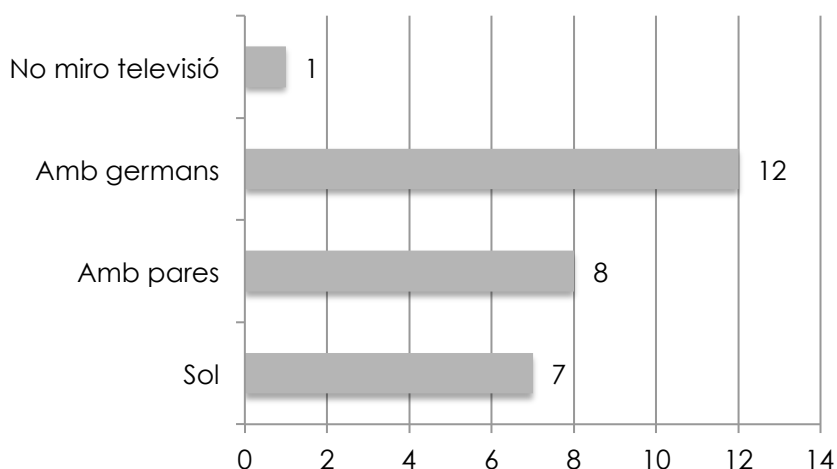
H: O sigui, a vegades després de l'escola, però no cada dia.

L: Jo tampoc necessàriament cada dia, a vegades he d'estudiar. Per exemple ara que tenim exàmens, no gaire sovint.

[Maia, Adam, Helena, Ludwig, Olaf. GD3]

En els qüestionaris previs a les sessions els participants ja havien reflexionat sobre el paper de la televisió en el seu dia a dia. La Figura 30, extreta d'aquests qüestionaris, mostra com la majoria dels entrevistats miren la televisió en companyia de germans.

Figura 32. Com mires la televisió?



En els discurs de les sessions s'adverteix que quan els nens i nenes diuen que miren la televisió amb els pares, la majoria de vegades és per veure notícies o pel·lícules. Alguns també fan referència a la guerra del comandament entre els membres de la família:

- I la mireu, sols o amb algú [la televisió]?

[...]

A: jo sol i la meva germana sempre canvia de canal.

M a A: amaga el comandament!

[Albert, Magí. GDA]

On i quan miren la televisió també ve marcat per les pautes familiars de la vida quotidiana, i en els diferents països es fan paleses algunes divergències. Tots els nens i nenes participants afirmen que a casa tenen el televisor al menjador, només en dos casos – els dos de

participants catalans – expliquen que tenen un aparell a la seva habitació.

Els infants de famílies catalanes també associen en diverses ocasions el fet de veure la televisió amb els àpats, especialment el berenar o el sopar. En canvi, en les famílies alemanyes els nens asseguren que com a molt “piquen” (*knabbern*) alguna cosa mentre miren televisió.

L: Nee, das mach ich eher nicht, weil es soll ja nicht so gut sein, während des Fernsehens zu essen, weil man da nicht merkt wie viel man isst. [...] Wenn, dann irgendwie zu einem Film, oder so.

A: Zum Film esse ich auch manchmal so Knabberzeug.

L: No, això no ho acostumo a fer, perquè diuen que no és gens bo menjar mentre mires la tele, perquè no te n'adones de quant menges. [...] Si ho faig, seria amb una pel·lícula o això.

A: Amb una pel·lícula també pico alguna cosa a vegades.

[Ludwig, Adam. GD3]

D: Manchmal abends, da gibt es ein paar Brote auf einem Brettchen, dann isst man ein bisschen was, oder Chips oder so, aber nicht so oft.

D: A vegades al vespre hi ha pa amb alguna cosa, llavors es menja una mica, o patates xips o així, però no massa sovint.

[Dennis. GD4]

Un altre dels clàssics moments de visionat és al vespre, o abans d'anar a dormir. En només un cas (català) s'ha dit que a vegades es fan deures mentre es mira la televisió [Núria, GD1], però la majoria consideren que no és adient perquè llavors es distreuen i no els fan bé. El Guim [GDB], per la seva banda, és l'únic que es defineix com a practicant del multipantalla ocasional:

G: jo a vegades tele i iPad.

[Guim. GDB]

La televisió, doncs, encara és el mitjà que centre més temps lliure en la quotidianitat de nens i nenes, tot i que els estudis realitzats a gran escala mostrin que internet i les noves tecnologies i els serveis de televisió a la carta han guanyat un terreny considerable especialment els darrers anys.

5.2 L'atractiu de la televisió

Els nens i nenes participants en els grups de discussió també van respondre a la pregunta “Què és el que t'agrada de la televisió” en el qüestionari previ a les sessions, respostes a partir de les quals podem extreure quatre categories del valor que nens i nenes donen al mitjà:

1. Entreteniment i diversió:

Que em distreu i no m'avorreix. [Judit. GDA]

Que és divertida. [Tània. GDA]

Que els programes fan molta gràcia. [Guim. GDB]

Que quan m'avorreixo pot ser un bon entreteniment. [Joan. GD1]

Que et distreu i el temps et passa volant. [Maria. GDB]

2. Aprenentatge o interès:

Que aprens coses sense adonar-te'n. [Tània. GDA]

Et fiques al dia de les notícies. [Guim. GDA]

Que ens donen molta informació. [Lisbet. GD1]

Hi pots trobar informació i hi ha coses molt interessants. [Uma. GDB]

Am liebsten mag ich witzige Filme oder Serien oder Nachrichtensendungen weil ich mich für das Geschehen auf der Welt interessiere. El que més m'agrada són pel·lícules o sèries gracioses o telenotícies perquè m'interesso per allò que passa al món. [Ludwig. GD3]

3. Varietat d'oferta pel que fa als continguts:

Das es für Personen aller Altersklassen etwas gibt. Que hi ha coses per a persones de totes les edats. [Olaf. GD3]

Dass ich fast alles was mich interessiert auf irgendeinen Sender finde.
Que puc trobar gairebé tot allò que m'interessa en un o altre canal. [Dennis.
GD4]

4. Estona en família:

Pots passar estona amb la família. [Míriam. GD2]

En els grups de discussió, aquests aspectes reapareixen:

- Què us agrada de mirar la televisió?

X: divertir-me.

T: doncs que a vegades aprenc coses sense adonar-me'n i em diverteix.

U: a mi els documentals interessants.

- Per què?

U: per què? Doncs perquè aprenc.

T: el que he dit.

- Què aprens?

U: doncs per exemple, què és una micropartícula, què és un microàtom, per a què serveix l'arrel quadrada d'un triangle...

- I per què t'agrada aprendre aquestes coses?

U: no sé, m'és interessant. Tinc curiositat, mira...

X: perquè ell vol ser un superdotat, jo crec.

[Xesc, Tània, Unai. GD4]

Tot i el to irònic del Xavi cap a l'Unai, aquest fragment exemplifica el valor d'aprenentatge que té la televisió per a aquests infants. D'una banda, la Tània explica que apren coses "sense adornar-se'n", i de l'altra, l'Unai diu per què li agraden els documentals.

En algun cas l'interès pel mitjà també es genera per la proposta dels pares, com en el cas del Guim:

- Alguna cosa més [sobre per què veieu la televisió] a part de [per] distreure-us?

G: a vegades també per obligació.

- La mireu per obligació, la tele?

U: no.

G: no, però a vegades algunes notícies... doncs me les fan veure.

- I això, per què creus que és?

G: perquè sapiguem què passa, o això... [...] Em diuen “mira, mira això, vine que *no sé què*”, saps? Però no m’obliguen, però m’ho diuen... [...]

- I per què creus que ho fan, això, els teus pares?

G: perquè... volen que estigui... no sé, que sàpiga el què passa al món i tot.

- Per què creus que volen que ho sàpigues?

G: no sé...!

L: jo crec que pel dia de demà, pues o sigui estar informat del que...

U: del que passa.

L: si.

J: i perquè després els teus amics t’expliquen alguna cosa i tu no en tens ni idea.

L: també.

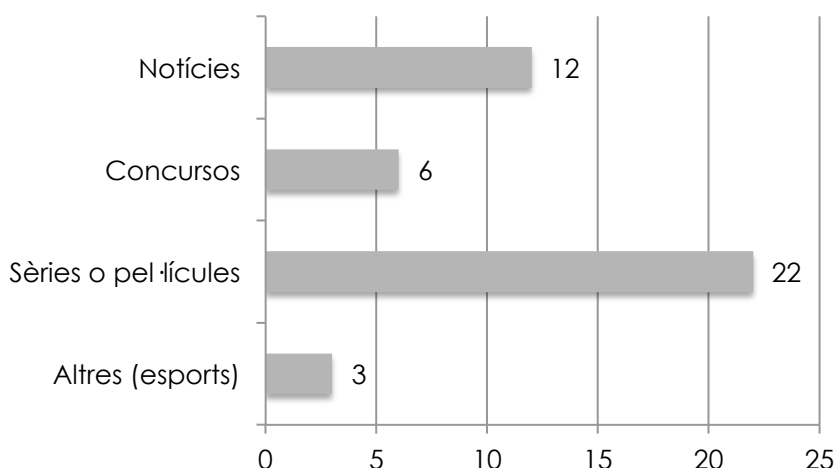
[RIUEN]

[Guim, Uma, Lluïsa, Jofre. GDB]

Els participants entenen que els pares els facin veure notícies per què és necessari – creuen – saber què passa al món. Com s’explicarà més endavant, això, i el fet de tenir conversa – com apunta el Jofre en aquest fragment – tenen molt a veure amb la importància que donen nens i nenes a estar informat (punt 5.5).

Pel que fa a les preferències relatives al gènere televisiu els entrevistats responen al qüestionari que majoritàriament miren sèries o pel·lícules (Figura 33). En segon lloc però a 10 punts de distància es situen les notícies, i en pocs casos es manifesten els concursos o altres tipus de gèneres, entre els quals s’han citat principalment esdeveniments esportius.

Figura 33. Preferències relatives al gènere televisiu.



A més de quins continguts els agraden més, els nens i nenes van discutir sobre si parlaven sobre aquests continguts televisius amb algú proper, família i/o amics, o a l'escola. Els resultats mostren que en parlen a vegades, especialment si es tracta de continguts que els agraden o que generen intriga.

L: [...] si és una cosa que no és gaire emocionant, doncs no en parlem, però si és una cosa que ens agrada, doncs si.

N: a mi em passa el mateix, perquè si et deixen amb la intriga, per exemple, parlem del què podria passar, o del què no, o del què ens sembla, de si ens agrada o si no...

[Lisbet, Núria. GD1]

- Und unterhaltet ihr euch dann danach darüber?

C: Nee, eigentlich nicht so, nur während des Films halt.

K: Beim Fußball schon.

D: Bei uns auch, denn jetzt beim Abstieg, mein Vater ist Gladbach-Fan und vor zwei Jahren war er da richtig... das war ganz schön witzig, aber sonst unterhalten wir uns zum Beispiel, wenn ein tolles Tor ist oder so was, aber wir unterhalten uns nicht sehr beim Fernsehen.

L: Ja, also wir reden manchmal während des Films ein bisschen.

- I en parleu?

C: No, en realitat no, només durant la pel·lícula.

K: Durant el futbol si.

D: Nosaltres també, ara amb el descens, el meu pare és seguidor del Gladbach i fa dos anys estava així... això va ser divertit, però normalment en parlem per exemple quan hi ha un bon gol o així, però no parlem massa quan mirem la tele.

L: Si, nosaltres parlem a vegades durant les pel·lícules una mica.

[Claudia, Klaus, Dennis, Laura. GD4]

G: quan veiem partits de futbol.

P: quan veig la tele amb el meu pare, comento una mica i així...

I: algunes notícies així... que surten al telenotícies com que són... bueno totes són importants, però alguna que és molt... molt, molt greu... llavors a vegades a classe.

[...]

X: el dia de les eleccions també.

G: però a vegades se'm fa avorrit veure el telenotícies.

X: però les sèries que jo miro, per exemple al Disney Channel, els meus pares no volen que les miri, doncs no ho comentem.

[Gerard, Pol, Ignasi, Xesca. GD2]

Pel que fa a les notícies, s'observa que en parlen quan les consideren molt importants, o també quan hi ha alguna cosa que no entenen, i llavors busquen la mediació d'un adult a casa o de l'escola.

J: a la meua mare no li agrada Disney Channel i m'ho comenta.... i a les notícies jo pregunto coses que no entenc o així.

X: jo a vegades quan potser miro un partit de futbol o alguna cosa, quan s'acaba amb el meu germà dic: "ai doncs quin *golàs* que ha fet" o coses d'aquestes...

O: jo comento les portades, o notícies que m'agraden, per exemple: surt un nou mòbil que no fa falta cables per carregar-lo i no sé què. Doncs ho comento.

[Judith, Xesc, Oliver. GD4]

La televisió resulta atractiva per diferents i molts motius, i en el punt següent recollim el seu interès com a transmissor de la informació d'actualitat.

5.3 Reconeixement i comprensió dels temes de les notícies

Un dels objectius de crear un grup de discussió de control (en el que els participants no eren espectadors habituals dels informatius infantils) era veure si els espectadors habituals dels noticiaris per a nens i nenes estaven més familiaritzats amb l'actualitat informativa que els que no. Els resultats de la recerca no són concloents en aquest aspecte. Hi ha algunes diferències entre grups, però – com es detalla a l'apartat de limitacions de la recerca, a les conclusions – caldria realitzar una investigació molt més concreta per aportar dades al respecte. Sí que es pot, no obstant, extreure alguns indicis de que els informatius infantils influeixen en la concepció de l'actualitat informativa de nens i nenes, a més d'establir també quins altres factors contribueixen a construir aquesta noció d'actualitat.

L'estructura de les sessions presentava un element gràfic relacionat amb un tema o personatge d'actualitat, del que després es visualitzava primer una peça de telenotícies convencional, el dedicat al públic adult, i, posteriorment, una altra de l'informatiu infantil. A partir d'aquest procediment els nens i nenes van parlar del seu reconeixement i comprensió dels temes de les notícies.

En el cas català, en el grup de discussió d'espectadors habituals de l'*Info K*, a partir de la fotografia només hi ha un participant [Joan. GD1] que reconeix els personatges, i afirma que ha sentit que han guanyat un premi a la ràdio. En l'altre grup, en canvi, hi ha més participants que reconeixen els personatges:

M: jo crec que el de la barba aquest és cuiner. Crec que té un germà...

P: si, el que està al seu costat, aquest, el de la dreta crec que és el seu germà.

M: si, es diu Jordi no sé què, va sortir a *MasterChef* i em sona un *montón*.

X: el del mig és el germà del de la dreta.

- Us sonen, no? Però sabeu qui són?

M: si, no sé si són cuiners. És que a *MasterChef* sortien.

P: si, són cuiners.

G: a més, allà es veu que darrera està ple de cuiners.

- Van ser notícia la setmana passada. Us imagineu per què?

G: van inventar un menjar.

P: ah si, si, 50 aniversari?

- On ho heu vist? La Míriam ha dit a *MasterChef*...

X: a mi no em sona.

P: a les notícies. Per algun premi o algo...

[Míriam, Pol, Xesca, Gerard. GD2]

En aquests casos, els participants que no són espectadors habituals de l'informatiu infantil reconeixen més aviat els personatges d'actualitat que no els que sí que ho són. El desencadenant és que una de les participants [Míriam. GD2] els ha vist en un altre programa (*MasterChef*, RTVE). Un altre nen [Pol. GD2] també els reconeix i afirma que els ha vist a les notícies perquè han rebut "algun" premi.

Pel que fa a la comprensió dels temes de les notícies s'observa un abans i un després del visionat de la notícia de l'*Info K*. I és que, primer, la peça del *Telenotícies* de TV3 és entesa per nens i nenes:

[NOTÍCIA G: VÍDEO TN "GERMANS ROCA"]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?

C: de com els premis de restaurants, els germans Roca...

R: que hi ha varia gent que ha guanyat premis... em sona molt el nom Adrià, el cognom crec que és de Ferran Adrià... hi ha una persona que ha guanyat dos premis de dos restaurants diferents.

C: els germans Roca van guanyar també el 2013 i el 2014 no perquè va guanyar un altre.

N: i crec que no és molt important però mentre sortien els germans Roca anaven dient que al seu restaurant no utilitzen més gent sinó que un és el xef, l'altre el president, l'altre era el sommelier aquest, i després que em sembla que cada any es va fent a diferents llocs, perquè aquest any s'ha fet a Londres, i ha dit que l'any vinent es faria a Nova York.

- Què us ha agradat d'aquesta notícia? De com està explicada...

[SILENCI]

- Creieu que s'entén bé?

TOTS: si, si.

- Què us ha agradat? O com ho faríeu perquè estigués explicada millor encara?

[SILENCI]

- Utilitzaríeu alguna cosa per explicar-ho millor?

R: no, ja s'entén bé.

[Carles, Ramon, Núria. GD1]

Després del visionat del mateixa tema a l'*Info K*, és quan sorgeixen idees de per què és més adequada per a ells:

[NOTÍCIA H: VÍDEO INFO K "GERMANS ROCA"]

- I ara? Què heu entès?

C: que des de petits quan tornaven de l'escola se n'anaven a un restaurant que es deia Roca dels seus pares i es passaven allà tot el dia fent de cambrers, fent deures, veient la tele... i al 1996 van fer el seu propi restaurant i fins ara.

J: jo he entès més o menys el mateix, però aquí he vist com més informació i explicat més com per a nens.

- D'acord, i això t'agrada o no t'agrada?

J: si, perquè per exemple en l'altra alguna persona pot veure-ho i no entendre el què diu i aquí, en canvi, ho explica molt bé.

- Què vol dir que ho explica molt bé, per a tu?

J: doncs que fa servir paraules menys... menys cultes, diguem...

R: jo crec que no és que ho expliqui més bé si no que explica una altra informació més fàcil d'entendre.

- Explica una altra informació?

R: si, com lo de com van aprendre a cuinar, i què pensen els seus fills i tot...

- Vols dir que expliquen més informació?

R: si, més detalls.

L: jo aquesta notícia l'he entès més bé que l'altra perquè l'altra és més... com per a adults.

- I què vol dir que és més per a adults? En què ho veus això?

L: *hmmm...* a lo millor els premis, que aquí és més... per nens.

N: a mi m'ha agradat més aquesta que l'altra perquè els telenotícies hi ha vegades que posen paraules que són més cultes que per a nosaltres són més difícils. I clar pels adults... o sigui ho entenen a la primera però nosaltres encara no. I en canvi a l'*Info K* se'ns fa més fàcil. A part, com que fa gestos amb les mans, no sé...

A: jo he entès més coses també perquè el vídeo anterior [TN] era només una petita part d'aquest vídeo [IK]. Perquè aquest vídeo [IK] és el mateix però té més informació.

- I per què creus que has entès més coses?

A: [PENSA]... no sé...

R: jo crec que he entès més perquè la notícia aquí m'ha aportat més, m'ha.. no sé com explicar-ho, m'ha interessat més perquè no fa servir tantes paraules, l'altra m'ha confós una mica però aquesta m'ha interessat més i m'ha sigut més fàcil d'entendre.

- I per què creus que t'ha interessat més?

R: per les informacions, pels detalls.

[César, Joan, Ramon, Lisbet, Abel. GD1]

En l'altre grup la discussió ja se centra d'entrada en els aspectes que no els agraden de les notícies per a adults:

M: és que les notícies no m'agraden. No agraden molt als nens però bueno.

X: a mi no m'ha agradat.

G: no m'ha semblat molt interessant.

[...]

X: és que diuen paraules que els nens... els pares vale, ho entenen, i els adults, però els nens? Diuen paraules que no entenen... que els nens no saben...

P: fer-ho més alegre. Tots estan [IMITA CARA SERIA].

M: les notícies són així, no poden disfressar-se de pallasso!

[Míriam, Xesca, Gerard, Pol. GD2]

Aquestes idees es reforcen després del visionat del mateix tema tractat per l'*Info K*:

I: per a mi l'*Info K* ho explica molt millor que per exemple el TN.

G: hem entès més coses.

- Què us ha agradat?

G: la manera que expressen.

- Com és aquesta manera?

G: doncs per a nens, perquè ho entenguin millor, perquè no se'ls faci pesat.

[...]

M: per això, perquè diu bromes i per exemple a TV3 estan asseguts allà i aquí caminen... és com un teatre.

X: allà estan seriosos i aquí rient.

[Ignasi, Gerard, Míriam, Xesca. GD2]

En el cas alemany els participants dels dos grups de discussió reconeixen el tema de les fotografies de seguida i saben perfectament de què es tracta. Del discurs de les dues sessions realitzades a Berlín es desprèn que l'afectació personal de les famílies alemanyes per aquest fet social – la vaga dels conductors de trens – ha influït molt més en el coneixement del tema per part dels nens i nenes que no pas en qualsevol dels altres casos.

M: Ja, ich fahre mit der S-Bahn, aber zum Glück fährt der Bus die gleiche Strecke, aber mit dem Bus geht es noch länger...

H: Also, ich fahre immer mit dem Bus zur Schule, aber ich weiß es trotzdem, weil mein Vater immer mit der S-Bahn fährt.

A: Also, ich fahre mit der S-Bahn zur Schule, das ist eigentlich ganz gut, weil es ist nur eine Station, und als es gestreikt hat, habe ich angefangen, mit dem Fahrrad hinzufahren.

L: Ich fahre meistens mit der S-Bahn hin und wenn es streikt oder mal ausfällt oder so, dann fahr ich oft mit dem Fahrrad und manchmal mit dem Bus.

M: Si, jo vaig amb la S-Bahn, però per sort l'autobús fa el mateix recorregut, però amb el bus trigo més...

H: O sigui, jo sempre vaig a l'escola amb bus, però ho sé de totes maneres, perquè el meu pare sempre agafa la S-Bahn.

A: Jo vaig a l'escola amb la S-Bahn, i em va molt bé, perquè només és una parada, i amb la vaga doncs vaig començar a venir en bici.

L: Jo normalment vinc amb la S-Bahn i quan hi ha vaga o a vegades no n'hi ha o així, doncs llavors en bici o amb el bus.

[Maia, Helena, Adam, Ludwig. GD3]

C: Der Streik von der Deutschen Bahn.

K: So wie immer, eigentlich, also bei mir ist es richtig oft dass er fünf Minuten oder 10 Minuten später kommt. Oder letztthin sind wir mit zwei Zügen gefahren.

D: Ich muss auch immer auf die S-Bahn warten.

C: La vaga de la Deutsche Bahn.

K: Com sempre, més o menys, en el meu cas almenys passa sovint de que ve cinc o deu minuts tard. O últimament hem hagut d'agafar dos trens.

D: Jo també sempre l'he d'esperar, la S-Bahn.

[Claudia, Klaus, Dennis. GD4]

N'han parlat a casa perquè moltes famílies s'han vist afectades per aquesta vaga, i quan se'ls pregunta on han vist les imatges afirmen també haver-ho vist a les notícies. Un participant [Ludwig. GD3] fins i tot especifica que ho ha vist a la *Tagesschau* i a *Logo*. En aquest context, els espectadors habituals de *Logo* identifiquen el que no els agrada de la notícia de l'informatiu adult ja abans de veure el tema explicat pel noticiari infantil, i fins i tot hi fan referència:

L: Ich habe alles verstanden, aber Tatsache ist... ich glaube, es ist auch klar, dass die Tagesschau ja eher eine Nachrichtensendung für Erwachsene ist, und es gab ja auch zwei oder drei Sendungen von Logo, wo dann irgendwie das drin stand, und da war es so, dass sie das ganz anders erzählt haben...

[...]

M: Ja bei Logo machen sie das mit dem Bild und so und die erklären dann ein bisschen, wer da ist.

L: Ja, mit diesen Figuren.

M: Ja genau. Und hier weiß man manchmal zum Teil nicht sooo wer das ist jetzt...

L: Jo ho he entès tot, però el fet és que... crec, que està clar, que la *Tagesschau* és més aviat un programa de notícies per a adults, i també hi va haver dos o tres programes de *Logo*, on també en van parlar d'alguna manera, i allà ho van explicar de manera molt diferent ...

[...]

M: Si, a *Logo* fan allò dels dibuixos i així i ho expliquen una mica, qui hi surt.

L: Si, amb les figures aquelles.

M: Si, això mateix. I aquí a vegades no se sap gairebé massa qui és que surt...

[Ludwig, Maia. GD3]

Un altre fil de discussió és el de la llargada de la notícia a l'informatiu adult, que veuen com a repetitiu:

K: Vielleicht auch, weil die zu lange ist... [...] es wird ja sehr viel gesprochen, obwohl es sich fast alles wiederholt, also... was die einzelnen Personen sagen.

D: Eigentlich könnte man auch sagen, die GDL streikt, weil sie mehr Geld bekommen wollen und dann ein Interview und dann schon zu Ende. Dass man es ganz lange macht und verschiedene Personen interviewt, die eigentlich ja alle das Gleiche gesagt haben.

K: Potser també perquè és massa llarga... [...] parlen molt, tot i que gairebé tot es repeteix, o sigui... el que diuen cadascuna de les persones.

D: En realitat també podrien dir, la GDL fa vaga, perquè volen més diners i llavors una entrevista i llavors ja que s'acabi. Que que ho facin tan llarg i que entrevistin diferents persones, que en realitat totes han dit del mateix.

[Klaus, Dennis. GD4]

Després de veure el mateix tema explicat per *Logo*, els nens i nenes coincideixen en què s'entén millor, que utilitzen paraules més

adequades, i també els dóna la sensació de que en aquesta peça hi ha més informació, més detalls:

L: Also, ich hab mehr verstanden, weil mit den Bildern und mit den Zeichen, die sie eingesetzt haben, sie sozusagen die Politiker nur mit dem Gesicht gezeigt haben, weil vom Gesicht her erkennt man eh keinen und wenn sie den Namen sagen, die meisten Kinder den eh nicht kennen. [...]

M: Da wird es klarer, die wollen das, die wollen das nicht, oder auch wie... wenn es jetzt um andere Themen geht, jetzt zum Beispiel mit den Ausländern oder so, warum das Ganze jetzt so ist oder so... dann ist es irgendwie... klarer. [...]

A: Ich wollte noch sagen, davor waren die Reden der Politiker drinnen und die habe ich kaum verstanden, und die [Logo] haben sie rausgenommen und es so erklärt. Und ich versteh es auch besser mit diesen Zeichen, weil man weiß dann wirklich, was sie wollen und nicht nur, was sie sagen sondern was sie genau wollen.

L: O sigui, jo he entès més coses, perquè amb els dibuixos i símbols que posen... i els polítics només els han ensenyat de cara, perquè de cara tampoc es reconeixen i si diuen el nom la majoria de nens tampoc els coneixen. [...]

M: Aquí queda més clar, aquests volen això, els altres no ho volen, i també com... si parlen d'altres temes, per exemple amb estrangers o així, perquè tot és com és i així... doncs d'alguna manera és més... clar. [...]

A: Jo també volia dir que abans han posat els discursos dels polítics i jo gairebé no els he entès, i ells [Logo] els han tret i ho han explicat tal qual. I així ho entenc millor, amb aquests símbols també, perquè així se sap de veritat què volen i no només el que diuen sinó exactament el què volen.

[Ludwig, Maia, Adam. GD3]

K: Ja, ich glaube, da kam sogar mehr Information, obwohl es kürzer war, und da wurden auch mehr... nicht so viele Interviews sondern einfach so gesagt, dass sie zerstritten waren.

D: Ja, so kurz und knapp was man braucht. Nur das Wichtige, ich würde jetzt nicht zehn Minuten über das gleiche Thema reden, sondern 2-3 Minuten, schnell erzählt, verstanden und fertig.

K: Und sie haben auch mit Zeichen gearbeitet, also jetzt, wenn sie nicht arbeiten, da war jetzt so ein Kreuz, und da kann man es sich viel besser merken.

K: Si, jo crec que fins i tot hi havia més informació, encara que fos més curt, i també hi havia més... no hi havia tantes entrevistes sinó que ho deien directament, que estan enfrontats...

D: Si, així curt i directa el que cal saber. Només l'important, jo no parlaria deu minuts del mateix tema, sinó així 2 - 3 minuts, explicat ràpid, entès i acabat.

K: I ells també han treballat amb símbols, així quan estan de vaga, hi havia com una creu, i així te'n pots enrecordar millor.

[Klaus, Dennis. GD4]

En les discussions posteriors a la visualització de les notícies pròpies dels informatius infantils (que no són temes dels telenotícies convencionals), nens i nenes s'expressen positivament envers aquests temes, que els són més propers. Manifesten el seu interès per aquestes notícies, i perquè es tingui en compte la seva opinió:

N: a mi em sembla que els importa molt la opinió dels nens perquè si no... no sé com dir-ho. Els importa la opinió dels nens perquè han sortit nens donant la seva opinió sobre el que els hi ha semblat la Pilarín Bayés, i això m'agrada molt perquè és com que et tenen en compte.

[...]

R: jo crec que m'agrada més l'*Info K* perquè et sents més identificat, perquè sempre parlen amb els nens, donen la seva opinió i tot.

[Núria, Ramon. GD1]

O: Und ich fand es auch gut, dass sie verschiedene Lebensverhältnisse dargestellt haben, in den verschiedenen Ländern. Sie versuchen, es alles so zu erklären, dass es auch Sechsjährige schon verstehen, durch die Bilder kann man es sehr leicht verstehen.

O: I a mi també m'ha agradat que han presentat diferents models de vida, en diferents països. Intenten explicar-ho tot d'una manera que també ho puguin entendre els de sis anys, amb els dibuixos es pot entendre molt fàcilment.

[Olaf. GD3]

K: Ich finde, bei diesen Nachrichten kann man sich viel mehr merken, weil fast das Gleiche erzählt wird, aber kürzer und auch besser dargestellt, halt mit Zeichen.

K: A mi em sembla que amb aquestes notícies te'n pots enrecordar de moltes més coses, perquè expliquen gairebé el mateix, però més curt i més ben presentat, així amb símbols.

[Klaus. GD4]

5.4 Els programes informatius

La reflexió que durant les sessions van fer els participants sobre els temes de les notícies i sobre els diferents formats en que se'ls van presentar va propiciar una discussió entorn als programes informatius de gran interès.

Dels telenotícies convencionals, els nens i nenes entrevistats en general els troben avorrits tot i que creuen que poden servir per informar-se o aprendre alguna cosa:

J: a mi em semblen una mica avorrits però poden servir per informar-se.

C: a mi em semblen avorrits però pots aprendre coses.

R: jo crec que, alguna vegada que els veig, més que avorrits són depriments. Perquè males notícies, després males notícies, una mica de política, una mica de futbol, males notícies...

N: a mi em passa el mateix però jo no li dic depriment... bueno, una mica si, perquè sempre passa el mateix, males notícies: un terratrèmol, un tsunami... hi ha moltes males notícies, et poses súper trist.

L: jo crec que veure les notícies està bé, però veure tant les notícies d'adult et deprimeix.

[Joan, César, Ramon, Núria, Lisbet. GD1]

K: Der Ton ist manchmal langweilig.

K: El to és avorrit de vegades.

[Klaus. GD4]

Els nens i nenes establien comparatives que plasmen els seus punts de vista respecte a les notícies:

J: que les de l'*Info K* estan fetes per a nens, i les dels telenotícies estan fetes per a adults. Es veu en la manera que tenen de parlar, en com són les frases, les paraules...

A: a part del que ha dit el J., perquè els telenotícies hi ha coses de més adults que potser nosaltres no podem veure.

N: i també als telenotícies s'enrotllen moltíssim per un tema i després a l'*Info K* donen una informació més divertida i que entenem millor. Que no al telenotícies que s'enrotllen i no entenem res.

[Joan, Abel, Núria. GD1]

G: si, perquè a TV3 o on sigui està explicada pels adults amb el llenguatge dels adults i aquí a l'*Info K* és més infantil.

X: que a l'*Info K* és més infantil. Els altres estan asseguts en unes cadires o unes taules, comencen a parlar moltes vegades a l'hora, no entens res...

M: a l'*Info K* és més curt i no es fa més pesat, i a l'altra al revés i per exemple aquí, a l'*Info K* t'explica en pocs minuts moltes coses i a TV3 o on sigui a les notícies està mitja hora tot el dia explicant el mateix.

P: amb un tema es passen a lo millor 15 minuts i es fa molt pesat i van repetint tota l'estona.

G: aquí a l'*Info K* ho resumeixen tot, i per exemple això dels avis ho han dit així i a TV3 o La1 haurien estat 20 minuts explicant tots els detalls. I aquí hi ha el presentador que és com més divertit.

M: i també a l'*Info K* diuen notícies que interessin als nens, perquè per exemple això no crec que sortís a notícies que són molt importants.

[Gerard, Xesca, Míriam, Pol. GD2]

L: Das gefällt mir, weil hier wird es eigentlich besser erklärt [als in der Tagesschau]. Also kindgerechter erklärt, einfacher zu verstehen.

O: Ja, und zwar im Grunde ist die Tagesschau ja eher für die Eltern, daher kommt sie auch später und dort werden auch Sachen gesagt, dazu braucht man Hintergrundwissen, und bei Logo... Logo ist ja extra für Kinder gemacht, und diejenigen, die an Logo sitzen, überlegen auch, was würden Kinder verstehen, was nicht...

L: Això m'agrada, perquè aquí ho expliquen millor en realitat [que a la *Tagesschau*]. Més adequat als nens, més senzill d'entendre.

O: Si, a més de base la *Tagesschau* és més per a pares, per això també la fan més tard i allà també diuen coses, pel que es necessita més coneixement de fons, i a *Logo*... *Logo* està fet expressament per a nens i nenes, i els que treballen a *Logo* també pensen què entendrien els nens, i què no...

[Ludwig, Olaf. GD3]

Pel que fa a la participació en els informatius, en la majoria de casos és nul·la. Ni comenten, ni hi juguen, ni participen en concursos. Només

en un cas un participant afirma que mira la web de logo.de per a fer alguns treballs d'escola [Olaf. GD3].

A partir de les converses els nens i nenes van fer propostes de millora i demandes per a que els agradessin més els programes de notícies, com per exemple:

- Utilització d'un llenguatge menys sofisticat
- La sobreimpressió en pantalla de conceptes poc clars o difícils d'entendre
- Més gesticulació dels presentadors, que sovint els sembla que estan palplantats

Els elements dels informatius infantils que millor valoren són:

- El vestuari informal dels presentadors
- El plató acolorit (el dels telenotícies adults el veuen massa seriós)
- Els nens i nenes reporters (*Inforeporters* o *Kinderreporter*)
- Que es posin exemples per explicar els temes, perquè així és més fàcil entendre'ls

Pel que fa als grups de control, és a dir, els formats per nens i nenes que no miren noticiaris infantils habitualment, quan se'ls pregunta què hauria de passar per a que miressin aquests programes responen:

X: potser els meus pares perquè no volen que miri la tele per les sèries i això, però potser si els hi dic que són unes notícies per a nens si que em deixen.

G: jo potser si que el miraria però si fan la sèrie *Castle* i fan això segueixo preferint *Castle*.

M: ho podrien posar en un altre canal a lo millor.

X: o si ho repeteixen.

[Xesca, Gerard, Míriam. GD2]

5.5 La importància d'estar informat

En general entre els participants dels diferents grups de discussió hi ha el consens de que és important estar informat. Alguns dels nens i nenes tenen una opinió clara pel que fa als motius pels quals és important, altres n'estan convençuts tot i que no saben explicar per què, i en algun cas també creuen que estar informat és important només per als adults.

Entre els motius que citen hi trobem un raonament molt pràctic, vinculat estretament a la utilitat de la informació per al seu dia a dia quotidià. Amb això, es poden establir quatre categories principals sobre els motius pels quals els nens i nenes participants consideren important estar informats:

1. Evitar l'estupidesa [Maia. GD3; Claudia. GD4]
2. Tenir conversa [Helena. GD3; Klaus. GD4]
3. Saber què passa
 - a. Malalties: Ebola [Olaf. GD3]
 - b. Vagues [Maia, Ludwig. GD3]
 - c. Guerres [Klaus. GD4]
 - d. Esports [Dennis. GD4]
 - e. Noves lleis [Olaf. GD3]
4. Serveis
 - a. Trànsit [Gerard. GD2]
 - b. Meteorologia [Lisbet, Ramon. GD1; Míriam, Xesca. GD2]

En les discussions, les categories apareixen barrejades, són idees que van sorgint, com en la conversa entre l'Abel, la Lisbet i la Núria:

A: si, jo crec que si [que és important estar informat], perquè... és... no sabria dir per què.

L: per exemple: tu no veus el temps, i demà tens pensat anar a la platja i plourà. No estàs informat, si plou, què?

N: a mi també em sembla important perquè... [...] Tu vius en aquest món i t'estàs informant sobre el que passa o el que no. Així que ja no som tan petitets com perquè ens doni igual, ja som una mica més grans, nosaltres, per saber i per analitzar les coses. [...] La meva opinió és que per demà, per exemple, ens podrà servir, saps?

[...]

A: perquè estar informat és algo... no sé... és un avantatge perquè si després veus al telenotícies expliquen algo sobre França i després a l'escola treballes França... doncs ja saps de què va.

[Abel, Lisbet, Núria. GD1]

L'interès personal i el tenir conversa també són motius per estar informat que anomenen els nens i nenes recurrentment, així com també el fet de no sentir-se estúpid o ignorant:

L: Also, es ist für mich wichtig, weil ich auch wissen will, was in der Welt passiert, eigentlich, weil es mich auch interessiert.

[...]

H: Ich glaube, damit sich man auch mit anderen darüber unterhalten kann.

M: Ja, und damit man auch weiß, wieso bestimmte Sachen so sind wie sie sind, zum Beispiel jetzt der Streik oder so. Einfach das man nicht total doof ist. [LACHT]

A: Ich finde auch wichtig, dass man auch weiß, was da passiert, mich interessiert es auch.

L: O sigui, per a mi és important perquè també vull saber el què passa al món, en realitat, perquè també m'interessa.

[...]

H: Jo crec que per poder-ne parlar amb altres persones.

M: Si, i també per saber perquè algunes coses són com són, per exemple ara la vaga o així. Simplement per no ser totalment estúpid. [RIU]

A: Jo també trobo important saber què passa, i també m'interessa.

[Ludwig, Helena, Maia, Adam. GD3]

D: Ich will ja informiert werden, wenn Deutschland Weltmeister geworden ist oder so was. [ANDERE LACHEN] Also ohne Information kann man ja gar nicht auskommen...

C: Ich glaube, man fühlt sich dann ein bisschen unwissend, ein bisschen dumm.

K: So kann man sich unterhalten, da muss man schon informiert sein.

J: Oder wenn ein neues Gesetz kommt oder so was, damit man weiß, was man machen darf.

D: Oder wenn eine alte Bombe entschärft wird, damit man es weiß und aufpasst und nicht ins Sperrgebiet kommt.

D: Vull que m'informin si Alemanya guanya el Mundial o alguna cosa així. [ELS ALTRES RIUEN] O sigui sense informació no es pot passar de cap manera...

C: Crec que llavors et sents una mica ignorant, una mica tonto.

K: Així pots conversar, llavors si que has d'estar informat.

J: O si apareix una nova llei o alguna cosa així, per saber què està permès fer.

D: O si s'ha de desactivar una bomba antiga, per saber-ho i vigilar, per no entrar a la zona d'exclusió.

[Dennis, Claudia, Klaus, Julia. GD4]

Aquestes discussions feien aflorar exemples de desgràcies o negatius, pel que en algun cas se'ls va preguntar si hi havia notícies de fets positius. Els nens i nenes van respondre amb exemples com les rebaixes, festes i celebracions i informacions de serveis com la inauguració d'una piscina.

P: rebaixes.

G: no sé, eh, per exemple quan informen de que a Ripollet han obert una piscina gratis durant una setmana perquè els nens es puguin banyar.

M: o per exemple quan és el Roser de Maig, aquí, doncs ho diuen els diaris, bueno a tot Cerdanyola, doncs t'informes de quines coses hi haurà.

[Pol, Gerard, Míriam. GD2]

Més enllà de la importància per a ells, nens i nenes, d'estar informat, també van discutir sobre la importància d'estar informat dels adults, en què les categories es repeteixen:

L: Es ist einfach wichtig, ja damit man weiß wenn Streik ist, mein Vater hat dann gedacht, „nein mit dem Auto fahre ich nicht, das wird ja der Horror“ und ist mit dem Fahrrad gefahren, und ist einfach früher raus.

L: Simplement és important per saber quan hi ha vaga, el meu pare va pensar "no, amb el meu cotxe no vaig, serà terrible" i va agafar la bici, simplement va sortir abans.

[Ludwig. GD3]

S'hi afegeix un motiu, i és que alguns adults necessiten la informació per la seva feina:

K: Ich glaube, es ist besonders wichtig für Erwachsene, weil je nach dem, was sie halt arbeiten, ist es schon wichtig zu wissen was so passiert. Weil es ja auch viele Leute für ihre Arbeit brauchen. Auch fürs Allgemeinwissen.

[...]

C: Ja, weil für Erwachsene soll es besonders wichtig sein, dass sie die Nachrichten mitbekommen. [...] Ich glaube wahrscheinlich auch wegen der Arbeit, oder ich glaube auch Erwachsene wollen auch wissen, was jetzt so los ist, oder wer das Fußballspiel gewonnen hat, oder manchmal gibt es ja auch so Texte in den Zeitungen, und da sind sie darauf gespannt.

K: Oder wenn man jetzt einen Hund hat und jetzt dieses neue Gesetz, dass man den an der Leine haben muss jetzt also in Deutschland... Das wurde jetzt nicht so oft erwähnt, aber das muss man ja schon wissen, wenn man einen Hund hat. Oder auch zum Mindestlohn oder so was.

K: Crec que és especialment important per als adults, perquè segons la feina que tinguin, és important saber el què passa. Perquè moltes persones també ho necessiten per a la seva feina. També per la cultura general.

[...]

C: Si, per als adults ha de ser especialment important, assabentar-se de les notícies. [...] Crec que segurament també per la seva feina, o també crec que els adults volen saber el que passa, o qui ha guanyat al futbol, o a vegades també hi ha aquests textos al diari, i estan ansiosos per llegir-los.

K: O quan tens un gos i ara hi ha aquesta nova ordenança que l'has de dur amb corretja a Alemanya... Això no ho han explicat gaire, però s'ha de saber, si tens un gos. O també sobre el salari mínim i coses així.

[Klaus, Claudia. GD4]

En un dels grups un nen va vincular la importància d'estar informat amb la responsabilitat ciutadana en una democràcia:

R: per saber informació que habitualment tu no pots saber... de política, tu no pots saber el percentatge de gent que ha votat a tal partit polític. Doncs les notícies t'ho poden dir i tot això.

- I per què és important saber això?

R: perquè és important per saber qui has de votar perquè és una responsabilitat molt gran, també, qui serà el president.

- Per què és una responsabilitat molt gran?

R: perquè d'això dependrà... perquè per això, podria passar que una persona fos president, canviés alguna cosa... o fes alguna cosa dolenta o bona... I... o potser no.

[Ramon. GD1]

En aquest mateix context de les discussions és quan un participant va suggerir que per als nens i nenes no era important estar informat:

G: jo crec que a nosaltres encara no ens fa falta, perquè encara som petits. Crec que mentre ho sàpiguin els grans... nosaltres a partir dels 15 o 16 si però ara...

X: hi ha coses que potser si que pots saber tu, i els pares pues altres coses.

G: si a tu t'agrada doncs si, però si no t'agrada no cal.

X: altres coses si les saben els adults doncs no cal.

- I a partir dels 15, G, si que creus que cal?

G: bueno, 15, 16 o 18, quan tu creguis.

- I per què llavors si que cal?

G: perquè ja et fas més gran i ja comences a viure sol, ja no et porten tant els pares. Tu ja vols ser com independent, perquè vols viure sol ja.

[...]

X: o sigui si els pares ho saben, com tu saps que ho saben, doncs ja no fa falta, però quan siguis més gran hi ha coses que els pares no saben però que tu si vols estar informat.

[Gerard, Xesca. GD2]

En aquest exemple, el Gerard i la Xesca vinculen el fet d'estar informats a la independència respecte als pares, a la seva autonomia com a ciutadans. La reflexió que fan demostra que encara no busquen aquesta independència, però que són conscients de que algun dia la voldran i que llavors, per a ells, estar informat serà un pas important per assolir-ho. També resulta rellevant que descriuen aquest pas com a un acte voluntari ("quan tu creguis"). Sembla que per a alguns, aquest moment ja ha arribat, com per a la Claudia, que creu important tenir una opinió pròpia:

C: Ich glaube, es ist wichtig, eine eigene Meinung zu haben. Weil es kann ja auch sein, dass die Eltern es auch falsch verstehen, weil die Eltern die wissen ja nicht alles und... ich finde schon wichtig, dass man eine eigene Meinung hat.

C: Crec que és important tenir una opinió pròpia. Perquè també pot ser que els pares ho entenguin malament, perquè els pares tampoc ho saben tot... jo si que trobo important tenir una opinió pròpia.

[Claudia. GD4]

Així doncs, la majoria de nens i nenes que discuteixen en aquest bloc es mostren convençuts de que estar informat és important, tant per a ells com per als adults.

5.6 Hàbits de consum mediàtic familiar

El bloc sobre hàbits de consum mediàtic familiar pretén crear un mapa construït a partir de l'experiència explicada pels mateixos nens i nenes sobre quins mitjans de comunicació tenen presència en la seva vida quotidiana. Això demostra a quins mitjans donen més importància, fet que resulta més rellevant per a la recerca que obtenir dades sobre el consum mediàtic familiar real, pel que hagués la tècnica de l'enquesta hagués proporcionat dades més adients. Els resultats mostren no només quins hàbits de consum mediàtic familiar tenen els infants entrevistats, si no també quina postura adopten envers aquests hàbits.

Canals de televisió

Pel que fa a la televisió, les més vistes a les llars dels participants en els grups de discussió són les grans generalistes en els diferents països. Quan se'ls pregunta sobre les diferències entre els noticiaris dels diferents canals, la majoria indiquen que el contingut és el mateix, però que la manera que tenen d'explicar les notícies és el que canvia:

C: jo crec que expliquen lo mateix però de diferents maneres. Jo què sé, per exemple a LaSexta ho fan com més gracios.

N: a mi em sembla que totes expliquen el mateix, perquè jo vaig canviant de canal i ho expliquen de diferents formes, però és lo mateix.

[César, Núria. GD1]

G: hi ha alguns que estan en castellà i alguns que estan en català. [...]

M: tu poses un canal de notícies, veus el que estan fent, canvies, a lo millor estan fent una altra cosa però després segur que passen el mateix, a lo millor amb unes altres paraules però el mateix.

[Gerard, Míriam. GD2]

En un cas també s'apunta a la diferència de continguts de la televisió regional:

D: Im ARD und ZDF, sie machen glaube ich, Nachrichten zusammen, da bin ich mir nicht sicher, da finde ich es ganz gut. Wenn ich zum Beispiel RBB gucke, da sind Unterschiede, weil RBB macht ja nur Berlin-Brandenburg. Ich finde RBB eigentlich besser als ARD und ZDF, weil dort sieht man was über die Region, was halt bei uns selbst passiert, und bei der ARD ist es dann halt Zufall, ob mal was aus Berlin kommt oder überhaupt was aus Deutschland. Und dort kommt halt nur was aus Berlin oder Brandenburg.

D: A ARD i ZDF, crec que fan notícies junts, no n'estic segur, ho trobo molt bé. Quan miro RBB (Rundfunk Berlin-Brandenburg) per exemple, hi ha diferències, perquè RBB només fa Berlin-Brandenburg. Trobo que RBB és millor que ARD i ZDF, perquè mostra coses sobre la regió, el què passa a casa nostra, i a ARD és coincidència si alguna vegada surt algo de Berlin o Alemanya. I allà [a RBB] només fan notícies de Berlin oder Brandenburg.

[Dennis, GD4]

Per al Dennis el factor de proximitat de les notícies és important a l'hora de valorar els continguts dels diferents canals que miren a casa.

Diaris

La relació dels infants amb els diaris és més distant que amb la televisió. Alguns dels nens i nenes entrevistats agafen el diari “quan s'avorreixen”, la majoria saben si els seus pares en llegeixen i alguns els noms de les capçaleres que consumeixen:

J: jo d'esports.

L: a vegades si m'avorreixo molt agafo el diari...

N: jo *El Mundo*...

A: quan tinc temps lliure i no m'assabento del que passa.

C: jo més aviat les revistes però diaris... l'As...

J: jo a vegades quan anem pel carrer parem al quiosc i em compro *El Mundo Deportivo*.

[Joan, Lisbet, Núria, Abel, César. GD1]

M: Jo a *Tot Cerdanyola*, que és com una revista, jo veig només el que passa al bàsquet d'aquí de Cerdanyola, si ha guanyat, i veig el que passa, va sortir que van fitxar una del Cerdanyola per a la selecció i tot això. I algunes altres revistes que expliquen pel·lícules, no sé com es diu, doncs m'agrada la sopa de lletres. [...]

L: [jo] poques vegades.

- I els pares llegeixen diaris?

X: els meus pares tenien uns cupons de l'*Ara* i cada dia el compraven però ara com tenen l'iPad instal·len l'aplicació de l'*Ara* i el llegeixen allà.

P: el meu pare el mira a l'ordinador.

- Saps quin mira?

P: no, però crec que és *El Periódico*.

M: el meu pare mira també *El Periódico*, el té al mòbil, i la meva mare el *Cuore*.

[Míriam, Ignasi, Xesca, Pol. GD2]

L: DIE WELT kompakt.

M: *Mein Vater liest die Süddeutsche und meine Mutter den Tagesspiegel. Und ab und zu gibt mir mein Vater - es gibt ja in der Süddeutschen so ein Kinderteil - den gibt er mir und ich lese den manchmal, aber nicht so oft.*

H: *Also, da ist ja manchmal ein Sudoku oder so und den gibt mir dann meine Mutter manchmal mir oder meiner Schwester.*

- In welcher Zeitung?

H: *Weiß ich nicht.*

A: *Bei mir liegt die manchmal und die blättere ich dann durch.*

O: *Also ich gucke meist bei meinem Vater den Tagesspiegel durch und guck ein bisschen rein.*

L: *DIE WELT kompakt.*

M: El meu pare llegeix la *Süddeutsche* i la meva mare el *Tagesspiegel*. A vegades el meu pare em dona – hi ha una part per nens a la *Süddeutsche* – aquest me'l dona i a vegades el llegeixo, però no massa sovint.

H: O sigui, a vegades hi ha un Sudoku o així i aquest me'l dona la meva mare a vegades o a la meva germana.

- A quin diari?

H: No ho sé.

A: A casa meva a vegades hi és [el diari] i el fullejo.

O: Jo miro amb el meu pare el *Tagesspiegel* i el miro una mica.

[Ludwig, Maia, Helena, Adam, Olaf. GD3]

D: Ich nehme immer den Tagesspiegel, blättere erst mal, und lese manchmal Artikel.

K: Ich lese nur, wenn wir eine kaufen, aber es ist nicht so oft, einmal in der Woche.

C: Mein Vater hat so ein Abo, die Zeitung liegt immer auf dem Tisch aber ich achte nicht so drauf, nur auf die Überschriften oder so.

D: Jo sempre agafo el *Tagesspiegel*, primer el fullejo, i a vegades llegeixo articles.

K: Jo només en llegeixo, quan en comprem un, però això no és massa sovint, un cop per setmana.

C: El meu pare té un abonament d'aquests, el diari sempre està sobre la taula però no m'hi fixo gaire, només en els titulars o així.

[Dennis, Klaus, Claudia. GD4]

Ràdio

Pel que fa al consum de ràdio, els nens i nenes el consideren ocasional, i el vinculen a moments molt concrets, especialment al anar en cotxe, tot i que especifiquen que normalment hi escolten música i no notícies.

X: jo quan vaig a esmorzar pels matins els meus pares han esmorzat i tenen la radio posada, Rac1, CatRadio i InfoCat [VOL DIR CATALUNYA INFORMACIÓ].

M: jo quan la meva mare neteja a la cuina encén la ràdio o a l'habitació i escolta música també.

G: jo quan vaig en cotxe a part d'escoltar música escolto notícies.

P: jo no l'escolto.

[Xesca, Míriam, Gerard, Pol. GD2]

H: Also manchmal im Auto.

L: Ich auch nur im Auto. Die Nachrichten eher nicht, eher Musik.

A: Ich auch Musik im Radio.

O: Ich mach manchmal das Radio wegen der Nachrichten an, aber meistens höre ich da Musik.

H: Alguna vegada al cotxe.

L: Jo també al cotxe només. Notícies més aviat no, més aviat música.

A: Jo també música a la ràdio.

O: Jo alguna vegada encenc la ràdio per les notícies, però la majoria de vegades hi escolto música.

[Helena, Ludwig, Adam, Olaf. GD3]

K: Ja, aber eigentlich nur wegen der Musik.

D: Eigentlich, da gibt's immer aus aller Welt was und auch einen Teil für Berlin-Brandenburg alleine. Das ist eigentlich das Beste. 104.6 RTL, der ist ganz gut, Spreeradio und so was. Ich hab mal ganz viele durchsucht und ich habe eigentlich keinen richtigen Lieblingssender.

C: Also, bei meinem Vater da läuft durgehend das Radio. Und bei meiner Mutter im Auto, da läuft immer Radio Berlin, glaube ich, und meistens nur die Musik.

O: Ich hör manchmal 104.6 RTL, aber nur für die Musik.

K: Si, però en realitat només per la música.

D: En realitat, sempre hi ha algo d'arreu del món i també una part per Berlin-Brandenburg sol. Això és el millor en realitat. 104.6 RTL, està molt bé, *Spreeradio* i algo així. Un cop vaig escoltar-ne moltes i no vaig trobar una emissora preferida de debò.

C: O sigui, el meu pare escolta la ràdio ininterrompudament. I la meua mare al cotxe, sempre escolta *Radio Berlin*, crec, i normalment només la música.

O: Jo escolto a vegades *104.6 RTL*, però només per la música.

[Klaus, Dennis, Claudia, Olga. GD4]

Internet i altres fonts d'informació

Durant les sessions també se'ls demanava si s'informaven a través d'altres canals com internet. En alguns grups van dir que no, en d'altres sí que la xarxa era una opció per a la cerca d'informació, també per fer treballs d'escola, i en altres també feien referència als pares o amics com a altres fonts per informar-se.

Alguns nens i nenes també van demostrar tenir coneixement d'algunes aplicacions on aconseguir informació sobre els seus temes d'interès, com poden ser el futbol o altres esports, algunes sèries de ficció o altres programes de televisió.

L: dels partits de futbol a vegades, a l'ordinador i a altres llocs, hi ha aplicacions que et diuen els resultats i això.

P: ah si, i les sèries també, quan no les veus les poses a l'ordinador.

M: jo, el programa *MasterChef*, que m'agrada molt, si me'l perdo te l'aplicació TVE o algo així, i ho veig.

[Ignasi, Pol, Míriam. GD2]

O: *Meist auf Google oder auf logo.de.*

L: *Wenn ich ein Referat halten und zu einem Thema was aufschreiben muss oder so, gehe ich meist auf Wikipedia.*

A: *Einmal bin ich auf logo.de gegangen und habe alle Sendungen durchgeklickt und was Interessantes gesucht.*

O: La majoria de vegades a Google o a *logo.de*.

L: Quan he de fer una presentació a classe d'algun tema i he d'apuntar alguna cosa o així, vaig normalment a la Wikipedia.

A: Un cop vaig anar a *logo.de* i em vaig mirar tots els programes i vaig buscar alguna cosa interessant.

[Olaf, Ludwig, Adam. GD3]

J: *Eigentlich höre ich es manchmal eigentlich nur von Freunden oder so was und gucke es gar nicht wirklich an sondern höre es einfach.*

- Und eure Familie?

C: *Mein Bruder weiß irgendwie immer alles, ich weiß nicht warum, aber er erzählt es dann immer, er ist jetzt 15.*

K: *Oder wenn man in eine Ausstellung geht oder so und es interessiert einen, dann halt auch und da schaut man auch [im Internet]...*

D: *Mein Vater... ich erzähl ihm manchmal, was in der Zeitung steht und er weiß immer schon alles, ich weiß nicht wie. Er guckt wahrscheinlich immer Nachrichten. Wahrscheinlich hört er Nachrichten im Radio oder er guckt fern. Aber sonst im Internet, das weiß ich gar nicht.*

J: En realitat ho escolto a vegades només d'amics o així i no m'ho miro realment sinó que simplement ho escolto.

- I la vostra família?

C: El meu germà d'alguna manera sempre ho sap tot, no sé per què, però sempre ho explica tot, ell en té 15.

K: O quan vas a una exposició o així i t'interessa, doncs llavors també i també ho mires [a internet]...

D: El meu pare... jo a vegades li explico, el que posa al diari i ell sempre ja ho sap tot, no sé com. Ell segurament sempre mira les notícies.

Segurament sent les notícies a la ràdio o mira la tele. Però a internet, això no ho sé.

[Julia, Claudia, Klaus, Dennis. GD4]

D'altra banda, quan parlen de la cerca d'informació a internet acostumen a fer ús de buscadors com Google, però no es fixen on els dirigeix. Aquest exemple ho mostra, quan en la discussió es parla de quines webs visiten per informar-se:

C: Ich merk mir die gar nicht. Man stürzt da drauf, wenn man auf Google zum Beispiel geht und da guckt man sich das an, was man spannend findet, die Überschriften und so.

C: No sé quines són. Hi arribes, quan per exemple vas a Google i mires el que trobes interessant, els titulars i així.

[Claudia. GD4]

Conclusions

The pressure to produce 'high quality', indigenous television programmes for children has to come from beyond children themselves and also from outside the industry, since 'high quality' (which can be defined in many ways, but they all usually involve additional expense) does not have a primarily commercial justification. It derives more from the discourse of children's rights.

Máire Messenger Davies, 2010.

A partir dels objectius plantejats per a aquesta recerca a continuació presentem les conclusions generals que es poden extreure dels resultats obtinguts.

1. Els tres informatius infantils analitzats donen prioritat a temes de Societat i una quarta part dels temes tractats pertanyen a l'agenda infantil.

Gairebé la meitat dels temes tractats a les *children's news* analitzades són temes de societat (43,4%), i l'altre gran focus es concentra en els temes de cultura i esports, que conjuntament s'enduen més del 30% de les notícies tractades. L'estructura de la graella dels informatius infantils mostra un clar predomini d'aquests temes, que són considerats *childfriendly*, mentre que només en pocs casos es tracten temes polítics (9,6%) o econòmics (1,3%).

Els tres programes coincideixen en aquest balanç, i també **en la concentració de temes de l'agenda adulta que és considerablement elevada** tenint en compte que aquests informatius estan pensats específicament per a nens i nenes. Es fa palès també en aquests espais l'adultocentrisme imperant en el contingut mediàtic informatiu (Feixa, 1999; Figueras i Mauri, 2010), afegit a que a més quan es transmet informació sobre infants majoritàriament són representats com a problemes (Davies 2010: 157).

Així, d'una banda, aquesta quarta part de temes de l'agenda infantil troben el seu espai en aquests programes, un espai que no tenen enlloc més i que per part de nens i nenes és considerat d'interès i necessari (Carter *et al.*, 2009; Narberhaus, 2013). Però de l'altra, és qüestionable que encara sigui només una quarta part i que la resta siguin notícies de l'agenda adulta. Potser la màxima dels editors de les notícies per a nens i nenes de que es pot parlar de tot però no ensenyar-ho tot propicia el tractament dels mateixos temes que els telenotícies convencionals.

Pel que fa a la concentració de temes, ***Logo* (ZDF)** és el que **presenta una distribució més equilibrada durant el mes analitzat**. L'informatiu alemany és **l'únic que tracta temes d'Economia**, i el que presenta més notícies de Política i Internacional. En aquest sentit, és el que es pot assimilar més als noticiaris adults, ja que explica qualsevol tema – adaptat a la seva audiència – de manera rigorosa i comprensible.

Per la seva banda, ***Newsround* (BBC)** es decanta pels temes de **caire més sensacionalista** durant el mes relatiu a la mostra. El fet de que l'edició sigui de menys durada (cinc minuts de mitjana) l'obliga a transmetre els temes en poc temps i a incloure menys temes en un mateix informatiu, pel que les notícies emeses són principalment temes de Societat, en la seva majoria d'Animals i Meteorologia (el noticiari no té secció específica per a El Temps, a diferència dels altres dos), i de Futbol. La narració d'aquests temes és sempre directa i menys explicativa que – per exemple – les notícies de *Logo*.

L'Info K (TVC) és el que tracta més notícies d'actualitat i concentra els seus temes en les seccions de Societat i Cultura, especialment a Estils i Música. És l'informatiu que tracta més notícies de l'agenda adulta (77,4%) i més notícies d'actualitat (81,3%). L'informatiu català es concentra principalment a explicar temes que considera especialment interessants per als nens i nenes, pel que poques vegades inclou a la seva escaleta notícies de Política i Internacional, i en cap cas durant el mes analitzat algun tema d'Economia.

D'aquestes característiques relacionades amb tractament de la informació i la distribució dels temes es desprèn que **els tres noticiaris tenen estils informatius diferents corresponents als**

diferents països. Tot i que no ha estat un dels objectius d'aquesta tesi analitzar aquests estils informatius respecte a les cultures periodístiques dels diferents espais geogràfics relatius a la mostra analitzada, és inevitable comparar-los i queda palès que les diferències culturals es manifesten també a les *children's news*, de la mateixa manera que ho fan a les notícies adultes.

2. *Newsround*, *Logo* i *Info K* compleixen la majoria d'elements de qualitat, dels quals destaquen àmpliament els criteris d'estimulació i de promoció de valors.

Els informatius infantils de la BBC, ZDF i TVC són programes que destaquen per la seva qualitat. Així ho corroboren també els nombrosos premis i reconeixements que han rebut a la seva tasca. La recerca demostra que la forma i el contingut dels tres noticiaris s'adscriuen al que hem definit com a elements de qualitat informativa de les *children's news*. En els resultats de la recerca destaquen àmpliament els criteris d'estimulació i de promoció de valors.

Un 36% de les notícies de *Newsround* presenta el criteri d'estimulació a partir de la informació. ***Logo* és el dels tres el noticiari que més fomenta la estimulació a partir de les notícies**, un 45,3% dels temes inclouen algun tipus d'estimulació, ja sigui a partir de la reflexió (pensament a partir de preguntes), de la imaginació o del coneixement entès com el descobriment de temes científics, polítics i socials, d'art i cultura, i el tractament d'aquests temes a partir d'activitats pedagògiques. Pel que fa a l'*Info K* un 35% de les notícies inclouen estimulació a partir de la informació d'algun tipus, la majoria (48 de 56 casos) corresponents a estimulació del coneixement. A tots tres informatius la majoria de casos d'estimulació apareixen en les notícies de Societat.

Els informatius infantils tenen tendències diferenciades respecte als valors que promocionen a partir de les notícies. L'informatiu anglès posa el pes en la promoció i respecte dels Drets Humans, l'afany de coneixement, els valors educatius, la responsabilitat, la identitat cultural, la convivència i el respecte pel medi natural o el medi ambient. *Logo*, per la seva banda, mostra una preferència clara pels valors educatius i especialment pels valors que promouen el respecte pel medi natural o el medi ambient. I l'*Info K* fomenta especialment

valors com l'afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat) i la identitat cultural.

Tot i això, la recerca ha detectat alguns punts relacionats amb els elements de qualitat que els programes haurien d'acabar de resoldre. És el cas de la participació, i és que **tot i que els diferents noticiaris promocionen la seva web com a espai per a la interacció amb el programa i de participació, molt pocs dels nens i nenes han afirmat interactuar-hi**. És més, la majoria dels participants en els grups de discussió van dir que no hi participaven mai i no hi van mostrar massa interès. Alguns hi havien entrat puntualment per un concurs. Tot i això, a partir dels comentaris d'espectadors a les webs i de la seva inclusió en l'emissió dels programes es dedueix que si que hi ha participació, i a més es pot considerar significant: "There are significant insights generated by young people in their (*Newsround's*) online chat that could inform efforts to engage young people in politics" (Carter i Allan, 2005: 80).

De la mateixa manera la recerca ha demostrat que **els diferents programes fan un esforç per contribuir positivament a la descodificació dels mitjans de comunicació** per als nens i nenes, amb la inclusió d'espais en què siguin ells i elles els que puguin fer de reporters de les notícies, l'explicació de com funciona el croma als platós de televisió (*Info K*) o la inclusió de referències per consultar què fer si les notícies els alteren (*Newsround*). En aquest sentit, els informatius infantils es poden considerar elements d'un entorn no formal que contribueixen a l'educació mediàtica dels més petits.

3. Els nens i nenes espectadors habituals dels informatius infantils mostren més interès per l'actualitat informativa que els que no són espectadors habituals.

Els participants en els grups de discussió que veuen notícies a casa, i els que han realitzat algun taller de ràdio, bloc, o diari a l'escola, s'interessen més per les notícies durant les discussions, proporcionen més idees de com els agradarien més i reivindiquen de manera més sòlida la importància d'estar informats. Si bé és veritat que la recerca no ha proporcionat dades clarament diferenciades entre els participants dels grups de discussió que són espectadors habituals dels informatius infantils i els que no ho són, s'ha pogut observar que hi ha

diversos factors que condicionen el seu interès per les notícies, molt especialment el seu entorn familiar i escolar. És a dir, la relació de nens i nenes amb els mitjans de comunicació i la informació influeix notablement en el seu interès per aquesta. En aquest sentit, es reforcen les tesis de David Buckingham i Cynthia Carter que afirmen que quan més estreta és la relació de nens i nenes amb els mitjans de comunicació, i també amb les notícies i els seus processos de producció, més interès tenen per aquests (Buckingham, 1997; Carter *et al.*, 2009).

Tot i no manifestar-se diferències significatives entre els espectadors habituals dels programes i els que no ho són, si que es pot afirmar que els que recorden haver vist els temes visionats durant les sessions a l'*Info K* o a *Logo* saben perfectament de què es tracta i també explicar-ho, i tenen la iniciativa de fer-ho. Així doncs, el visionat habitual d'informatius infantils no és l'únic factor ni el més determinant condicionant de la concepció d'actualitat que tenen els infants, però sí que és un factor que influeix aquesta concepció. L'educació mediàtica resulta crucial per a que aquesta influència sigui conscient i els missatges dels mitjans de comunicació no siguin consumits sense una actitud crítica i reflexiva (Masanet, 2015; Ferrés *et al.*, 2011; Masanet, Contreras i Ferrés, 2013), però, tal com han constatat recerques anteriors, l'educació mediàtica ha d'anar un pas més enllà, tenint en compte l'educació emocional, d'actituds i valors, una educació mediàtica basada no només en el coneixement, sinó també en l'experiència i l'actitud (Masanet, 2015).

4. Els nens i nenes més grans perceben aquests programes com a infantilitzats i manifesten el desig d'una televisió informativa juvenil.

La majoria d'espectadors habituals dels programes analitzats es consideren espectadors fidels, fa temps que miren el programa i, en general, els agrada com els expliquen les notícies. Alguns d'ells, no obstant, consideren que el to que empren els presentadors i reporters a vegades és massa "per a nens petits", infantilitzat. En un moment en què l'adolescència s'avança cada vegada a edats més primerenques (García Canclini, 2007; Piracón i Palma, 2010) és lògic que un producte audiovisual destinat a un públic d'entre 6 i 12 anys no pugui satisfer els gustos de tot el seu ventall d'espectadors.

Tant *Newsround* (el 2014) com l'*Info K* (el 2016) han fet un esforç en la seva renovació realitzant un canvi d'imatge cap a la modernització del producte, redissenyant logo i plató i renovant alguns elements gràfics i de la narració en la transmissió de les notícies. Tot i així, alguns dels espectadors que no miren habitualment aquests programes asseguren que és perquè consideren que els canals on s'emeten (CBBC i Super3) són per a nens i nenes més petits i que a ells ja no els agrada mirar-los. A això s'hi afegeix que a mesura que els nens i nenes entren a l'adolescència cada vegada estan més exposats a altres productes informatius per a adults, i no només això, també entren exponencialment en el món de la informació a internet i a les xarxes socials, l'inici a les quals se situa a l'edat de 12 anys (Fernandez-Planells *et al.*, 2016). En definitiva, als nens i nenes més grans se'ls obre progressivament tot un món amb accés a la informació infinit, en el qual el més difícil és destriar una informació de qualitat que els interessi.

En aquesta línia, **els nens i nenes participants manifesten la necessitat de productes informatius juvenils**. Les notícies per a adults encara els interessen relativament poc, consideren que el llenguatge i el format utilitzat és massa complex per a ells, i el format infantilitzat de les *children's news* el troben un punt ridícul, pel que existeix la demanda d'un producte informatiu entremig, prou fresc com per agradar a un públic juvenil, però que tracti temes d'actualitat de manera rigorosa i que els interessi.

Els grups de discussió catalans i alemanys constaten el que Carter *et al.* (2009: 35) ja havien conclòs amb la seva recerca amb nens i nenes del Regne Unit: la necessitat de proveir a nens i adolescents amb el servei de notícies crític i ambiciós que manifestament volen i es mereixen.

5. La televisió continua sent el mitjà preferit per a les notícies, i els hàbits de consum mediàtic familiar condicionen els de nens i nenes.

Els hàbits de consum mediàtic de nens i nenes estan marcadament influenciats per la seva vida familiar i quotidiana, en la línia del que afirma Pfaff-Rüdiger (2011). Si a casa el pare o la mare llegeixen diaris, és més fàcil que els nens i nenes els fullegin, perquè hi tenen accés.

Alguns dels entrevistats manifesten que senten curiositat no només per les pàgines específiques per a públic infantil que puguin incloure les capçaleres algun dia puntual de la setmana, si no també pels titulars o fotografies que hi puguin trobar. Alguns també utilitzen la premsa per la informació de servei que proporciona (per exemple, la programació televisiva o la cartellera), però és una primera aproximació que les criatures que viuen en entorns familiars en que la presència de diaris és inexistent no tenen opció de realitzar. Pel que fa a la ràdio la majoria d'infants l'associen amb música, i només amb informació quan van en cotxe. Pocs manifesten que s'informin a través de la xarxa, els que ho fan expliquen que consulten cercadors i webs com la Viquipèdia per realitzar treballs de l'escola. Algunes famílies tenen subscripcions digitals, i els nens i nenes reconeixen que el diari es pot consultar a través d'aplicacions al mòbil o a la tauleta.

Tot i l'evidència del creixent interès per part dels més joves per la xarxa, la televisió continua ocupant un lloc important en els seus hàbits de consum mediàtic (Fernandez-Planells *et al.*, 2016: 3). Els participants dels grups de discussió ho constaten pels casos alemany i català, i Carter *et al.* ja ho havien fet en la seva recerca publicada al 2009 per al cas anglès: "Television is children's 'favourite place for news'. 52% mentioned TV by itself as their 'favourite.' When TV plus another medium, e.g. 'TV and newspapers', was included, it was mentioned by 67%"(Carter *et al.*, 2009: 11).

6. Els nens i nenes participants es consideren ciutadans i creuen que és important estar informat, mostrant interès per les notícies.

Els nens i nenes participants en l'estudi també van demostrar un gran interès per les notícies, afirmant que creuen important estar informats tant del que passa prop de casa com del que passa arreu del món, i tant per als adults com per a ells mateixos. Tot i que alguns no sabien explicar ben bé el perquè de la importància d'estar informats, la majoria sí que trobava exemples concrets per a il·lustrar-ho, principalment de la seva quotidianitat, que anaven des de la informació de serveis fins a la meteorològica, però també, en alguna ocasió, es manifestava el desig de participar en la societat, pel que era necessari estar informat, i fins i tot una responsabilitat, citant el cas d'unes eleccions. Un altre motiu de pes per estar informat era no sentir-se

estúpid, el coneixement que aporta saber què passa i estar al dia, que a la vegada permet tenir conversa en els cercles socials propis a l'edat: família, amics i escola.

Aquest és un punt en comú als tres països que evidencia la necessitat de les *children's news*, com ja afirmen Carter *et al.* respecte als nens i nenes del Regne Unit: "The research provides strong evidence that most children see themselves as citizens even though they are not yet of the age where they have full citizenship rights, and consider themselves to be keenly interested in issues relevant to the world around them" (Carter *et al.*, 2009: 5).

Aportacions, limitacions i prospectiva de la recerca

Com tota recerca qualitativa aquest és un estudi que analitza uns programes del mitjà televisiu dins d'un marc temporal concret (maig de 2013) en tres contextos culturals específics, així com les opinions d'uns nens i nenes determinats, i així s'han de contemplar també els resultats i les conclusions extretes en aquesta tesi doctoral. En cap cas hem pretès proporcionar dades extrapolables a altres contextos, aquest no era cap dels objectius plantejats, però si que considerem que aquesta recerca omple un buit fins ara existent en l'estudi de les *children's news* i dels nens i nenes com a ciutadans, com a audiència amb dret a ser informada sobre el món que l'envolta.

Així mateix, aquest estudi pot ser útil per un ventall ampli de professionals interdisciplinaris, per als que dia a dia treballen en fer arribar continguts informatius als més petits, als que dediquen hores a pensar quina és la millor manera de fer-ho i es pregunten què volen els nens i nenes com a audiència. També a programadors de televisió, als responsables de les polítiques de l'audiovisual, a les associacions de telespectadors, igual que als que habitualment estan en contacte amb els infants: mestres, educadors, pedagogs, psicòlegs, etcètera.

No obstant això, som conscients de les limitacions que presenta la investigació. Algunes s'han pogut anar superant en aquests quatre anys de recerca, d'altres han quedat pendents i volem que en quedi constància de cara a futurs estudis en aquestes línies.

“As globalisation transforms, to greater or lesser degree, our object of study, our methods of research and the scope of our concepts and claims, many researchers are simultaneously excited and daunted. Researchers will increasingly need to share and compare their methods, as we have sought to do here, thus building up a tool kit of approaches tailored to our field of study. This generates a parallel demand for opportunities to publicise and discuss findings from different countries and from multi-country studies. The same conditions that demand a cross-national comparative approach also undermine the legitimacy of the nation-state as unit of analysis” (Livingstone i Hasebrink, 2010).

El repte de fer un estudi comparatiu per a la tesi doctoral era ambició i en el sentit que descriuen Livingstone i Hasebrink creiem que seria molt interessant poder ampliar la recerca a més països, incloent-hi més informatius i compartint i comparant mètodes i construint també noves eines per a l'aproximació a aquest objecte d'estudi. És exemplar la recerca duta a terme pel projecte EU Kids Online, que ha coincidit incidir en la redacció de polítiques per la seguretat de nens i nens a la xarxa¹⁸. Finançat per la Comissió Europea, EU Kids Online¹⁹ és un projecte de recerca comparativa sobre l'ús de les noves tecnologies, en particular internet, per part dels menors (fins a 18 anys) i de les seves famílies. Els grups d'investigació que hi han participat pertanyen a 21 països europeus: Alemanya, Àustria, Bèlgica, Bulgària, Dinamarca, Eslovènia, Espanya, Estònia, França, Grècia, Islàndia, Irlanda, Itàlia, Noruega, Països Baixos, Polònia, Portugal, República Txeca, Suècia, Regne Unit i Xipre. Tot i això, s'han fet estudis en tots 27 països de la UE.

Posats a ser ambiciosos, una recerca múltiple sobre les notícies per a nens i nenes al món proporcionaria la possibilitat de fer una demanda sòlida a institucions i mitjans de comunicació públics en la línia del discurs sobre els drets dels infants que anomena Máire Messenger-

¹⁸ EU Kids Online policy impacts.

Font: <http://lsedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64> (consulta 12.01.2016).

¹⁹ EU Kids Online és un projecte del Programa *Better Internet for Kids* (originalment, *Safer Internet*) de la Comissió Europea amb 33 països participants www.eukidsonline.net.

Davies en la cita a l'inici d'aquestes Conclusions. I és que també creiem oportú que sigui des de l'acadèmia i, per extensió, des de la societat, que es produeixi aquesta demanda per crear programes de qualitat per a nens i nenes. Com passa amb tantes altres coses valuoses és massa perillós deixar-les a les mans d'una indústria neo-liberalista que, per si sola, aboca a la societat de consum indiscriminadament a petits i grans. Els nens i nenes es consideren ciutadans, o “at last “citizens in the making”” (Buckingham, 2000; Carter *et al.*, 2009), per què encara hi ha tan poques experiències per a ells amb notícies?

Un altre punt a considerar de cara a futures recerques és implicar a nens i nenes en el procés de participació dels estudis, fent-los firmar a ells també un consentiment informat conforme estan accedint a participar en la investigació, assegurant-nos de que saben de què es tracta i que coneixen el seu dret a abandonar la seva participació en qualsevol moment. En aquesta recerca això es va realitzar de manera verbal, però igual que es fa amb els adults, plasmar el consentiment en paper li atorga una validesa que va més enllà del que se'ls pugui explicar en paraules parlades, ajuda a prendre consciència del que s'està fent, donant-li la importància que es mereix i contribuint a potenciar la ciutadania de nens i nenes, que és, al cap i a la fi, el que es reivindica amb tipus d'investigacions com aquesta.

De cara a completar la recerca seria interessant saber també els punts de vista de pares i mares, quina importància donen a que els seus fills i filles estiguin informats, quina importància donen ells mateixos a estar informats, com s'informen, com propicien que s'informin els seus fills i filles – si és que ho fan – i quin consum mediàtic fan. En definitiva, quin paper juguen en la relació dels nens i nenes amb els mitjans de comunicació, si existeix i quin tipus de mediació fan entre els seus fills i filles i els *media*. Segons institucions com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), per exemple, els nens i nenes sempre haurien de veure la televisió acompanyats d'un adult, per a que puguin poc a poc aprendre els criteris d'elecció de programes, el llenguatge audiovisual, i a ser autònoms en l'ús i comprensió dels mitjans de comunicació. Això ho planteja també Orozco (2001), que considera important una mediació adulta i responsable per a la integració i l'apropiació del mitjà en el procés de comprensió i construcció del coneixement. A partir d'aquí apareixen conceptes com el de que parteix de la base que la trobada entre la televisió i el públic no es produeix en el buit, ja que les audiències no s'enfronten a la televisió amb la ment en blanc (Orozco,

2001). Es diferencien diferents tipus de mediació: la individual, mediacions derivades de l'estructura mental del subjecte (els seus esquemes mentals, l'edat, el sexe, el seu desenvolupament cognitiu i emocional); la situacional, que depèn de diferents escenaris en els que es desenvolupa la interacció (casa, família); i la institucional, que considera que l'espectador és moltes coses alhora i participa de diverses institucions socials.

“Today, parental mediation is conceptualized as combining three distinct strategies of restriction (on time, length, or content of viewing), evaluation (guiding children on quality, interpretation, criticism), and co-use (discussion while viewing, sharing the viewing experience)” (Livingstone, 2009, p. 158).

Internet ha propiciat l'aparició d'alguns projectes amb continguts informatiu adreçats als més petits que també resten pendents de ser estudiats. De la mateixa manera que el creixement del Big Data està reconfigurant totes les grans institucions de la nostra societat, i que la cultura digital ha entrat en la quotidianitat (Montgomery, 2015), les notícies també han d'evolucionar cap a un nou paradigma. Hi ha experiències pioneres com *NewsKid*, el servei transmèdia que vol apropar les últimes notícies als nens i nenes convertint-los en usuaris actius de la informació, en el sentit que descriu Montgomery:

“The Internet has already profoundly altered the structure and operation of children’s media, spawning a proliferation of media platforms—from websites to games to mobile devices—and transforming children from passive viewers to active users who not only consume but also generate content. As the digital media system enters its third decade, it is both shaping and being shaped by Big Data. Advances in computer technology, artificial intelligence, digital communication networks, and sophisticated data processing and analysis tools have triggered a sea change in the amount, speed and variety of data that can be gathered and processed. The costs of collecting, storing and processing data have gone down as the sources for gathering data have proliferated. Because of its potential for economic transformation, Big Data is often referred to as the “oil of the information economy”. [...] The imperatives and practices of the Big Data era are also having a transformative impact on children’s media culture, fostering new data-driven business models, ushering in a new generation of digital platforms, and influencing social, personal, and cultural practices. These changes will force a rethinking of how we conceptualize and study children and their relationship with media” (Montgomery, 2015: 266-267).

Aquesta al·lusió a un canvi de paradigma, segons l'autor, podria passar per la personalització de les notícies:

“Personalization will offer numerous possibilities for their media, learning, and play experiences. Personalization is at the heart of dramatic changes taking place in education. Many schools are partnering with companies that offer a variety of technologies, software, and services for “personalized learning,” which tailors lessons and curriculum to an individual child’s needs. These trends are also creating a more fluid educational environment for children, where the lines between formal and informal learning are being blurred through the growth of educational apps available across multiple digital devices” (Montgomery, 2015: 268).

Una altra línia prospectiva de la recerca podria fonamentar-se en l'estudi de les propostes informatives creades específicament per nens i nenes i per a una audiència infantil. Existeixen alguns exemples d'experiències de nens i nenes periodistes, i alguns altres en que els infants han participat en espais informatius d'adults (a Espanya la participació dels nens ha estat més habitual en espais informatius de ràdio que de televisió, i en els casos descrits ho fan com a tertulians (amb Gema Nierga a la SER i amb Carlos Herrera per comentar la jornada futbolística el cap de setmana) (García, 2003).

En una altra línia seria interessant comparar empíricament els informatius infantils amb els adults. I tenint en compte els resultats i conclusions d'aquesta tesi realitzar una anàlisi exhaustiva del tractament de nens i nenes a les notícies adultes (en la línia del han estudiat Figueras i Mauri (2010) amb persones joves). De la mateixa manera caldria investigar com seria idealment un producte informatiu juvenil com el de la demanda feta pels nens i nenes més grans que han participat en la recerca. De la mateixa manera que realitzar notícies per nens i nenes ha estat descrit com una tasca ambiciosa i difícil, també ho serà fer notícies per a joves, però seria oportú que alguna televisió pública s'embarqués en l'aventura de provar-ho.

D'altra banda, de la mateixa manera que s'està potenciant una societat bolcada a les noves tecnologies, les notícies per a nens i nenes també haurien d'agafar definitivament aquest camí:

“ICT is reconfiguring the infrastructure of work, commerce, learning, governance and daily life. Ignoring this crosscutting development is no longer a viable option for those concerned with children’s rights. The current lack of baseline, contextual and comparable data, especially for hard-to-reach populations, means that child-focused organisations are impeded in their capacity to improve provision, increase safe use through prevention, training and protection, and encourage children’s participation and engagement with their community” (Livingstone i Bulger, 2014: 327).

Tal com diuen Livingstone i Bulger cal incentivar l’ús segur de les TIC per part dels més petits a través de la prevenció, formació i protecció animant a nens i nenes a participar i involucrar-se en la seva comunitat. I és que encara hi ha una distància important en l’audiència imaginada pels mitjans de comunicació i el que descriuen investigacions com la del Youth Media Participation Project (Pathak-Selat *et al.*, 2015), en que els membres de l’audiència infantil i juvenil són descrits com a agents actius:

“Children and youth are seen as active agents and audiences of media, productive individuals, and members of multiple innovative networks that are connected through media” (Pathak-Selat *et al.*, 2015).

D’una banda, doncs, tenim la vessant de l’acadèmia que estudia la relació de nens i nenes des d’una perspectiva optimista potenciant-ne més les utilitats dels usos segurs, i de l’altra la que en la seva versió més pessimista manifesta els efectes negatius i riscos de la xarxa. *Grosso modo*, les mateixes vessants que han marcat l’estudi dels efectes de la televisió sobre la població jove que també han estat i encara són presents en el debat públic. Doina Bird, llavors coordinadora de l’Observatori Europeu de la Televisió Infantil (OETI), va comentar en una entrevista exploratòria per aquesta recerca el 2011 que sovint la feina per una televisió infantil millor és liderada per organismes de tendència política de dretes, que es basen en arguments de naturalesa moral i religiosa que sovint es limiten a jutjar i a demanar eliminar determinats continguts de la graella televisiva que no corresponen als seus ideals. Per a Bird, la feina per a una televisió infantil millor és independent a ideologies polítiques i té molt més a veure amb els drets fonamentals dels infants i els valors humans universals. Així, creiem que el dret a la informació per a nens i nenes, com a ciutadans, també ha d’anar molt més enllà d’aquests arguments vinculats a determinades

ideologies polítiques. El dret a la informació és fonamental per a tots els ciutadans en qualsevol democràcia real, ha de proporcionar la transmissió de valors humans universals a partir del deure i responsabilitat dels mitjans de comunicació com a servei públic. Aquesta recerca, amb totes les seves limitacions, ha volgut reivindicar aquest dret i manifestar la importància d'espais específics d'informació pensats per a nens i nenes, per a que siguin realment considerats com a ciutadans i estiguin preparats per participar plenament en la seva societat quan assoleixin l'edat legal per a fer-ho.

CONCLUSIONS

The pressure to produce 'high quality', indigenous television programmes for children has to come from beyond children themselves and also from outside the industry, since 'high quality' (which can be defined in many ways, but they all usually involve additional expense) does not have a primarily commercial justification. It derives more from the discourse of children's rights.

Máire Messenger Davies, 2010.

Based on the objectives set out in this research the present conclusions have been drawn from the results.

1. The three analyzed information programs for children give priority to social issues and almost 25% of the covered topics belong to the children's agenda.

Nearly half of the subjects addressed in the children's news analyzed in this research are social issues (43.4%), and the other major focus is concentrated on the issues of culture and sports, which together take up more than 30% of the news provided. The structure of the programs show the dominance of these issues, which are considered child-friendly, while only in a few cases are topics, such as politics (9.6%) or finances (1.3%), treated.

The three programs agree on this balance, and **concentration of adult items on the agenda is considerably high** taking into account that these news programs are designed specifically for children. It is also in these areas where the point of view of the adult (adultcentrism) prevails in the informative media content (Feixa, 1999; Mauri & Figueras, 2010), added to the fact that when transmitting information about children, most of the time they are represented as problems (Davies, 2010: 157).

Thus, on one hand, this 25% of the children's agenda finds its place in these programs, they do not have a place anywhere else and that part of the information about children issues is considered of interest and need (Carter, 2009; Narberhaus, 2013). But on the other hand, it is questionable whether it is still only 25% and the remaining news is from the adult's agenda. Perhaps the belief of editors of children's news that they can talk about everything, but not show everything makes them treat mostly the same issues as the conventional news.

Regarding the concentration of subject matter, *Logo* (ZDF) is the **one that presents a more balanced distribution** in the analyzed sample. The German one is the **only program that addresses financial topics**, and that has more political and international news. In this sense, *Logo* is the program which is more similar to adults, since it explains any kind of subject - adapted to their audience – in a thorough and understandable way for children.

Meanwhile, *Newsround* (BBC) **opts for more sensational topics**. The fact that each program is of less duration (five minutes on average) forces it to transmit topics in little time and to include less topics in one program, so that most of the news topics are about society, mainly animals, meteorology (*Newsround* has no specific section for the weather, unlike the other two programs), and soccer. The narration of these issues is always direct and less explanatory - for example – than the news on *Logo*.

Info K (TVC) is the **program that presents more current events news** and focuses most topics on society and culture, especially on music and style. It is the program that addresses more news from the adult agenda (77.4%) and more current events (81.3%). The Catalan program concentrates mainly on explaining issues considered especially interesting for children, so it rarely includes political and international news, and not once was there a segment about finance during the month of the analyzed sample.

From these features related to the information processing and the distribution of subject matter it is shown that **the three programs have different styles of information corresponding to different countries**. Although it was not an objective of this thesis to analyze information regarding different informative styles and journalistic cultures of different geographical areas related to the sample analyzed,

it is unavoidable to compare them, and it is clear that cultural differences are also present in children's news, in the same way as they are in adult news.

2. *Newsround*, *Logo* and *Info K* comply with most quality elements, and of which, the criteria of stimulation and that of the promotion of values clearly stand out.

Children's news from the BBC, ZDF and TVC are programs that stand out for their quality. This is also corroborated by the numerous awards they have received for their work. This research shows that the form and content of the three news programs belong to what we have defined as elements of information quality of children's news. The research results amply fulfill the criteria of stimulation and that of promotion of values.

36% of the news from *Newsround* presents the criteria of stimulation from information. *Logo* is the one of the three that promotes more stimulation from the news, 45.3% of their topics include some kind of stimulation, whether from reflection (thought from questions), imagination or knowledge understood as the discovery of scientific, political and social, art and cultural topics, and the treatment of these subjects through educational activities. *Info K* presents 35% of the news with stimulation from information, most (48 of 56 cases) of which correspond to stimulation of knowledge. All three news programs present most cases of stimulation in news about society.

Children's news has different tendencies regarding to the values they promote through the news. *Newsround* prioritizes the promotion and respect of human rights, the desire for knowledge, educational values, responsibility, cultural identity, coexistence, and respect for nature and the environment. As far as *Logo* is concerned, it shows a clear preference for educational values and particularly for values that promote respect for nature and the environment. With respect to *Info K*, it especially promotes values such as the desire for knowledge (exploration, discovery, creativity) and cultural identity.

However, research has identified some points related to the elements of quality that the programs should try to resolve. This is the case of participation, because **although these three news programs include**

the promotion of their website as a space for interaction and participation with the program, very few of the children have said they really interact with them. Furthermore, most participants in the focus groups said they never participate and didn't show much interest. Some had visited the website occasionally for a quiz or something similar. However, comments from the audience made on the websites and their inclusion in the programs make us think that there is a kind of participation, and that it can be considered significant: "There are significant insights generated by young people in their (*Newsround's*) online chat that could inform efforts to engage young people in politics "(Carter & Allan, 2005: 80).

In the same way the research has shown that **the different programs make an effort to contribute positively to the decoding of media for children**, with the inclusion of areas where they can become news reporters themselves, explaining how the chroma at television studios works (*Info K*) or with the inclusion of references to see what to do if they are upset by the news (*Newsround*). In this sense, children's news can be considered a non-formal environment that contributes to media education for young ones.

3. Children who are usual news viewers are more interested in the latest news than children who are not regular viewers.

The participants of the discussion groups who see the news at home, and those who have done some type of workshop about radio, blogs or newspaper at school are significantly more interested in the news during the discussions, they provide more ideas about how they would like the news to be for them and they claim the importance of being informed in a firm manner. The relationship of children with media and information is clearly influenced by their interest in this relationship. In this connection, this reinforces the thesis of David Buckingham and Cynthia Carter who claim that the more closely the relationship of children with the media and the news and its production processes, the more interest they show in these (Buckingham, 1997; Carter *et al.*, 2009).

Despite not manifesting clear differences between participants who are usual spectators of the programs and those who are not, we can say that those who remember seeing topics viewed during the focus

group sessions at *Info K* or *Logo* know exactly what it is about and also how to explain it, and they have the initiative to do so. Thus, the usual news watching of children's news is not the only factor nor the most crucial determinant of the conception of current affairs that boys and girls have, but it is a factor that influences this conception. Media education is crucial to be aware that this influence and media messages are not consumed without a critical and reflective attitude (Masanet, 2015; Ferres *et al.*, 2011; Masanet, Contreras & Ferrés, 2013) but, as previous research has shown, media education should go a step further, taking into account the emotional education, attitudes and values, a media education based not only on knowledge, but also on experience and attitude (Masanet, 2015).

4. The older children perceive these programs as infantilized and express the desire of television news for young people.

Most habitual viewers of the analyzed programs consider themselves faithful viewers, have been watching the program for a long time and, in general, they like how the news is explained to them. Some of them, however, believe that the way presenters and reporters address children is too childish or "for little children". At a time when teens are maturing at earlier ages than previous generations (García Canclini, 2007; Piracón & Palma, 2010) it is logical that an audiovisual product aimed to an audience between 6 and 12 years cannot satisfy its entire range of viewers.

Both *Newsround* (2014) and the *Info K* (2016) have made an effort to improve their programs by doing a big image change to modernize the product, redesigning their logos and sets, and updating some graphic and narration elements of the broadcasting of the news. However, some viewers who do not regularly watch these programs say they do not do it because they believe that the channels where they broadcast (CBBC and Super3) are for younger children and that they no longer like to watch them. In addition to this, there is also the fact that children enter adolescence more and more exposed to other informational products for adults, and not only that, but they are also exponentially entering the world of information on the Internet and in social networks, which is said to be at the age of 12 years (Fernandez-Planells *et al.*, 2016). In short, older children are gradually exposed to a

world with infinite access to information, in which the most difficult part is to discern quality information that interests them.

In this line, **children who were participants in the discussion groups expressed the need for youth information products.** News for adults still interest them relatively less, children consider the language and format used in adult news too complex for them, and the childish format of children's news is considered nearly ridiculous, so there is demand for an information product in the middle; one that is fresh enough to appeal to a young audience, but explains actual issues in a rigorous and interesting way.

The Catalan and German focus groups note what Carter *et al.* (2009: 35) had already concluded in their research with children in the UK: the need to provide children and adolescents with a critical and ambitious news service is clearly wanted and deserved.

5. Television remains the preferred medium for news, and the family media consumption habits influence the children.

The media consumption habits of children are heavily influenced by their daily and family life, in line with what Pfaff-Rudiger says (2011). If the mother and/or father read newspapers at home, it is easier for children to leaf through them, because they have access to the news. Some of those interviewed said they are curious not only for specific pages geared towards children which may be included in newspapers one day a week, but also for the headlines or pictures they may find there any day of the week. Some also use the press for the service information provided (for example television programming or the cinema listings), but it is this first contact for the children living in family environments without any presence of newspapers which they are missing out on. Regarding the radio, most of the children associated it with music and information and only when they ride in cars. Few say they receive information through the internet and those that do only consult search engines and websites like Wikipedia, to do school work. There are some families that have digital subscriptions to newspapers and children recognize that the newspaper is available through applications on mobile or tablet.

Despite the evidence of increasing interest of the youth in the Internet, television continues to occupy an important place in their media consumption habits (Fernandez-Planells *et al.*, 2016: 3). Participants of the focus groups prove this for the German and Catalan case, and Carter *et al.* had already done so for the English case in their study published in 2009: "Television is children's' favorite place for news. 52% mentioned TV by itself as their 'favorite'. When TV plus another medium, e.g. 'TV and newspapers', was included, It was Mentioned by 67%" (Carter *et al.*, 2009: 11).

6. The participating children consider themselves as citizens and believe it is important to be informed, showing interest in the news.

The children participating in the study also showed high interest in the news, stating that they believe it is important for adults and themselves to be informed about both, what is happening close to home as well as what is occurring around the world. Although some did not know how to explain very well why it is important to be informed, most of them did find concrete examples to illustrate it, mainly from their everyday life, ranging from news about services to meteorology, but also, on occasion, they expressed the desire to participate in society, so it was necessary to be informed, and even a responsibility, citing the case of democratic elections. Another important reason to be informed was not to feel stupid, the knowledge it brings from knowing what is happening and keeping themselves up to date, which in turn allows for conversation in their own social circles: family, friends and school.

This is a common point for the three countries that demonstrates the need for children's news, as Carter *et al.* already said about children in the United Kingdom: "The research provides strong evidence that most children see themselves as citizens even though they are not yet of the age where they have full citizenship rights, and consider themselves to be keenly interested in issues relevant to the world around them"(Carter *et al.*, 2009: 5).

Contributions, limitations and prospective research

As all qualitative research, this is a study that analyzes three television programs within a specific time frame (May 2013) in three specific cultural contexts, as well as opinions from certain children, and so the results and conclusions in this thesis also have to be contemplated. We have never tried to provide comparable valid data to other contexts, this was not one of the objectives set, but we believe that this research fills a gap existing in the study of children's news and children as citizens, as an audience with the right to be informed about the world around them.

Also, this study may be useful for a wide range of interdisciplinary professionals, for those who work on getting information content for children on a daily basis, those who spend hours thinking about what is the best way to do this and wonder what children want as an audience. Also it would be the case for television programmers, those in charge of audiovisual policies and all those who are usually in contact with children: teachers, educators, psychologists, etc.

However, we are aware of the limitations of the research. Some have been solved during these four years of research, others have remained unanswered and therefore, we want to point them out for future studies along these lines.

"As Globalisation transformed to greater or lesser degree, our object of study, our methods of research and the scope of our concepts and claims, many researchers are simultaneously excited and daunted. Researchers will increasingly need to share and compare their methods, as we have sought to do here, thus is building up a tool kit of approaches tailored to our field of study. This generates a parallel demand for opportunities to publicise and discuss findings from different countries and from multi-country studies. The same conditions that demand a cross-national comparative approach also undermine the legitimacy of the nation-state as unit of analysis" (Livingstone&Hasebrink, 2010).

The challenge of making a comparative study for the dissertation was ambitious and in the sense described by Livingstone and Hasebrink we believe it would be very interesting to expand the research to more countries, including more news programs and sharing and comparing methods and also constructing new tools to approach this object of

study. The research conducted by the **EU Kids Online project** is exemplary, which has influenced the elaboration of policies for the safety of children on the Internet²⁰. Funded by the European Commission, EU Kids Online²¹ is a comparative research project on the use of new technologies, particularly that of the Internet by children (up to 18) and their families. Research groups who have participated belong to 21 European countries: Austria, Belgium, Bulgaria, Denmark, Slovenia, Estonia, France, Greece, Iceland, Ireland, Italy, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Czech Republic, Sweden, the UK and Cyprus. However, studies have been conducted in all 27 EU countries.

To be ambitious, numerous research projects about children's news around the world would provide the possibility to firmly make a request to institutions and public media broadcasters in the line of discourse on children's rights by Máire Messenger Davies in the quotation at the beginning of these conclusions. And we also believe that it is appropriate that the demand to create quality programs for children is made from the academia and, by extension, from society. As with so many other valuable things it is too dangerous to leave them in the hands of a neoliberal industry that, in itself, indiscriminately of one being young or old, leads all of us towards consumption-based society. Children consider themselves as citizens or "at least 'citizens in the making'" (Buckingham, 2000; Carter *et al.*, 2009), so why are there still so few news experiences for them?

Another point to consider for future research is to involve children in the process of participation in the studies, by also making them sign the informed consent documents in accordance that they agree to participate in research, making sure they know what it is and that they know about their right to withdraw their participation at any time. During this research that was done verbally, but as is the case with adults, expressing through written consent will be valid beyond that which they can explain in spoken words, which helps raise awareness

²⁰ EU Kids Online policy impacts.

Source: <http://lsedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64> (12.01.2016).

²¹ EU Kids Online is project from the program *Better Internet for Kids* (originally, *Safer Internet*) of the European Comission with 33 participants www.eukidsonline.net.

about what they are doing, giving it the importance it deserves and helping to strengthen the citizenship of children, which is, after all, what this kind of research is aiming to defend.

As for looking to complete the research, it would also be interesting to know the points of view of parents, how important it is for them to have informed children, what importance they give themselves to being informed, how they get informed, what they do for their children to get informed - if they do - and what media consumption habits they have. In short, this research would analyze what role they play in the relationship of children with the media, if there is any and what kind of mediation between their children and the media they have. According to institutions such as the Audiovisual Council of Catalonia (CAC), for example, children should always watch television accompanied by an adult, so they can gradually learn the criteria for choosing programs, grasp the audiovisual language, and be independent in the use and understanding of the media. This point was also raised by Orozco (2001), who considers it important to have adult and responsible mediation for the integration and appropriation of the media in the process of understanding and construction of knowledge. From here there appear concepts like the idea that the encounter between television and the audience does not occur in a vacuum, because audiences do not face television with blank minds (Orozco, 2001). There are different types of mediation: the individual mediation derived from the individual's mental structure (their mindsets, age, sex, emotional and cognitive development); the situational, which depends on different scenarios in which the interaction takes place (home, family); and institutional, which considers that the viewer is many things at once and participates in various social institutions.

"Today, parental mediation is conceptualized as combining three distinct strategies of restriction (on time, length, or content of viewing), evaluation (guiding children on quality, interpretation, criticism), and co-use (discussion while viewing, sharing the viewing experience)" (Livingstone, 2009: 158).

The Internet has given rise to some projects with informative content aimed at children that also remain to be studied. Similarly to the growth of Big Data that is reconfiguring all major institutions of our society and that digital culture has entered the day-to-day life (Montgomery, 2015), the news should also move towards a new

paradigm. There are pioneer experiences like NewsKid, a transmedia service that aims to bring the latest news to children making them active users of information, in the sense that Montgomery describes:

“The Internet has already profoundly altered the structure and operation of children’s media, spawning a proliferation of media platforms — from websites to games to mobile devices — and transforming children from passive viewers to active users who not only consume but also generate content. As the digital media system enters its third decade, it is both shaping and being shaped by Big Data. Advances in computer technology, artificial intelligence, digital communication networks, and sophisticated data processing and analysis tools have triggered a sea change in the amount, speed and variety of data that can be gathered and processed. The costs of collecting, storing and processing data have gone down as the sources for gathering data have proliferated. Because of its potential for economic transformation, Big Data is often referred to as the “oil of the information economy”. [...] The imperatives and practices of the Big Data era are also having a transformative impact on children’s media culture, fostering new data-driven business models, ushering in a new generation of digital platforms, and influencing social, personal, and cultural practices. These changes will force a rethinking of how we conceptualize and study children and their relationship with media” (Montgomery, 2015: 266-267).

This reference to a paradigm shift, according to the author, could happen by customizing the news:

“Personalization will offer numerous possibilities for their media, learning, and play experiences. Personalization is at the heart of dramatic changes taking place in education. Many schools are partnering with companies that offer a variety of technologies, software, and services for “personalized learning,” which tailors lessons and curriculum to an individual child’s needs. These trends are also creating a more fluid educational environment for children, where the lines between formal and informal learning are being blurred through the growth of educational apps available across multiple digital devices” (Montgomery, 2015: 268).

Another line of research could prospectively be based on the study of the informative proposals created specifically for children and a children's audience. There are some examples of experiences of children journalists, and others in which children have participated in adult newscasts (in Spain the participation of children was more

common in radio newscasts than in television, and in the cases described they act as commentators (with Gema Nierga in Cadena SER and Carlos Herrera commenting soccer on the weekend) (García, 2003).

In another line, it would be interesting to empirically compare children's news with adult news. Taking into account the results and conclusions of this thesis, a comprehensive analysis of the treatment of children in adult news could be conducted, too (in line with what Figueras & Mauri (2010) studied in young people). Similarly it would be necessary to research how youth information products would ideally be, referring to the demand made by older children who participated in the research. In the same way that making news for children has been described as a difficult and ambitious task, it will also be so in making news for teenagers, but it would be interesting for some public broadcaster to embark on the adventure of trying.

Moreover, in the same way society is being strengthened by the implementation of new technologies, news for children also should definitely take this path:

“ICT is reconfiguring the infrastructure of work, commerce, learning, governance and daily life. Ignoring this cross-cutting development is no longer a viable option for those concerned with children's rights. The current lack of baseline, contextual and comparable data, especially for hard-to-reach populations, means that child-focused organisations are impeded in their capacity to improve provision, increase safe use through prevention, training and protection, and encourage children's participation and engagement with their community” (Livingstone&Bulger, 2014: 327).

As Livingstone and Bulger say, the safe use of ICT by children should be encouraged through prevention, education and protection to make children participate and get involved in their community. Although there is an important gap between the imagined audience in the media and what research projects, such as the Youth Media Participation Project, describe (Pathak-Selat *et al.*, 2015), in which the audience members, children and youth, are described as active agents:

“Children and youth are seen as active agents and audiences of media, productive individuals, and members of multiple innovative

networks that are connected through media” (Pathak-Selat *et al.*, 2015).

On the one hand, we have the side of the academia that examines the relationship between children from a more optimistic perspective, enhancing the utilities of safe use, and on the other side, in its most pessimistic version, it states the negative effects and risks of the Internet. Roughly speaking, the same aspects that have shaped the study of the effects of television on young people have also been and are still present in the public debate. Doina Bird, then coordinator of the European Observatory on Children's Television (OETI), said in an exploratory interview for this research in 2011 that too often the work for better children's television is led by right-wing agencies, whose arguments are based on moral and religious nature that are often limited to judge and ask to remove certain content of the television that does not correspond to their ideals. For Bird, the work for better children's television is independent of political ideologies and has much more to do with the fundamental rights of children and universal human values. Thus, we believe that the right to information for children, as citizens, should also go far beyond these arguments linked to certain political ideologies. The right to information is essential for all citizens in any true democracy and it must provide the transmission of universal human values from the duty and responsibility of the media as a public service. This research, with all its limitations, wanted to claim for this right and demonstrate the importance of specific areas of information designed for children, for they are really considered as citizens and are prepared to participate fully in their society when they reach the legal age to do so.

Referències

- Aasebo, T. S. (2005). Television as a marker of boys construction of growing up. *Young*, 13(2), 185-203. doi:10.1177/1103308805051321
- Aguaded-Gómez, J. I. (2011). Niños y adolescentes: nuevas generaciones interactivas. *Comunicar*, 18(36), 7-8. doi:10.3916/C36-2011-01-01
- Aldridge, J., & Cross, S. (2008). Young People Today. *Journal of Children & Media*, 2(3), 203-218. doi:10.1080/17482790802327418
- Alexander, A., Hoerrner, K., & Duke, L. (1998). What Is Quality Children's Television? *The Annals of the American Academy of Political and Social Science Children and Television*, 557, 70-82.
- Alonso Erausquin, M., Matilla, L., & Vázquez Freire, M. (1995). *Teleniños públicos, teleniños privados*. Madrid : Ediciones de la Torre.
- Alonso, L. E. (1998). *La Mirada cualitativa en sociología: una aproximación interpretativa*. Madrid : Fundamentos.
- Alsius, S. (1999). *Codis ètics del periodisme televisiu*. Barcelona : Pòrtic.
- Alsius, S. (1998). *Ètica i periodisme*. Barcelona : Pòrtic.
- Alsius, S., & Salgado, F. (2010). *La Ética informativa vista por los ciudadanos : contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona : Editorial UOC.
- Altheide, D. L. (1996). *Qualitative media analysis*. Thousand Oaks (Calif.) : Sage.
- Amico de Rebossio, B. d'. (1997). *Los Niños y la televisión en el mundo*. Buenos Aires : Editorial de Belgrano.
- An, S.-K., & Lee, D. (2010). An integrated model of parental mediation: the effect of family communication on children's perception of television reality and negative viewing effects. *Asian Journal of Communication*, 20(4), 389-403. doi:10.1080/01292986.2010.496864
- Anderson, D. R. (2014). Teaching CAM: Reflections on Teaching About Children and Media. *Journal of Children and Media*, 8(4), 492-494. doi:10.1080/17482798.2014.953751
- Andreu Abela, J. (2003). Infancia socialización familiar y nuevas tecnologías de la comunicación. *Portularia*, 3, 243-261.
- Aran, S., Barata, F., Busquet, J., Medina, P., & Moron, S. (2003). Childhood, Violence and Television: Television Use and Children's Perception of Violence on Television. *Trípodos* (November 2015), 109-121.

- Aran, S *et al.* (2000). Violència i televisió. Criteris per a l'elaboració d'un mètode d'anàlisi qualitativa. *Quaderns del CAC*, Núm. 8 (Maig 2000), p. 30-36.
- ARD-Forschungsdienst. (2014). Mediennutzung von Jugendlichen. *Media Perspektiven*, 4, 242-248.
- Arma, A. D., & Steemers, J. (2012). Localisation Strategies of US-owned Children's Television Networks in Five European Markets. *Journal of Children and Media*, 6(6), 147-163. doi:10.1080/17482798.2011.587144
- Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC). (2008). *Consideraciones sobre la televisión infantil*.
- Austin, E. W., & Pinkleton, B. E. (2001). The role of parental mediation in the political socialization process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. doi:10.1207/s15506878jobem4502_2
- Aznar Gómez, H. (1999). *Ética y periodismo : autorregulación, códigos, estatutos de redacción y otros documentos*. Barcelona : Paidós.
- Bagnoli, A., & Clark, A. (2010). Focus groups with young people: a participatory approach to research planning. *Journal of Youth Studies*, 13(1), 101-119. doi:10.1080/13676260903173504
- Barbovski, M., Green, L., Vandoninck, S., & (eds). *Innovative approaches for investigating how children understand risk in new media. Dealing with methodological and ethical challenges*. London: EU Kids Online, London School of Economics and Political Science.
- Barker, C. (2008). *Cultural studies : theory and practice*. London : SAGE.
- Bauer, M. W., & Gaskell, G. (2000). *Qualitative researching with text, image and sound : a practical handbook*. London : Sage.
- Benavides Delgado, J., & Fernández Blanco, E. (2001). *Valores y medios de comunicación : de la innovación mediática a la creación cultural*. Madrid : Edipo.
- Bennett, S., Maton, K. & Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British journal of educational technology*, 39(5), 775-786.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *Voting : a study of opinion formation in a Presidential campaign*. Chicago : University of Chicago Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1968). *La Construcción social de la realidad*. Buenos Aires : Amorrortu.
- Borzekowski, D., & Rich, M. (2012). Children, Media, and Health. *Journal of Children and Media*, 6(1), 1-4. doi:10.1080/17482798.2011.633394

- Bosman, J., Bayraktar, F., & d'Haenens, L. (2015). Children's Digital Media Practices within the European Family Home: Does Perceived Discrimination Matter? *Journal of Children and Media*, 9(1), 77-94. doi:10.1080/17482798.2015.997099
- Bourdieu, P. (1998). *Sobre la televisión*. Barcelona : Anagrama.
- Boyd, D., & Marwick, A. (2009). The Conundrum of Visibility. *Journal of Children and Media*, 3(March 2014), 410-419. doi:10.1080/17482790903233465
- Brazelton, T. B., & Greenspan, S. I. (2005). *Las necesidades básicas de la infancia: lo que cada niño o niña precisa para vivir, crecer y aprender*.
- Briggs, C. L. (1986). *Learning how to ask : a sociolinguistic appraisal of the role of the interview in social science research*. New York : Cambridge University Press.
- British Broadcasting Corporation. (2013). *BBC Annual Report and Accounts 2012/13*.
- British Broadcasting Corporation. (2015). *BBC Annual Report and Accounts 2014*.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang.
- Bryman, A. (2012). *Social research methods* (4th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Buckingham, D. (1997). News media, political socialization and popular citizenship: Towards a new agenda. *Critical Studies in Mass Communication*, 14(4), 344-366.
- Buckingham, D. (2013). Examen del mercado. El caso de la television infantil. A *La infancia materialista. Crecer en la cultura consumista* (p. 201-221).
- Buckingham, D. (2007). *Beyond Technology. Children's Learning in the Age of Digital Culture*. Polity Press, Ltd., Cambridge.
- Buckingham, D. (1993). *Children talking television : the making of television literacy*. London : The Falmer Press.
- Buckingham, D. (1996). *Moving images : understanding children's emotional responses to television*. New York : Manchester University Press.
- Buckingham, D. (1997). The Making of Citizens: pedagogy and address in children's television news. *Journal of Educational Media*, 23, 119-139. doi:10.1080/1358165970230203
- Buckingham, D. (2007). Selling Childhood? *Journal of Children and Media*, 1(1), 15-24. doi:10.1080/17482790601005017

- Buckingham, D. (2014). *Objectionable content? Young people, censorship and pornography*.
- Buckingham, D. (2000). Creating Citizens: News, Pedagogy and Empowerment.
- Buckingham, D., & Strandgaard Jensen, H. (2012). Beyond ‘media panics’: reconceptualising public debates about children and media. *Journal of Children and Media*, 6(4), 413-429. doi:10.1080/17482798.2012.740415
- Buckingham, D. (1998). Review essay: children of electronic age? Digital media and new generation rhetoric. *European Journal of Communication*, 13(4), 557-565.
- Buckingham, D. i Martínez-Rodríguez, J. B. (2013). Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar*, 20(40), 10-13. doi:dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-00
- Buckingham, D. i Sefton-Green, J. (1999). Children, young people and digital technology. *Convergence*, 5(5), 5-7. doi:10.1177/135485659900500401
- Buijzen, M., & Sondij, P. (2007). Parental Mediation of Children’s Emotional Responses. *Communication Research*, 34(2), 212-230.
- Busquet, J., Aran, S., Aranda, D., Ballano, S., Barata, F., Estrada, A., Ruano, L. (2009). Infancia, violencia y televisión. Los espacios informativos y los imaginarios de la violencia en los niños y niñas. Avance de resultados. *V Congrés Internacional de Comunicació i Realitat, Barcelona*.
- Buxarrais Estrada, M. R., Tey, A., & Prats Gil, E. (2004). *Ética de la información*. Barcelona : Editorial UOC.
- Caffarel, C. (2005). ¿Es posible una televisión de calidad? *Comunicar*, XV(25), 23-27.
- Camacho, R. (2005). Televisión de calidad: distinción y audiencia. *Comunicar*, XV(25), 29-32.
- Capdevila, A., & Al., E. (2008). La construcción de la identidad adolescente: imagen de los adolescentes en el prime time televisivo. En *Comunicación, identidad y género*. Madrid, Fragua.
- Carter, C. (2009). Growing up Corporate: News, Citizenship and Young People Today. *Television and New Media*, 10(1), 34-36.
- Carter, C. et. al. (2009). *What Do Children Want from the BBC? Children’s Content and Participatory Environments in an Age of Citizen Media*. The Cardiff School of Journalism, Media and Cultural Studies.
- Carter, C., & Allan, S. (2005). Hearing their voices: Young people, citizenship and online news. En Angie Williams & Crispin Thurlow

- (Ed.), *Talking adolescence: perspectives on communication in the teenage years* (p. 73-90).
- Carter, C., & Davies, M. M. (2005). 'A Fresh Peach Is Easier to Bruise': children and traumatic news. En Allan. Stuart (Ed.), *Journalism: critical issues*. Maidenhead: Open University Press.
- Casas, F. (2005). *La qualitat en la programació de la televisió infantil: Proposta de criteris i indicadors per avaluar-la*. Universitat de Girona.
- Casas, F. (2007). Medios de comunicación y estereotipos: Infancia y juventud. A A. S. Balagué, P. Buxó i H. Fleck: *World Forum on Children's Television. Papers*. Barcelona: Observatorio Europeo de la Televisión Infantil.
- Chen, Y.-C. Y., Kaestle, C. E., Estabrooks, P., & Zoellner, J. (2013). US children's acquisition of tobacco media literacy skills: A focus group analysis. *Journal of Children and Media*, 7(4), 409-427. doi:http://dx.doi.org/10.1080/17482798.2012.755633
- Clifford, B. R., Gunter, B., & McAleer, J. L. (1995). *Television and children: program evaluation, comprehension, and impact*. Hillsdale : Lawrence Erlbaum Associates.
- Coleman, R., & Wu, H. D. (2010). Proposing emotion as a dimension of affective agenda setting: separating affect into two components and comparing their second-level effects . *J&MC Quarterly*, 87(2), 315-327.
- Connell, S. L., Lauricella, A. R., & Wartella, E. (2015). Parental Co-Use of Media Technology with their Young Children in the USA. *Journal of Children and Media*, 9(1), 5-21. doi:10.1080/17482798.2015.997440
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2007). La qualitat de la llengua en els mitjans audiovisuals. *Quaderns del CAC*, (28).
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid : McGraw-Hill.
- Council of Europe. (2012). *Council of Europe Strategy for the Rights of the Child (2012-2015)* .
- Crescenzi Lanna, L. (2010). La comprensión del niño telespectador: posibilidades y límites asociados a la edad. *ZER*, 15(29), 69-88.
- Crescenzi Lanna, L. (2010). *Competencias Cognitivas y Televisión Infantil. Una propuesta de análisis y clasificación de series por edades*. Univesitat de Barcelona.
- Crescenzi Lanna, L., & Bartolomé Pina, A. (2008). La televisión infantil frente a los niños menores de 6 años. *Quaderns del CAC. Consell Audiovisual de Catalunya*.

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design : choosing among five approaches*. Thousand Oaks : Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications.
- Davies, M. M. (2001). *'Dear BBC': children, television and the public sphere*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davies, M. M. (2010). *Children, media and culture*. Open University Press.
- Davies, M. M. (2008). Fair and Balanced Reporting. *Journal of Children and Media*, 2(3), 305-310. doi:10.1080/17482790802327673
- Davies, M. M. (2014). Teaching CAM: What Is a Child? *Journal of Children and Media*, 8(4), 495-497. doi:10.1080/17482798.2014.953752
- Davis, G., & Dickinson, K. (2004). *Teen TV : genre, consumption, identity*. London : BFI.
- De Cock, R. (2012). Mediating Flemish children's reactions of fear and sadness to television news and its limitations: Survey and in-depth interview results. *Journal of Children and Media*, 6(4), 485-501. doi:10.1080/17482798.2012.740414
- Dearing, J. W., & Rogers, E. M. (1996). *Agenda-setting*. Tousand Oaks : Sage.
- Destatis - Statistisches Bundesamt. (2015). *Bevölkerung und Erwerbstätigkeit - Vorläufige Ergebnisse der Bevölkerungsfortschreibung auf Grundlage des Zensus 2011*. (Vol. 49).
- Digón Regueiro, P. (2008). Programación infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, XVI(31), 65-76.
- Domingo-Coscollola, M., Sánchez-Valero, J. A., & Sancho-Gil, J. M. (2014). Researching on and with Young People: Collaborating and Educating. *Comunicar*, 21(42), 157-164. doi:10.3916/C42-2014-15
- Dortner, Kirsten; Livingstone, S. eds. (2008). *International Handbook of Children, Media and Culture*. Los Angeles : Sage. doi:10.4135/9781848608436.n6
- Eberwein, T. (2011). *Mapping Media Accountability in Europe and Beyond*. Colônia : Herbert von Halem.
- English, L. P. (1999): *Improving Data Warehouse and Business Information Quality: Methods for Reducing Costs and Increasing Profits*, New York : Wiley Computer.
- Erlinger, Hans Dieter; Esser, Kerstin; Hollstein, Birgit; Klein, Bettina; Mattusch, U. (1995). *Handbuch des Kinderfernsehens*.

- Espinar, E. (2007). Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles. *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, XV("9), 129-134.
- Esser, F., & Hanitzsch, T. (eds.). (2012). *Handbook of comparative communication research*. New York and London : Routledge.
- Fabris, H. H., & Renger, R. (2003): "Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs" (79-91) a Bucher, Hans-Jürgen; Altmeyden, K-D. (eds.) (2003): *Qualität im Journalismus: Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle*. Wiesbaden : Westdeucher Verlag.
- Fahr, A. (2001): *Katastrophale Nachrichten? Eine Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten*. München : Verlag Reinhard Fischer.
- Fedele, M. (2011). *El consum adolescent de la ficció seriada televisiva*. Tesi doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Disponible a: <http://www.tdx.cat/handle/10803/83502>
- Fedele, M. i García-Muñoz, N. (2010). El consumo adolescente de la ficción seriada. *Vivat Academia*, 111, 48-65.
- Feierabend, S., & Klingler, W. (2015). Was Kinder sehen. *Media Perspektiven*, 4, 174-185.
- Feierabend, S., & Klingler, W. (2014). Was Kinder sehen. *Media Perspektiven*, 4, 182-194.
- Feierabend, S., Plankenhorn, T., & Rathgeb, T. (2015). Kinder und Medien, Computer und Internet. *Media Perspektiven*, 4, 186-198.
- Feixa, C. (1993). *La joventut com a metàfora*, Barcelona, Secretaria de Joventut, Generalitat de Catalunya.
- Feixa, C. (1998). *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona, Ariel.
- Feixa, C. (2006). Estilos de vida de los niños en la cultura digital. *Panorama Social*, 3, 54-63.
- Fernández Martínez, P., & Blanco Alfonso, I. (2011). *Los niños y el negocio de la televisión: programación, consumo y lenguaje*. Zamora.
- Fernandez-Planells, A., & Figueras Maz, M. (2012). La televisión e Internet hoy: diferentes roles. Usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima. *Revista ICONO14. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 10(3), 176-201. doi:10.7195/ri14.v10i3.200
- Fernandez-Planells, A. i Figueras-Maz, M. (2014). De la guerra de pantallas a la sinergia entre pantallas: El multitasking en jóvenes. A A. Huertas y M. Figueras (Eds.), *Audiencias juveniles y cultura digital* (pp. 87-106). Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

- Fernandez-Planells, A. (2015). Factors influencing trust in media: exploring the association between media consumption and news about the 15M Movement. *Hipertext.net*, 13 [Online] Doi: 10.2436/20.8050.01.21
- Ferrés i Prats, J. (2005). *Com veure la tv?: material didàctic per a infants i joves*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Fernandez Planells, A., Masanet, M.-J. & Figueras-Maz, M. (2016/*In press*). Joves i TIC. Reflexions i reptes per al treball educatiu. *Aportacions*.
- Ferrés i Prats, J. (2008). *La Educación como industria del deseo: un nuevo estilo comunicativo*. Barcelona: Gedisa.
- Ferrés i Prats, J., & Marqués Graells, P. (2002). *Comunicación educativa y nuevas tecnologías*. Barcelona: CISSPraxis.
- Ferrés, J. (2006). L'educació en comunicació audiovisual en l'era digital. *Quaderns del CAC*, 25, 5-8.
- Figueras, M., & Mauri, M. (2010). Mitjans de comunicació i joves. Anàlisi de la situació i mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves. *Col·lecció Aportacions*, 56.
- Figueras-Maz, M. (s.d.). Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías como estabilizadores existenciales. En *Comunicación e Xuventude. Actas do Foro Internacional* (p. 21-36). Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.
- Figueras-Maz, M. (2010). El tratamiento informativo de los grupos socialmente desfavorecidos. En S. Alsius & F. Salgado (Ed.), *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona: Editorial UOC.
- Figueras-Maz, M., Mauri-De Los Ríos, M., & Rodríguez-Martínez, R. (2013). Invisible, Stereotyped and Filtered by Adults: The Image of Young People in the Catalan News Media. *Young*, 21(1), 77-93.
- Fuenzalida, V. (2015). *Quality Criteria in Children TV*.
- García Matilla, A. (2003). *Una Televisión para la educación: la utopía posible*. Barcelona: Gedisa.
- García, C., & Miguel, R. De. (2005). La television como agente socializador ante el 11-M: percepciones y reacciones de la infancia frente a los atentados terroristas, 173-189.
- Garitaonandia, C., Juaristi, P. i Oleaga, J. A. (1999). Qué ven y cómo juegan los niños españoles. El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicación. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 4(6), 67-95.

- Garitaonandia, C., Juaristi, P., Oleaga, J. A. i Pastor, F. (1998). Las relaciones de los niños y de los jóvenes con las viejas y las nuevas tecnologías de la información. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, 3(4), 131–159.
- Generalitat de Catalunya. (2015). *Estimacions de població*.
- Gezduci, H., & d'Haenens, L. (2010). The Quest for Credibility and Other Motives for News Consumption Among Ethnically Diverse Youths in Flanders. *Journal of Children and Media*, 4(3), 331-349. doi:10.1080/17482798.2010.486143
- Giddens, A. (1986). *The Constitution of society: outline of the theory of structuration*. Cambridge : Polity.
- Gillmor, D. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. O'Reilly Media.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1968). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*.
- Goffman, E. (2006). *Frame analysis: los marcos de la experiencia*. Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gómez i Oliver, V. (2005). ¿Cómo es la televisión que tenemos? *Comunicar*, 25, 45-49.
- Gómez i Oliver, V. (2005). ¿Cómo es la televisión que tenemos? *What is the television that we have like?*, (25), 45-49.
- González Gorosarri, M. (2011). *Albisteen Kalitatea. Euskadi Irratia, Etb1 eta Euskaldunon Egunkaria/Berria (Research on Basque Media's News Quality)*. Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Görzig, A., & Ólafsson, K. (2013). What Makes a Bully a Cyberbully? Unravelling the Characteristics of Cyberbullies across Twenty-Five European Countries. *Journal of Children and Media*, 7(1), 9-27. doi:10.1080/17482798.2012.739756
- Gunter, B., Furnham, A., & Griffiths, S. (2000). Children's memory for news: a comparison of three presentation media. *Media Psychology*, 2(2), 93-118. doi:10.1207/S1532785XMEP0202_1
- Guo, L., Vu, H. T., & McCombs, M. (2012). An Expanded Perspective on Agenda- Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 11, 51-68.
- Gutiérrez Brito, J. (2008). *Dinámica del grupo de discusión*. Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Gutiérrez Gea, C. (2000). Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación. *Zer*, 5(9), 1-17. doi:http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer09-06-gutierrez.pdf

- Haddon, L., & Stald, G. (2009). A Comparative Analysis of European Press Coverage of Children and the Internet. *Journal of Children and Media*, 3(4), 379-393. doi:10.1080/17482790903233432
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems : three models of media and politics*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Harrison, K. (2015). Media and the Family. *Journal of Children and Media*, 9(1), 1-4. doi:10.1080/17482798.2015.997513
- Hasebrink, U., Livingstone, S., Haddon, L. and Ólafsson, K. (2009). *Comparing children's online opportunities and risks across Europe: cross-national comparisons for EU Kids Online*. London.
- Himmelweit, H. T., Oppenheim, A. N., & Vince, P. (1958). *Television and the child. An empirical study of the effect of television on the young*. London : Oxford University Press.
- Home, A. (2011). The struggle for quality children's television in the UK. *Journal of Children and Media*, 5(1), 102-106. doi:10.1080/17482798.2011.533498
- Huang, E. (2009). The causes of youth' low news consumption and strategies for making youths happy news consumers. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*, 15 (1): 105-122, Doi: 10.1177/1354856508097021
- Ibáñez, J. (1986). *Más allá de la sociología: el grupo de discusión: teoría y crítica*. México, D.F. : Siglo XXI.
- Ibáñez, J., García Ferrando, M., & Alvira Martín, F. (2000). *El Análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación*. Madrid : Alianza.
- Jensen, K. (2002). *A Handbook of media and communication research : qualitative and quantitative methodologies*. London : Routledge.
- Jiménez-Morales, M. (2006). *De l'estereotip adult a la realitat preadolescent. Influència del discurs audiovisual publicitari en els trastorns del comportament alimentari en nens i nenes de 8 a 12 anys*. Universitat Pompeu Fabra. <http://hdl.handle.net/10803/7521>
- Jordan, A. B. (2011). Children's Media Policy. International perspectives. *Journal of Children and Media*, 5(01), 1-3. doi:10.1080/17482798.2011.533478
- Joseph, A. (2007). Why Children Should Be Seen and Heard. *Journal of Children and Media*, 1(3), 289-293. doi:10.1080/17482790701532050
- Kalmus, V., Pruulmann-Vengerfeldt, P., Runnel, P., & Siibak, A. (2009). Online Content Creation Practices Of Estonian School children In A Comparative Perspective. *Journal of Children and Media*, 3, 331-348. doi:10.1080/17482790903233333

- Kandemir-Ozdinc, N., & Erdur-Baker, O. (2013). Children and Television News. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 84, 351-355. doi:10.1016/j.sbspro.2013.06.565
- Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación. A R. Aparici (Ed.), *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 41–61). Barcelona: Gedisa.
- Kirwil, L. (2009). Parental Mediation Of Children's Internet Use In Different European Countries. *Journal of Children and Media*, 3(4), 394-409. doi:10.1080/17482790903233440
- Krippendorff, K. (1990). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Newbury Park (Calif.) : Sage.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona : Paidós.
- Krippendorff, K., & Bock, M. A. (2008). *The Content Analysis Reader*. Thousand Oaks, CA : SAGE.
- Krueger, R. A. (1991). *El Grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid : Pirámide.
- Krüger, U. M. (2015). InfoMonitor 2014: Internationale Themen dominieren die aktuelle Berichterstattung. *Media Perspektiven*, 2, 75-104.
- Krüger, U. M. (2009). Altersgerechte Nachrichten für Kinder. *Media Perspektiven*, 11, 577-592.
- Krüger, U. M. (2014). InfoMonitor 2013: Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und Sat.1. *Media Perspektiven*, 2, 62-93.
- Krüger, U. M., & Müller, C. (2011). «logo!» - Kindernachrichten im KI.KA. *Media Perspektiven*, 9, 391-413.
- Lansdown, G. (2000). *Promoting Children's Participation In Democratic Decision-Making*. Florence, Italy : UNICEF.
- Lim, S. S. (2014). Teaching CAM: Preparing Young Scholars for the Ethical Review Process. *Journal of Children and Media*, 8(4), 498-500. doi:10.1080/17482798.2014.953753
- Linebarger, D. L., Chernin, A., & Kotler, J. (2008). «Lazy kids watch TV». *Journal of Children and Media*, 2 (August 2015), 37-55. doi:10.1080/17482790701782788
- Ling, R. (2007). Children, Youth, and Mobile Communication. *Journal of Children and Media*, 1(1), 60-67. doi:10.1080/17482790601005173
- Lippmann, W. (1991). *Public opinion*. New Brunswick (N.J.) [etc.] : Transaction.

- Livingstone, S. (2003). On the Challenges of Cross-National Comparative Media Research. *European Journal of Communication*, 18(4), 477-500.
- Livingstone, S. (2007). Do the Media Harm Children? Reflections on New Approaches to an Old Problem. *Journal of Children and Media*, 1(1), 5-14. doi:10.1080/17482790601005009
- Livingstone, S. (2014). Risk and harm on the internet. A. A. Jordan i D. Romer (Eds.) *Media and the well-being of children and adolescents* (pp. 129-146). Oxford : Oxford University Press.
- Livingstone, S. i Das, R. (2013). The end of audiences?: theoretical echoes of reception amid the uncertainties of use. A J. Hartley, J. Burgess i A. Bruns (Eds.) *A Companion to New Media Dynamics* (pp. 104-121). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Livingstone, S. M. (2002). *Young people and new media : childhood and the changing media environment*. London, UK : Sage Publications.
- Livingstone, S. M., & Lemish, D. (2001). Doing comparative research with children and young people. En *Children and Their Changing Media Environment: a European Comparative Study* (p. 31-50).
- Livingstone, S., & Bulger, M. (2014). A Global Research Agenda for Children's Rights in the Digital Age. *Journal of Children and Media*, 8(4), 317-335. doi:10.1080/17482798.2014.961496
- Livingstone, S., & Haddon, L. (2009). Kids Online: Opportunities and Risks for Children.
- Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2010). Designing a European project on child internet safety: reflections on comparative research in practice.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2013). Children, internet and risk in comparative perspective. *Journal of Children and Media*, (August 2015), 1-8. doi:10.1080/17482798.2012.739751
- Livingstone, S., & Tsatsou, P. (2009). Children and the Internet: A multinational research agenda. *Journal of Children and Media*, 3(4), 309-315. doi:10.1080/17482790903233317
- Lobe, B., Livingstone, S., & Haddon, L. (2007). Researching children's experiences online accross countries: issues and problems in methodology. *status: published*.
- Martín, A. (1967). Apuntes para una historia de los tebeos. Los periódicos para la infancia. *Revista de Educación*, 194, 98-106.
- Masanet, M.-J. (2015). *Representació mediàtica i interpretació adolescent de la sexualitat i la relació amorosa en la ficció seriada*. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra. Disponible a <http://www.tdx.cat/handle/10803/292732>

- Masanet, M.-J., Contreras, P. i Ferrés, J. (2013). Highly qualified students? Research into the media competence level of Spanish youth. *Communication & Society*, 26(4), 217–234.
- Masanet, M.-J. i Buckingham, D. (2015). Advice on life? Online fan forums as a space for peer-to-peer sex and relationships education. *Sex Education. Sexuality, Society and Learning*, 15 (5 -Special Issue: Entertainment Media's Evolving Role in Sex Education-), 486–499. doi:10.1080/14681811.2014.934444
- Masip, P. Guallar, J.; Suau, J.; Ruiz, C.; Peralta, M. (2015). News and social networks: audience behaviour. *El Profesional de la Información*, 24(4): 363-370.
- Masur, E. F., Flynn, V., & Olson, J. (2015). The Presence of Background Television During Young Children's Play in American Homes. doi:10.1080/17482798.2015.1056818
- Matthews, J. (2007). Creating a new(s) view of the environment: How children's news offers new insights into news form, imagined audiences and the production of environmental news stories. *Journalism*, 8(4), 428-448. doi:10.1177/1464884907078658
- Matthews, J. (2003). Cultures of Production: the making of children's news. En S. Cottle (Ed.). *Media Organization and Production*.
- Matthews, J. (2009). «Making It Our Own» BBC Newsround Professionals and Their Efforts to Build a News Agenda for the Young. *Television and New Media*, 10(6), 546-563.
- Matthews, J. (2005). «Out of the Mouths of Babes and Experts»: children's news and what it can teach us about news access and professional mediation. *Journalism Studies*, 6(4), 509-519. doi:10.1080/14616700500250404
- Matthews, J. (2009). Negotiating News Childhoods. *Journal of Children and Media*, 3(1), 2–18. doi:10.1080/17482790802576949
- Matthews, J. (2008). A Missing Link? The imagined audience, news practices and the production of children's news. *Journalism Practice*, 2(2), 264-279. doi:10.1080/17512780801999402
- Matthews. Juilan. (2005). "Out of the Mouths of Babes and Experts", Children's News and What It Can Teach Us about News Access and Professional Mediation. *Journalism Studies*, 6(4), 509-519.
- Mattusch, U. (1995). Nachrichten im Kinderprogramm. Kinder und Nachrichten. En H. D. et al. Erlinger (Ed.), *Handbuch des Kinderfernsebens* (p. 307-320).

- Mauri de los Ríos, M., Figueras-Maz, M. (2012). Juventud y discurso mediático. El tratamiento periodístico de las personas jóvenes en los medios de Cataluña. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 3, 39-58.
- Mazzarella, S. R., & Pecora, N. (2007). Revisiting Girls' Studies. *Journal of Children and Media*, 1(2), 105-125. doi:10.1080/17482790701339118
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda : the mass media and public opinion*.
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 1-20.
- McQuail, D. (2010): *McQuail's Mass Communication Theory*, London: Sage.
- McQuail, D. (2007): "Communication and technology: beyond determinism?" (27-40. or.) in Carpentier, N.; pruulmann-Vengerfeldt, P.; Nordenstreng, K.; Hartmann, M.; Vihalemm, P.; Cammaerts, B.; Nieminen, H. (eds.) (2007): *Media Technologies and Democracy in an enlarged Europe*, Tartu: Tartu University Press http://www.researchingcommunication.eu/reco_book3.pdf.
- McQuail, D. (2001): "The consequences of European media policies and organisational structures for cultural diversity" (73-92) a Bennet, T. (2001): *Differing diversities: Transversal study on the theme of Cultural Policy and Cultural Diversity*, Strasbourg: Council of Europe Publishing http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/completed/diversity/EN_Diversity_Bennett.pdf.
- McQuail, D. (1992): Media performance. *Mass communication and the public interest*, London: Sage.
- Mensing, D. (2010). Rethinking [Again] the Future of Journalism Education. *Journalism Studies*, 11(4), 511-523. doi:10.1080/14616701003638376
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Markov, A., Grossman, R., & Bulger, M. (2015). Believing the Unbelievable: Understanding Young People's Information Literacy Beliefs and Practices in the United States. *Journal of Children and Media*, 9(3), 325-348. doi:10.1080/17482798.2015.1056817
- Meyen, M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S., & Riesmeyer, C. (2011). *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft: Eine praxisorientierte Einführung*. VS Verlag.
- Miller, S. (2010). «I Am What You Make Me. I Am Who I Am». *Journal of Children and Media*, 4(4), 418-434. doi:10.1080/17482798.2010.510009
- Montgomery, K. (2015). Children's Media Culture in a Big Data World. *Journal of Children and Media*, 9(2), 266-271. doi:10.1080/17482798.2015.1021197

- Montgomery, K. C. (2011). Balancing the Needs of Young People in the Digital Marketplace. *Journal of Children and Media*, 5(3), 334-337. doi:10.1080/17482798.2011.584384
- Moore-Russo, D., Buchheit, J., & Walker, E. T. (2013). Cognitive and social themes in children's public television programming in the United States. *Journal of Children and Media*, 7(2), 253-272. doi:10.1080/17482798.2012.712919
- Moran, K. C. (2010). Parents' perceptions of preschool television. *Journal of Children and Media*, 4(4), 468-483. doi:10.1080/17482798.2010.510015
- Morrison, D. E. (1998). *The Search for a method: focus groups and the development of mass communication research*. Luton : University of Luton Press.
- Narberhaus, M. (2013). Los informativos infantiles en Europa: la agenda informativa de Newsround (BBC), Logo (ZDF) e Info-K (TVC). En Clara Janneth Santos Martínez (Ed.), *Análisis audiovisual y publicitario actuales* (p. 307-326).
- Nathanson, A. I. (2010). Using television mediation to stimulate nontraditional gender roles among Caucasian and African American children in the US. *Journal of Children and Media*, 4(2), 174-190. doi:10.1080/17482791003629644
- Nikken, P., & Schols, M. (2015). How and Why Parents Guide the Media Use of Young Children. *Journal of Child and Family Studies*, 24(11), 3423-3435. doi:10.1007/s10826-015-0144-4
- Organització de les Nacions Unides. (1989). *Convenció sobre els Drets de l'Infant*.
- Pathak-Shelat, M., Kotilainen, S., & Hirsjärvi, I. (2015). A Polycentric Approach to Comparative Research: Reflections on an International Youth Media Participation Study. *Journal of Children and Media*, 9(3), 386-393. doi:10.1080/17482798.2015.1053645
- Pecora, N., & Lustyik, K. (2011). Media Regulation and the International Expansion of Nickelodeon. *Journal of Children and Media*, 5(1), 4-19. doi:10.1080/17482798.2011.533482
- Pereira, S. (2005). A Qualidade na Televisão para Crianças. *Comunicar*, XV(25), 1-23.
- Pfaff-Rüdiger, S. (2010). *Lesemotivation und Lesestrategien. Der subjektive Sinn des Bücherlesens für 10- bis 14-Jährige*. Lit. Verlag, Mediennutzung, 17.
- Piotrowski, J. T. (2014). The relationship between narrative processing demands and young American children's comprehension of educational television. *Journal of Children and Media*, (April 2015), 1-19. doi:10.1080/17482798.2013.878740

- Piotrowski, J. T. (2014). Teaching CAM: Incorporating Digital Media into CAM Pedagogy. *Journal of Children and Media*, 8(4), 505-507. doi:10.1080/17482798.2014.953756
- Piracón, J. A. i Palma, C. J. (2010), Nuevas subjetividades infantiles y medios audiovisuales de comunicación. *Revista de Psicología* [en línea] 2010, 19 (Agosto-Diciembre) : [Consulta: 29 de juny de 2016]. Disponible: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26416966006>>
- Prinsloo, J. (2012). Mediated Boyhoods: Boys, Teens and Young Men in Popular Media and Culture. *Journal of Children and Media*, 6(2), 276-279. doi:10.1080/17482798.2012.662038
- Pujadas Capdevila, E. (2001). *Els discursos sobre la «televisió de qualitat». Àmbits de referència i perspectives d'anàlisi*. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona.
- Reig, R. (2005). Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes. *Comunicar*, 13(25), 63–70.
- Ribak, R. (2007). Children&New Media. *Journal of Children and Media*, 1(1), 68-76. doi:10.1080/17482790601005181
- Rich, M., Bickham, D. S., & Wartella, E. (2015). Methodological Advances in the Field of Media Influences on Children. *American Behavioral Scientist*, 59(14), 1731-1735. doi:10.1177/0002764215596557
- Riddle, K., Cantor, J., Byrne, S., & Moyer-Gusé, E. (2012). «People Killing People on the News»: Young Children's Descriptions of Frightening Television News Content. *Communication Quarterly*, 60(2), 278-294. doi:10.1080/01463373.2012.669340
- Riesmeyer, C., Pfaff-Rüdiger, S. & Kümpel, A.. (2016). Wenn Wissen zu Handeln wird: Medienkompetenz aus motivationaler Perspektive A: *Me&K Medien & Kommunikationswissenschaft*, p. 36 – 55. *Me&K*, Jahrgang 64 (2016), Heft 1, ISSN print: 1615-634X, ISSN online: 1615-634x, doi: [10.5771/1615-634X-2016-1-36](https://doi.org/10.5771/1615-634X-2016-1-36)
- Roche, J. (1999). Children: Rights, participation and citizenship. *Childhood*, 6(4), 475-493.
- Rodrigo, M., & Aran, S. (2013). La noción de violencia en la ficción televisiva: la interpretación infantil. *Comunicar*, 40(20), 155-165.
- Ruiz, X. (2008). La imagen pública de la inmigración en las series de ficción. *Quaderns del CAC*, 23-24.
- Ruiz-San Román, J. A., Ortiz-Sobrino, M. Á., & Díaz-Cerveró, E. (2013). TV Broadcasters and Research on TV and Children. *Comunicar*, 20(40), 137-144. doi:10.3916/C40-2013-03-04
- Ruß-Mohl, S. (1994): *Der I-Faktor: Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus – Modell für Europa?*, Zürich: Edition Interfrom.

- Ruß-Mohl, S. (2003): "Towards a European Journalism? – Limits, opportunities, challenges", *Studies in Communication Sciences*, 3(2) zenb., 203-216. Or
- Ruß-Mohl, S. (2004): "Two «magic recipes» for more Journalistic Quality", *Werbewoche*, 14. zenb. in European Journalism Observatory http://www.ejo.ch/index.php?option=com_content&task=view&id=574&Item-id=196.
- Ruß-Mohl, S. (2005): "Qualität" (374-381. or.) in Weischenberg, S.; Kleinsteuber, H. J.; Pörksen, B. (arg.) (2005): *Handbuch Journalismus und Medien*, Konstanz : UVK.
- Ryan, E. L. (2011). The Emerging Media Toddlers. *Journal of Children and Media*, 5(3), 338-340. doi:10.1080/17482798.2011.584385
- Sánchez Carrero, J. (2008). «Telediario infantil»: recurso para el aprendizaje en TV. *Comunicar*, 16(31), 153-158. doi:10.3916/c31-2008-01-019
- Sánchez, J. (2009). El periodismo ciudadano infantil y adolescente: blogs y telediarios producidos por los más pequeños. En *Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Tenerife: Universidad de La Laguna.
- Schaan, V. K., & Melzer, A. (2015). Parental Mediation of Children's Television and Video Game use in Germany: Active and Embedded in Family Processes. *Journal of Children and Media*, 9(1), 58-76. doi:10.1080/17482798.2015.997108
- Schreier, M. (2012). *Qualitative Content Analysis in practice*. SAGE.
- Schumacher, G., & Hammer, D. (2014). «logol»: Fernsehnachrichten für Kinder - Akzeptanz und Gefallen. *Media Perspektiven*, 1, 21-32.
- Scroll, P., & For, D. (2014). Introduction to Special Section: Teaching CAM. *Journal of Children and Media*, 8(4), 491-491. doi:10.1080/17482798.2014.953750
- Scroll, P., & For, D. (2007). A Guide to International Events in Children's Media. *Journal of Children and Media*, 1(1), 93-100. doi:10.1080/17482790601005256
- Shade, L. R. (2011). Mediated Girlhoods: New Explorations of Girls' Media Cultures, (August 2015), 1-14. doi:10.1080/17482798.2012.662034
- Signorielli, N. (2007). How Are Children and Adolescents Portrayed on Prime-Time Television. En S. R. MAZZARELLA (Ed.), *20 Questions About Youth and the Media* (p. 167-178). New York : Peter Lang.
- Sihvonen, M. (2015). «We Are More Serious»—Children's Television in Finland and Paradigmatic Shifts in Yleisradio's Children's

- Programming. *Journal of Children and Media*, 9(2), 177-193.
doi:10.1080/17482798.2015.1015434
- Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research*. London : Sage.
- Simon, J., & Merrill, B. D. (1997). The Next Generation of News Consumers: Children's News Media Choices in an Election Campaign. *Political Communication*, 14, 307-321.
- Slavtcheva-Petkova, V. (2013). 'I'm from Europe, but I'm Not European'. *Journal of Children and Media*, 7(3), 349-365.
doi:10.1080/17482798.2012.740416
- Smith, S. L., & Wilson, B. J. (2000). Children's Reaction to a Television News Story. The Impact of Video Footage and Proximity of Crime. *Communication Research*, 27(5), 641-673.
- Sowka, A., Klimmt, C., Hefner, D., Mergek, F., & Possler, D. (2015). Die Messung von Medienkompetenz. *Medien&Kommunikationswissenschaft*, 63(1), 62-82.
- Staksrud, E. (2014). Teaching CAM: From «The Ideal» to «The Real». *Journal of Children and Media*, 8(4), 501-504. doi:10.1080/17482798.2014.953755
- Stewart, D. W., & Shamdasani, P. N. (1990). *Focus groups: theory and practice*. Newbury Park (Calif.) : Sage.
- Strasburger, V. C., Wilson, B. J., Funk, J. B., Donnerstein, E. I., & McCannon, B. (2002). *Children, adolescents*. Thousand Oaks : Sage Publications.
- Swartz, S. (2011). 'Going deep' and 'giving back': strategies for exceeding ethical expectations when researching amongst vulnerable youth. *Qualitative Research*, 11(1), 47-68.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (Ed.). (2010). *Mixed methods in Social & Behavioral Research*.
- Tur Viñes, V., & Francés Barceló, M. (2003). *De la experiencia de producto a la experiencia del consumidor. Acerca De La Programación Infantil*.
- Tur Viñes, V. (2005). Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a niños.
- Udo, V., Krüger, M., & Müller, C. (2014). «logol»: Fernsehnachrichten für Kinder – Inhaltsanalyse. *Media Perspektiven*, 1, p. 2-20.
- UNICEF. (s.d.). *Convention on the Rights of the Child*. Recuperat de <http://www.unicef.org/crc/>
- Vaala, S. E., & Hornik, R. C. (2014). Predicting US Infants' and Toddlers' TV/Video Viewing Rates: Mothers' Cognitions and Structural Life

- Circumstances. *Journal of Children and Media*, 8(2), 163-182. doi:10.1080/17482798.2013.824494
- Vandoninck, S., d'Haenens, L., & Roe, K. (2013). Online Risks. *Journal of Children and Media*, 7(1), 60-78. doi:10.1080/17482798.2012.739780
- Vega-Casanova, J., & Lafaurie-Molina, A. (2013). A Children's Observatory of Television: «Observar TV», a Space for Dialogue between Children. *Comunicar*, 20(40), 145-153. doi:10.3916/C40-2013-03-05
- Wartella, E., & Robb, M. (2007). Young Children, New Media. *Journal of Children and Media*, 1(1), 35-44. doi:10.1080/17482790601005207
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis*. Sage.
- Weerakkody, N. (2015). *Research methods for media and communication*. Oxford : Oxford University Press.
- Wells, K. (2008). Child Saving or Child Rights. *Journal of Children and Media*, 2(3), 235-250. doi:10.1080/17482790802327475
- Williams, A., & Thurlow, C. (2005). *Talking adolescence perspectives on communication in the teenage years*. New York : Peter Lang Publishing.
- Words, E. Y. (2005). La televisión que queremos... si realmente queremos lo que decimos. *Comunicar*, XV(25), 71-77.
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative Research from Start to Finish*. U.S.A. : Guilford Publications.
- Zubayr, C., & Geese, S. (2005). Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. *Media Perspektiven*, 4, 152-162.

ANNEXOS

ANNEX 1

Plantilla per a l'observació semi-estructurada de les notícies

Núm. Identificació CAMP NUMÈRIC

Codi fitxa (país/data/posició dins l'informatiu) DESCRIPCIÓ

Data emissió CAMP NUMÈRIC

Durada (minuts) CAMP NUMÈRIC

Posició dins l'informatiu CAMP NUMÈRIC

Descriptiu notícia DESCRIPCIÓ

TEMES DE L'AGENDA INFORMATIVA SELECCIÓ MÚLTIPLE

Política

Internacional

Economia

Societat

ANIMALS

CIÈNCIA

EDUCACIÓ

ESTILS (MODA, GASTRONOMIA, GENT)

MEDI AMBIENT

METEOROLOGIA

RELIGIÓ

SALUT

SUCCESSOS

TECNOLOGIA

TREBALL

Cultura

CINEMA

CIRC

ESCULTURA

FOTOGRAFIA

HISTÒRIA

LITERATURA

MÚSICA

PINTURA

POPULAR (GEGANTS, CASTELLS)

TEATRE

Esports

ALPINISME

BÀSQUET

CICLISME

EQUITACIÓ

EXTREMS

FUTBOL

HANDBOL

POLIESPORTIU

Mèdia

RÀDIO

TELEVISIÓ

El temps

Resum

Agenda infantil QUADRE DE VERIFICACIÓ SI/NO

QUALITAT INFORMATIVA

1. Informació d'actualitat QUADRES DE VERIFICACIÓ

- Tema d'ACTUALITAT

- Tema ATEMPORAL

2. Inclusió d'experiències Presència d'infants mostrant experiències reals de la seva vida actual. *QUADRE DE VERIFICACIÓ SI/NO*

3. Promoció de la diversitat Diversitat i pluralitat humana (presència de temes, individus i personatges propis d'altres cultures i ètnies) *QUADRES DE VERIFICACIÓ PRESÈNCIA/ABSÈNCIA*

- ètnica (immigració; diferents països)
- religiosa
- gènere

4. Promoció de valors Presentació de valors humans i socials positius i que estimulen comportaments humans concrets referits a ell/a mateix/a als altres. *QUADRES DE VERIFICACIÓ*

- afany de coneixement (exploració, descoberta, creativitat)
- civisme ciutadà
- convivència
- educatiu
- foment de l'amistat
- identitat cultural
- identitat personal
- inconformisme (actitud crítica)
- manifestacions afectives apropiades a l'edat
- promoció i respecte dels drets humans
- reflexió
- resolució positiva de conflictes (diàleg)
- respecte al medi natural/medi ambient
- respecte i integració de les diferències
- responsabilitat
- salut
- solidaritat
- tolerància
- Altres valors: *CAMP OBERT*

5. Escenes i comportaments que puguin atemptar contra el respecte, els drets humans o la dignitat humana, o resultar discriminatoris Comprovar que s'acompleixen sense dubtes els criteris restrictius establerts pel CAC i altres organismes internacionals. *QUADRE DE VERIFICACIÓ (indica presència, i es comenta el cas al camp "ÈTICA")*

Escenes que contenen:

- Discriminacions
- Manca de respecte a les persones
- Vulneració dels drets humans o de la dignitat humana

6. Estimulació (captar l'interès sense renunciar al rigor) *QUADRES DE VERIFICACIÓ*

- Propostes de reflexió (pensament a partir de preguntes)
- Imaginació (estimulació directa "imagineu que...")
- Coneixement (descobrimet de temes científics, polítics i socials, art i cultura; tractament d'aquests temes a partir d'activitats pedagògiques)

7. Promoció de la interactivitat en el mateix programa (presència explícita de vies de contacte de l'espectador, referències a la web). *DESCRIPCIÓ*

8. Rols narratius dels nens (diverses possibilitats de desenvolupament de cada rol en l'estructura narrativa) *QUADRE DE VERIFICACIÓ*

- Subjecte d'estat
- Subjecte de l'acció
- Objecte de valor
- Indeterminat

9. Originalitat Que innovi i en faci referència. *CAMP OBERT*

10. Imatge: gràfics Si ajuden a entendre el contingut. Coherència amb el text.
DESCRIPCIÓ

11. Imatge: coherència narrativa Si complementa adequadament el tema que acompanya. *DESCRIPCIÓ*

12. So: música Si complementa adequadament el tema que acompanya.
DESCRIPCIÓ

13. So: efectes Si complementen adequadament el tema que acompanyen.
DESCRIPCIÓ

14. Descodificació mitjans Espai per ajudar els infants de l'audiència a interpretar de manera crítica les imatges i els continguts audiovisuals (ex. Inforeporter). *CAMP OBERT*

15. Ètica *OBERT*

(Descripció oberta, si afecta en algun aspecte el tresor o si genera conflictes ètics.)

INTERÈS DEL CAS

(Cas interessant per algun aspecte del seu contingut o forma, innovació en el plantejament, etc.)

Altres anotacions:

- Alteracions respecte altres notícies (canvi presentador, etc.).
- Problemes durant el visionat (defectes gravació, àudio...).

ANNEX 2

Notícies analitzades

Notícies de Newsround

Referència	Tema
UK130501-1	Soldats britànics morts a Afganistan
UK130501-2	Esportistes professionals treballen en programes per mantenir els joves actius físicament
UK130501-3	Pel·lícula gravada amb àtoms, la més petita del món
UK130501-4	Científics estan provant noves pintures que brillen a la foscor segons la temperatura per utilitzar a les carreteres
UK130502-1	Atacs a escaladors a l'Everest, relació amb sherpas
UK130502-2	Estadis Rugby World Cup 2015 Anglaterra
UK130502-3	Western Cape South Africa mesures seguretat per taurons
UK130502-4	Participació: coses importants a fer abans de fer els 11 i 3/4
UK130502-5	Tancament: Què passa quan hi ha una explosió al sol? (Fotografia)
UK130503-1	Ocells marins del sud d'Anglaterra en perill per substància enganxosa contaminant que es llença al mar. Nens d'una escola han iniciat campanya per salvar-los, demanant al Govern que canviï la llei que permet abocar aquestes substàncies al mar.
UK130503-2	UKIP nova força al Regne Unit (Partit per la independència del Regne Unit) en eleccions municipals
UK130503-2	El britànic Christopher Froome (Sky Team) guanya el segon Tour de France
UK130503-3	Alerta per desprendiments de penya-segats a les platges
UK130503-4	Comentaris dels espectadors respecte a tenir millors amics o no, després de la recomanació d'un mestre de no tenir millors amics sinó grans grups d'amics
UK130506-1	Accident d'una família amb dos morts quan una llanxa es va descontrolar al mar
UK130506-3	Debat entorn la impressió 3D per la creació als EUA d'una arma de foc amb aquesta tecnologia
UK130506-4	Cap de setmana molt calorós, opinió espectadors de com l'han passat a través de la web
UK130506-5	Càmera mòbil capta accident en escena durant concert de Justin Bieber
UK130506-6	Dependenta d'un take-away es defensa d'un robatori amb salsa chili
UK130507-1	El dilema de les portades de llibre - l'Autora Jacqueline Wilson manifesta que no vol portades roses perquè aquestes allunyen els nens de llegir els seus llibres, que els veuen "de nenes"
UK130507-2	Google glasses - les ulleres de Google seran el nou gadget de moda, però els menors de 13 anys no les podran utilitzar perquè poden ser nocives per als ulls
UK130507-3	Senglar blanc ha tornat a Anglaterra després de gairebé extingir-se
UK130507-4	Ciclista britànic Bradley Wiggins de l'equip SKY perd temps al Giro d'Itàlia, seria el primer britànic en guanyar-lo
UK130508-1	L'entrenador del Manchester United Sir Alex Fergusson s'acomiada després de 26 anys. El club britànic amb més èxits de la història
UK130508-2	La Reina presideix la obertura del Parlament britànic per 59a vegada
UK130508-3	Condicions climàtiques extremes a l'Antàrtida, fotos enviades per l'equip que prova de ser el primer en creuar el continent a l'hivern
UK130508-4	Descobriments científic a Canadà del que podria ser la rassa més antiga de dinosaure
UK130509-1	David Moyes confirmat com a nou entrenador del Manchester United
UK130509-2	Nou estudi diu que dos terços dels nens i nenes anglesos no dormen prou perquè juguen fins tard amb gadgets
UK130509-3	Els nens i nenes de 12 anys són els que tenen major risc de ser ferits o morts pel trànsit quan caminen.
UK130509-4	Muntanya russa amb més loops del món (14)
UK130510-1	Dona trobada amb vida després de 17 dies sota edifici ensorrat a Bangladesh
UK130510-2	Estudi sobre el son dels nens
UK130510-3	Erugues plaga tòxica
UK130510-4	Tancament: Pacific tube award (surf)
UK130513-1	Debat sobre la participació de nens en programes com "Britain's got talent"
UK130513-2	Comiat Sir Alex Fergusson, entrenador Manchester United per 26 anys i rua Champions Premier League 2013
UK130513-3	Mary, nena (11 anys) més jove nominada al Sony Radio Award
UK130513-4	Justin Bieber show
UK130514-1	Entrenador Manchester City Roberto Mancini cessat pel club després d'una mala temporada
UK130514-2	El Príncep Harry visita pobles afectats per tempesta
UK130514-3	Menjar insectes podria ser la clau per combatre la gana al món, segons les Nacions Unides
UK130515-1	La defunció d'un espia americà a Rússia causa una tempesta diplomàtica
UK130515-2	Nens i nenes participen en estudi Xtreme Everest 2 per demostrar resistència. Nens participants entrevistats a l'estudi del programa.

UK130515-3	Prèvia Chelsea-Benfica UEFA Europaleague
UK130515-4	Vistes des de la construcció d'edifici a Nova York al World Trade Center al lloc on les destruïdes torres bessones pel 11-S
UK130516-1	David Beckham anuncia la seva retirada del futbol
UK130516-2	Repor: nens que fan de cuidadors massa joves a Anglaterra per circumstàncies familiars, això pot tenir conseqüències per a ells
UK130516-3	El grup de música One-Direction anuncia gira mundial per l'any que ve
UK130517-1	Tribut del futbolista Frank Lampard al seu company Beckham per la seva retirada i peça sobre per què Beckham era famós més enllà del futbol
UK130517-2	Accident fàbrica roba a Bangladesh provoca que grans marques diguin que firmen acord per a la millora de condicions dels treballadors.
UK130517-3	Han acabat els exàmens SAT
UK130517-4	S'estudia la població de frarets (ocells), coneguts com els pallassos del mar, a Nord Anglaterra.
UK130520-1	Tim Peake, primer oficial astronauta del Regne Unit
UK130520-2	A Gal·les els pares hauran de pagar si els seus fills fan campana repetidament
UK130520-3	Tornado a Oklahoma ha fet grans destrosses a Amèrica
UK130520-4	Taylor Swift i Justin Bieber premiats als Premis Billboard EUA de música
UK130521-1	Tornado Oklahoma
UK130521-2	Recuperació de l'ocell grulla vermella (red crane), extingit a Gran Bretanya des de fa 400 anys
UK130521-3	Tancament: shows i persones que diuen adéu com "Dancing on Ice" i Lisa, jutge de "The X Factor" de la ITV.
UK130522-1	Nombre de refugiats a Síria creix massivament, segons l'ACNUR
UK130522-2	La fauna salvatge de Gran Bretanya en perill, està disminuint molt
UK130522-3	Microsoft presenta la seva XBOX ONE
UK130522-4	The X Factor revela els secrets per a la propera temporada de la sèrie
UK130523-1	Confrontació entre dos dels millors golfistes del món: Sergio Garcia diu "fried chicken" a Tiger Woods ("Pollastre fregit" és un estereotip associat als negres del sud profund dels Estats Units).
UK130523-2	La UEFA planifica sancionar el racisme en les seves competicions
UK130523-3	Alerta de que la meitat de nens i nenes en edat escolar a Anglaterra no saben nedar
UK130523-4	Concurs "Absolute Genius" de la CBBC per presentar invents: revelació de qui serà el jurat i recordatori de que només queda un dia per presentar-s'hi
UK130524-1	Ferida per un tigre la treballadora d'un zoo de Cambria
UK130524-2	Estereotips arran del cas dels golfistes Tiger Woods-Sergio Garcia i el "fried chicken"
UK130524-3	Estudis recents diuen que la meitat d'escoles de primària del Regne Unit no tenen prou kits per fer experiments de ciències
UK130528-1	Polèmica per les gravacions amb mòbils als concerts
UK130528-2	Guerra a Síria més de dos anys, discussió sobre si s'hi ha d'enviar o no armes
UK130528-3	EUA talen boscos per electricitats i Europa ho critica per frenar canvi climàtic: Regne Unit es planteja comprar-los
UK130529-1	Terratrèmol Gal·les, experiència més important en 30 anys
UK130529-2	90 presoners retornats per l'exèrcit britànic a autoritats de l'Afganistan
UK130529-3	Salt home amb vestit especial per commemoració 60 anys primera ascensió a l'Everest
UK130529-4	Esports que podrien ser Olímpics el 2020: squash, baseball...
UK130529-5	Nou equip arriba a l'estació espacial internacional
UK130530-1	A Nord-Anglaterra es plantegen prohibir la venda de menjar ràpid per emportar calent en horari escolar per a que els nens i nenes mengin més sa
UK130530-2	El vaixell Mary Rose recreat en detall al museu
UK130530-3	Tornado al Nord d'Itàlia
UK130530-4	Primavera més freda a UK en 50 anys
UK130530-5	Nova exposició a Museu de Londres sobre armes i sorgeix la pregunta és adequat que els nens i nenes juguin amb armes de joguina?
UK130530-6	Nou rècord mundial de trencar 12 quadrats de fusta amb el puny a l'aire a 16.000 peus als EUA
UK130530-7	Primera Ministra d'Austràlia atacada amb un entrepà durant visita a una escola

Notícies de Logo

Referència	Tema
DE130502-1	Final Champions Bayern-Dortmund apostes qui guanyarà
DE130502-2	Telekom aboleix contractes de tarifa plana per Internet
DE130502-3	Nous bitllets de 5€
DE130502-4	Celebració del Dia de l'església evangèlica
DE130502-5	Nou parc per a skaters d'Hamburg
DE130502-6	El temps
DE130503-6	Bundestagswahl d'aquí a 5 mesos: acció "la teva elecció"/Eure Wahl de Logo amb la Bundeszentrale für Politische Bildung: demanen que els nens diguin sobre quin tema s'han de preocupar els polítics. Participació de classes i resultat es publica a Logo el 7 de juny de 2013 es pot guanyar 3000 euros per un viatge de classe a Berlin, un taller de reportatge per a nens i un taller de còmic per a nens a l'escola. Participació a través de Logo.de
DE130506-1	Procés judicial per Beate Zschäpe (NSU) acusada de participar el l'assassinat de 10 persones
DE130506-2	Construcció d'un cotxe de joguina "bobbie-car" que arriba a 130km/h
DE130506-3	Dia sense cotxes a Rabat (Marroc) i foment de les bicicletes
DE130506-4	Cursa solidaria pel fang a Anglaterra
DE130506-5	Young Audience Award: Joves de 8 països europeus trien la seva pel·lícula preferida, guanya Zig-zag Kind (NL)
DE130506-6	El temps
DE130507-1	Els cascs de bici han estat provats i es presenten els resultats
DE130507-2	Congrés dels Jueus a Budapest: què és l'antisemitisme?
DE130507-3	Cap del FC Bayern München Uli Hoeness defrauda impostos a l'estat alemany
DE130507-4	Nova web per a nens a la xarxa juki.de
DE130507-5	Rinoceronts africans a Sudàfrica són morts per caçadors
DE130507-6	El temps i comiat
DE130508-1	S'ha investigat quanta estona de son necessiten els alumnes
DE130508-2	La bioinvasió
DE130508-3	Investigadors busquen a l'Atlàntic restes de l'antic continent Gondwana
DE130508-4	Fira de la bici a la Xina
DE130508-5	Torneig de salts de cavall a Warendorf
DE130508-7	El temps i comiat
DE130509-1	Festiu Christi Himmelfahrt (Ascensió, festiu a Alemanya): què se celebra?
DE130509-2	Dia del pare (a Alemanya): enquesta a nens de com ho han celebrat
DE130509-3	Trobada a Leipzig d'experts de Diabetis: reportatge sobre la diabetis tipus 1
DE130509-4	Nous bitllets de 5€ no funcionen en algunes màquines de venda automàtica del transport públic
DE130509-5	A Parc Natural de la Índia compten els animals: la població ha crescut
DE130509-6	Estrena de la pel·lícula "Schimpansen"
DE130509-7	La cantant Cristina Stürmer serà la setmana que ve al plató i poden enviar preguntes per fer-li
DE130509-8	El temps i comiat
DE130510-1	Visita d'Angela Merkel als soldats alemanys a Afganistan
DE130510-2	Cimera Mundial dels Joves per la sostenibilitat a Berlín
DE130510-3	Nens Romania viuen sense pares pq emigren a altres països de la UE per guanyar diners
DE130510-4	Eclips solar Austràlia
DE130510-5	El temps
DE130513-1	Trobada a Münster per millorar condicions ciclistes; diferents situacions
DE130513-2	Conflicte Síria-Turquia per atemptat bomba a Turquia
DE130513-3	Onada de gel Canadà i EUA
DE130513-4	Observació ocells per estudi Deutscher Naturschutzbund
DE130513-5	Situació treballadors fàbriques roba Bangladesh, reportatge sobre en què ens podem fixar quan comprem roba
DE130513-6	El Temps
DE130514-1	Nova normativa per les suggerències dels motors de cerca a internet
DE130514-2	Angela Merkel es troba amb experts per parlar del futur de la població: envelliment
DE130514-3	Participació Alemanya a Eurovisió amb Cascada i el seu "Glorious": polèmica perquè s'assembla al que va guanyar l'any passat, "Euphoria" de Noruega, aquest es cantarà a la prèvia del festival amb el suport de cor de nens i nenes
DE130514-4	Astronautes tornen a la terra després de missió a la Estació Espacial Internacional
DE130514-5	Escola pilot sense notes, sense classes
DE130514-6	El temps i comiat
DE130515-1	Cimera sobre pesca a Brussel·les pel problema de que es pesquen massa peixos
DE130515-2	Conflicte Mali i reportatge sobre nena que explica la seva experiència durant la ocupació islamista

DE130515-3	L'entrenador del Bremen Schaaf marxa
DE130515-4	TKW Kiel guanya lliga d'Handbol a Alemanya
DE130515-5	Estrena de la pel·lícula Epic
DE130515-6	Properament a l'estudi entrevista al cantant Tim Bendzko: demanen participació amb preguntes a través de la web
DE130515-7	El temps i comiat
DE130516-1	Dia d'acció d'organitzacions d'ajuda humanitària alemanyes pels més de dos anys de guerra civil Síria
DE130516-2	Espionatge de serveis secrets del Govern a l'agència AP (EUA): com funciona una agència de notícies, explicació del concepte de llibertat de premsa
DE130516-3	Barbie-dreamhouse obre a Berlín en una exposició a mida real sobre la nina i manifestació en contra
DE130516-4	Cybermobbing: estudi revela que un de cada 6 joves a Alemanya ha patit mobbing per internet. Exemple professor de Wiesbaden que lluita en contra del cybermobbing
DE130516-5	Promo concurs "Eure Wahl"
DE130516-6	El temps i comiat
DE130517-1	Polítics alemanys discuteixen sobre deixalles atòmiques
DE130517-2	Enquesta diu que un de cada 5 homosexuals ha estat amenaçat per la seva condició sexual: 17 de maig dia internacional contra la homofòbia
DE130517-3	Ànec de goma gegant que s'exposa als ports del món s'ha desinflat a Hong Kong
DE130517-4	Diamant preciós gegant subhastat a Suïssa com el més car del món
DE130517-5	Federació alemanya d'handbol vol que més persones juguin a handbol i ha fet acció a les escoles: 25 entrenaran amb jugadors professionals
DE130517-6	El temps i comiat
DE130521-1	Tornado Oklahoma 24 morts
DE130521-2	Fracking, tema polèmic a la UE per extracció gas de la Terra
DE130521-3	Estudi UE sobre condicions de l'aigua als llacs, rius i mars
DE130521-4	Rinoceront blanc neix a un zoo d'Austràlia, animals en perill d'extinció
DE130521-5	Cantant austríaca Christina Stürmer, entrevista pel seu nou single "Millionen Lichter" (Milions de llums)
DE130521-6	Promo del programa "Eure Wahl" (Elecció vostra), poden participar classes a la Bundeszentrale für Politische Bildung proposant el tema del que els polítics s'haurien de preocupar especialment aviat. Hi ha premi: 3.000€ per viatge de la classe a Berlín o Workshop de reporters i còmic a l'escola.
DE130521-7	El temps
DE130522-1	Tornado Oklahoma
DE130522-2	Elefants en perill d'extinció: dia de la varietat animal
DE130522-3	Prèvia final de la Champions en tres dies a Londres Bayern-Dortmund. Filharmònica de Baviera dona suport al Munich
DE130522-4	Dissenyadora de Canadà incorpora tecnologia en els seus dissenys de moda
DE130522-5	Nens i nenes de famílies immigrants fan classes extra d'alemany
DE130522-6	El temps i comiat
DE130523-1	Mal temps a Alemanya tot i la primavera
DE130523-2	Celebració dels 150 anys del partit polític SPD
DE130523-3	Prèvia Champions Bayern i Dortmund: animals oracles preveuen el guanyador
DE130523-4	50 anys del personatge Michel d'Astrid Lindgren
DE130523-5	Campionat europeu juvenil d'escalada es celebra el cap de setmana a Suïssa: protagonista d'una nena que hi participa per primera vegada
DE130523-6	El temps i comiat
DE130524-1	A Suècia aldarulls de joves han provocat incendi d'edificis i cotxes
DE130524-2	Barak Obama explica com protegir els EUA d'enemics i diu que reunirà els drons: reportatge sobre aquests aparells
DE130524-3	Final de la Champions League femenina (foto) i prèvia de la Champions, arribada dels equips a Londres i crònica d'ambient
DE130524-4	Científics dels EUA descriuen les classes d'animals i plantes més curioses del món
DE130524-5	El temps i comiat
DE130527-1	Polítics i experts parlen a Berlín dels cotxes elèctrics
DE130527-2	Conferència d'experts a Potsdam sobre el canvi climàtic: Impacts World 2013
DE130527-3	UNICEF denuncia situació dels nens a la guerra de Síria, que fa més de dos anys que dura: reportatge sobre nen ferit greument a una mà i com s'ho fa vivint a Alemanya per recuperar-se
DE130527-4	Escola prepara musical sobre el racisme que podran presentar a teatre de Berlín
DE130527-5	Nens de Croàcia lleixen cada cop menys i es fan accions com penjar llibres dels arbres per fomentar-ho
DE130527-6	No arriba el temps de primavera a Alemanya, on hi ha inundacions
DE130527-7	El temps i comiat
DE130528-1	Polítics europeus discuteixen a Brussel·les si enviar armes a la guerra Síria
DE130528-2	Polítics es reuneixen a Berlín per parlar de l'atur juvenil a Europa, important a països

	com Espanya o Grècia, i Alemanya vol ajudar. Animació amb exemple de com funcionaria la
DE130528-3	Nova casa per al mico de Justin Bieber
DE130528-4	Campionat de fer rodar formatges a Anglaterra
DE130528-5	Projecte Ballet per a tots a Rio de Janeiro pels nens de les faveles
DE130528-6	El temps i comiat
DE130529-1	20 anys de l'atac d'extrema dreta a una família turca a Solingen
DE130529-2	Rodatge pel·lícula sobre violència nazi ideada per nens esdevé realitat. Filmprojekt "Klappe gegen rechts"
DE130529-3	Primer Casament homosexual a França
DE130529-4	60 anys de la primera ascensió a l'Everest
DE130529-5	Selecció Nacional de Futbol Alemanya s'entrena per al partit amb Equador
DE130529-6	Demi Lovato serà pròximament al programa i es fa crida a l'enviament de preguntes a través de la web
DE130529-7	El temps
DE130530-1	Informe d'UNICEF sobre els nens amb discapacitats, que es veuen en condicions d'inferioritat especialment en països pobres
DE130530-2	Cas de blanqueig de diners als EUA: què és?
DE130530-3	Pluja persistent a Alemanya provoca inundacions que vigilen experts, responsables de les preses
DE130530-4	Cigales surten per reproduir-se als EUA, fenomen que només passa cada 17 anys
DE130530-5	Fotògrafs als EUA recorren paisatges per demostrar el canvi que provoca el canvi climàtic
DE130530-6	El jugador de la selecció alemanya Podolsky marca un gol en 9 segons
DE130530-7	El temps i comiat
DE130531-1	Acció Blockupy a Frankfurt amb Main contra els bancs
DE130531-2	Últim dia del mes a Logo hi ha el "Zeitungsphoto des Monats"/foto de diari del mes, i es dona nom del guanyador del concurs: la foto és sobre les dones de la fàbrica de roba ensorrada a Bangladesh, es repassa la notícia i es parla de l'acord de marques de roba sobre les condicions de treball de les dones en aquestes fàbriques
DE130531-3	Nou recompte dels habitants d'Alemanya amb sorpresa sobre la xifra
DE130531-4	Pintor Edward B. Gordon de Berlín que enquadra imatge de la ciutat i la pinta
DE130531-5	EUA rei de lletrejar
DE130531-6	El temps i comiat

Notícies de l'Info K

Referència	Tema
CA130502-1	Dia dels Treballadors, 1 de maig
CA130502-2	Eliminació del Barça de la Champions League
CA130502-3	Clips: Psy, cantant del Gagnam Style, protagonista d'un còmic
CA130502-4	Clips: cadells de tigre blanc zoo Japó
CA130502-5	Celebració de l'Aniversari 100 anys naixement Salvador Esriu a l'escola Reina Elisenda
CA130502-6	Pel·lícula gravada amb àtoms, la més petita del món
CA130502-7	El temps
CA130502-8	Tancament: Fotos de fruites Sakir Gokçebag
CA130503-1	Premi La Galera Joves Lectors que donen nens i nenes per a llibre de Jordi Sierra i Fabra "L'extraordinari enginy parlant del professor Palermo"
CA130503-2	Clips: Barnaclick, fira de Playmobils de Barcelona
CA130503-3	Clips: Fira de Títelles de Lleida
CA130503-4	Info cap de setmana: entrevista a l'actor Pep Plaza
CA130503-5	El temps
CA130503-6	Comiat i resum setmana en imatges
CA130506-1	Escola sota un pont a Nova Delhi (l'Índia)
CA130506-2	Protagonistes de la sèrie que emet TV3 Diaris de Vampirs a Barcelona. 3 espectadors de l'Info-K els han fet preguntes i ho expliquen a plató.
CA130506-3	El temps
CA130506-4	LeBron James escollit millor jugador de la NBA
CA130507-1	Els alumnes de 6è de primària realitzen les proves de competències bàsiques
CA130507-2	Dos anys del Pla d'Impuls a la lectura
CA130507-3	Clips: Neix l'insecte robot, el "Robobee"
CA130507-4	Clips: Celebració internacional d'escultures de sorra a Taiwan (Àsia)
CA130507-5	Clips: Cursa Maldon pel fang als EUA
CA130507-5	Visites al port per a nens i nenes a Blanes
CA130507-6	Sopar experimental "El somni", una experiència multisensorial
CA130507-7	El Temps
CA130507-8	Tancament: Competició de parapent a Organyà
CA130508-1	Premi Escola, Agricultura i Alimentació Ecològica al millor hort escolar per l'Escola Matagalls de Santa Maria de Palautordera
CA130508-2	Grup musical català Papagayo treu el seu primer disc Origen
CA130508-3	Exemple d'ordinador del futur realitzat per un estudiant universitari
CA130508-4	La reproducció de les sípies a l'Aquarium de Barcelona
CA130508-5	El Temps
CA130508-6	Vídeo viral a internet de dues nenes germanes amb versió musical de "Call your girlfriend"
CA130509-1	Manifestació contra les retallades en educació (Ilei Wert)
CA130509-2	L'Aragó decideix la legalitat del LAPAO i el LAPAPYP
CA130509-3	Vent Noruega fa volar una porteria de futbol
CA130509-4	El Temps
CA130509-5	Cursa de mascotes de diferents equips esportius i empreses del Regne Unit: Mascot Grand National Race
CA130509-6	Itaca band treu nou disc
CA130510-1	10a edició Festival Claqué Barcelona
CA130510-2	Fira Trapezi (circ) Reus
CA130510-3	Els 3 porquets al Teatre Victòria
CA130510-4	Exposició Microvida CosmoCaixa
CA130510-5	Barcelona Fan Fest als Jardins de Gràcia, F1
CA130510-6	Promo Ferrari volant per Barcelona
CA130510-7	El temps
CA130510-8	Tancament: resum imatges últims dies
CA130513-1	Onada de gel Canadà i EUA
CA130513-2	Lapsus, grup de música d'Olot que presenta el seu primer disc
CA130513-3	Festa tv3 i catradio al Moll de la Fusta joestimotv3
CA130513-4	Poliesportiu: Alonso guanya F1 a Montmeló, Hoquei Patins Vendrell guanya Copa de la Cers, barca futbol sala guanya Copa del Rei.
CA130513-5	Barça futbol guanya la Lliga, resum temporada i rua
CA130513-6	El temps
CA130513-7	Tancament: astronauta Chris Hadfield que es dedica a explicar la seva vida a les xarxes socials canta versió de David Bowie.
CA130514-1	Estudi mèdic sobre obesitat infantil, en augment
CA130514-2	Molts nens passen gana, proposta de la FAO per solucionar-ho: els experts recomanen menjar insectes
CA130514-3	Clips: quatre gossos que es converteixen en herois per salvar els seus amos, premi

	de la Galeria de la Fama del Canadà
CA130514-4	Clips: un cocodril apareix a un porxo de cas a Parkland, als EUA
CA130514-5	Clips: jugadors espanyol que van guanyar final europea parlen amb secció infantil, promoció documental "Marcats" de TVC
CA130514-6	La Síndrome d'Asperger: nen de 10 anys que ja va a la universitat
CA130514-7	Astronautes de la ISS tornen a la Terra
CA130514-8	El Temps
CA130514-9	Milers de persones surten al carrer per veure jugadors del Barça (futbol masculí i femení), que han guanyat la lliga
CA130515-1*	Clips: Bieber sense mascota
CA130515-2*	Explosió solar
CA130515-3*	La importància de fer esport
CA130515-4*	Núvol de fum i cendra al Popocatepetl
CA130516-1	Apareix el quadre "La nena obrera"
CA130516-2	Desaparició d'una piràmide precolombina a Belize per construir una carretera
CA130516-3	Saber més: qui eren els maies?
CA130516-4	Clips: angry birds arribaran al cinema al 2016
CA130516-5	Clips: dos bessons s'agafen de la ma just després de néixer
CA130516-6	Clips: Naixement bisó als EUA
CA130516-7	Els Flipats treuen el primer disc
CA130516-8	El Temps
CA130516-9	El grup Amélie treuen segon videoclip del seu últim disc
CA130517-1	La proposta: Exposició Herois Ocults a Sant Feliu de Llobregat
CA130517-2	Nit dels Museus
CA130517-3	Pintures rupestres a Prades
CA130517-4	L'entrevista: Santi Faro, expert en X-Games (esports extrems), en motiu dels X-Games Barcelona
CA130517-5	El Temps
CA130517-6	Resum en imatges del més destacat de la setmana
CA130520-1	El Parc d'atraccions del Tibidabo es converteix en laboratori: el Fisidabo
CA130520-2	Tornados als EUA
CA130520-3	Clips: Joventut de Badalona aconsegueix rècord de triples
CA130520-4	Clips: Copa de la Lliga 2013 ja és al Camp Nou
CA130520-5	Clips: Gala dels Premis Billboard de música - premiats Taylor Swift i Justin Bieber i One Direction
CA130520-6	Estrena dels reportatges Superavis al Super 3
CA130520-7	El Temps
CA130520-8	Jordi (presentador) ha fet un Ironman a Lanzarote
CA130520-9	Barcelona capital X-games (tancament només imatges)
CA130521-1	2n Tornado més fort de la història EUA a Oklahoma, amb 24 morts. 2a part explicació al plató del fenomen amb el meteoròleg Tomàs Molina.
CA130521-2	Clips: gata adopta porqueta
CA130521-3	Ballarí i coreògraf irlandès David Volger dedica coreografia subaquàtica a la seva mare
CA130521-4	Presentació noves samarretes del Barça temporada 2013/14
CA130521-5	Mourinho deixarà el Reial Madrid
CA130521-6	El temps
CA130521-7	Tancament: fotografies dels viatgers que demana el National Geographic
CA130522-1	Projecte Nius - observació dels ocells
CA130522-2	Llibre de Harry Potter amb comentaris autora i dibuixos originals, el més car del món: 175.000€. Venut a la casa de subhastes Sotheby's de Londres
CA130522-3	Clips: Chelsea celebra Europa League i fill del porter fa un gol durant la celebració que el públic celebra
CA130522-4	Clips: 3000 nens i nenes veuen entrenament Barça Handbol i hi participen
CA130522-5	Jugador Barça Xavi presenta Copa Intercontinental de Futbol 7 per a persones amb paràlisi cerebral i estàtua Colom porta nova samarreta del Barça
CA130522-6	La idea: inventor Pau Garcia Milà dona consells per donar idees
CA130522-7	Bogeria pel grup britànic One Direction a Badalona
CA130522-8	El Temps
CA130522-9	Tancament: Pianista xinesa Wang a l'Auditori de Barcelona
CA130523-1	Concurs escolar de l'ONCE per a nens i nenes d'entre 8 i 15 anys de vídeos amb invents per millorar vida de persones amb discapacitats
CA130523-2	Campanya de famosos per demanar aigua potable: Matt Damon no tornarà a anar al lavabo
CA130523-3	Clips: ós a un jardí de Los Angeles EUA
CA130523-4	Clips: subhasta de l'últim xiclet de Sir Alex Ferguson com a entrenador de futbol amb finalitats benèfiques
CA130523-5	Els "Directioners", fans del grup One Direction, envaeixen Badalona
CA130523-6	El temps
CA130523-7	Tancament: Dia de les tortugues, homenatge

CA130524-1	L'Info-K es suma a la campanya solidària Somos: unidos para cambiar el mundo, que demostra el suport a les ONGs posant-se la roba del revés, acte simbòlic per capgirar situació el món
CA130524-2	La proposta: Exposició Cosmocaixa explica el Desgel "l'Àrtic es trenca" (fotografies Andoni Canela)
CA130524-3	Festival Tarraco Viva a Tarragona
CA130524-4	Els Free Fall band al Primavera Sound de Barcelona
CA130524-5	El temps
CA130524-6	Tancament: Resum de la setmana
CA130527-1	Alpinista lleidatà Juanjo Garra mor al Dhaulagiri
CA130527-2	XXV Premi Internacional Catalunya de la Generalitat per a Malala i l'Ex primera ministra noruega Gro Harlem Brundtland pel seu coratge defensant els drets humans
CA130527-3	Clips: l'Aplec del Cargol Lleida
CA130527-4	Clips: rotonda Tarragona conills que han abandonat
CA130527-5	Clips: funambulista intenta creuar torres de la catedral sant esteve de Viena a Àustria
CA130527-6	Colom i tórtora al circuit Fórmula 1 de Montecarlo
CA130527-7	Anellen les cigonyes
CA130527-8	El temps
CA130527-9	Tancament: Salts Extrems a La Rochelle (França)
CA130528-1	Delta de l'Ebre declarat reserva de la biosfera per la UNESCO
CA130528-2	Reunió contra la llei Wert/LOMCE
CA130528-3	Clips: Neymar firma pel Barça
CA130528-4	Clips: Cursa de més de 200 anys que consisteix en llançar-se turó avall per atrapar un formatge (Anglaterra)
CA130528-5	Bodydub de la Universitat de Vic
CA130528-6	Neu primaveral al Pirineu
CA130528-7	El temps
CA130528-8	Tancament: Dia internacional del joc
CA130529-1	Vint anys de Pallassos sense Fronteres, una festa al Lliure de Montjuïc
CA130529-2	Olimpiades Escolars de Vic, 6è primària
CA130529-3	Clips: aniversari primers homes que van pujar a l'Everest fa 60 anys
CA130529-4	Clips: nau espacial russa Soiuz arriba a l'estació espacial internacional
CA130529-5	Grup Els Kòdul publiquen segon disc "La nostra resposta" i gravat Videoclip "desafiant el sol"
CA130529-6	Concurs per guanyar cd del grup "Els Flipats" contestant pregunta a la web (Quins dos membres del grup són germans?)
CA130529-7	El Temps
CA130529-8	Sidney (Austràlia) sota la boira, autoritats suspensen tots els vols i vaixells
CA130529-9	Tancament: salt des de 7.000 metres amb vestit especial per commemoració 60 anys primera escalada cim Everest
CA130530-1	Alumnes de Mataró provenen web d'Una mà de contes (programa Super 3)
CA130530-2	Patum de Berga
CA130530-3	Clips: Estudiants UAB desenvolupen emprovador virtual
CA130530-4	Clips: l'ou com balla per Corpus
CA130530-5	La idea: inventor Pau Garcia Milà dóna consells per donar idees dibuixant
CA130530-6	Cotxe especial per veure de dins els tornados
CA130530-7	El temps
CA130530-8	Abidal s'acomiada del Barça i tancament amb imatges seves
CA130531-1	El MIC grava un nou disc; mac, mec, mic
CA130531-2	La Patum de Berga i Patum infantil
CA130531-3	Comença el Sónar kids al Port de la Selva, festival de música electrònica infantil: entrevista del Brodas Bros, street dancer Pol Fruitós
CA130531-4	El temps
CA130531-5	Festival Minipop de música a Tarragona
CA130531-6	Tancament: Resum de la setmana

ANNEX 3

Documentació per als grups de discussió

Projecte de recerca sobre els informatius infantils: tractament de les notícies i efectes en l'audiència

Doctorat En Comunicació – Universitat Pompeu Fabra

7.5.2014 pel 6.3.2015

Doctoranda: Marta Narberhaus Martínez

Directora: Mònica Figueras Maz

Aquest projecte de recerca se centra en analitzar tres **espais informatius** de referència dedicats a públic infantil: l'**Info-K**, emès pel Canal Súper 3 de Televisió de Catalunya (TVC); **Newsround**, de la cadena British Broadcasting Corporation (BBC); i **Logo**, de l'alemanya Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF). A partir de l'anàlisi dels tres informatius observarem de quina manera aconsegueixen les diferents cadenes el seu deure d'informar a l'audiència infantil com a mitjans de comunicació públics.

Els informatius infantils s'han estudiat molt poc, són els grans desconeguts a la literatura sobre televisió infantil, en què els personatges de ficció, especialment de sèries i majoritàriament animades, centren tota l'atenció. Els primers programes informatius dissenyats específicament per a nens es remunten als anys 50, quan la BBC va emetre per primera vegada *Children's Newsreel*. Des de llavors i en diversos espais del món s'ha plantejat la necessitat d'estimular la participació dels infants a través de programes, ja siguin fets per nens o per adults, que els permeti accedir a una informació específicament pensada per a ells. N'hem triat els tres exemples que ens han semblat més rellevants per a l'estudi que, d'una banda, **analitza els programes en profunditat** i, de l'altra, vol **estudiar la percepció** que en tenen nens i nenes. Per a això últim utilitzarem la tècnica dels **grups de discussió** amb nens de Catalunya, Alemanya i el Regne Unit. L'objectiu principal és veure si els infants construeixen la seva noció d'actualitat a partir dels informatius i en quina mesura, i també quins altres factors intervenen en la construcció del seu concepte d'actualitat. Amb els grups de discussió el punt de vista dels individus es pot interpretar de la manera més adequada, ja que permet

que els participants s'expressin lliurement i en les seves paraules, fet que especialment amb nens resulta molt rellevant.

Què necessitem?

- **6 nens i nenes** que mirin l'*Info-K* regularment (almenys 3 cops per setmana)
- **6 nens i nenes** que no mirin l'*Info-K* regularment
- Algun **espai** de l'escola on puguem realitzar les dues sessions, a poder ser consecutivament (cadascuna tindrà una durada de 45 minuts).

Els participants haurien de tenir **entre 10 i 11 anys** (5è curs), i els seus pares o tutors han de d'autoritzar la participació en el grup a partir del full d'**autorització** adjunt.

Important: els participants no hauran de conèixer el tema a priori per a que les intervencions siguin espontànies; només se'ls demanarà si veuen l'informatiu i seran informats de que el tema de discussió serà la televisió.

Agraïm per avançat la vostra col·laboració i per a qualsevol cosa no dubteu a contactar-me:

Marta Narberhaus
marta.narberhaus@upf.edu

#Telèfon#

Jo,
(*nom i cognoms*), amb DNI autoritzo
MARTA NARBERHAUS MARTÍNEZ amb DNI 44018802E de la Universitat
Pompeu Fabra a captar la imatge i/o veu del meu fill/filla menor d'edat
..... (*nom i cognoms del nen/a*) en
fotografies, gravacions àudio i audiovisuals, i fer-ne ús només amb finalitats
acadèmiques en la recerca per a la seva tesi doctoral en el marc del Doctorat en
Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, consistent en un estudi sobre els
efectes en l'audiència dels informatius infantils de televisió.

Lloc i data
Signatura:

Nachrichtensendungen für Kinder: Behandlung der Information und
Auswirkungen in Behörden
Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, Spanien)
März 2015
Marta Narberhaus Martínez, Dr. Mònica Figueras Maz

Dieses Forschungsprojekt konzentriert sich auf die **Analyse von drei Nachrichtensendungen für Kinder**: *Info-K*, von dem Katalanen öffentlichen Sender Televisió de Catalunya (TVC); *Newsround*, von der British Broadcasting Corporation (BBC); und *Logo* vom Zweiten Deutsches Fernsehen (ZDF). Mit der Analyse dieser Sendungen wollen wir beobachten, wie diese staatliche Sender ihre Pflicht zu informieren auch für Kinder erfüllen.

Nachrichtensendungen für Kinder sind sehr wenig studiert worden, sie sind das große Unbekannte in der Kinderfernsehen-Literatur, in der vor allem fiktive Inhalte die ganze Aufmerksamkeit konzentrieren. Die ersten Nachrichtenprogramme für Kinder erscheinen schon in den 50er Jahre, als die erste BBC Kinderwochenschau ausstrahlte. Von da an hat man in verschiedenen Orten der Welt für notwendig genommen, die Beteiligung von Kindern durch Programme zu fördern, die den Zugang zu Information für sie ermöglicht. Wir haben drei Beispiele ausgesucht, die am relevantesten für diese Analyse sind (*Info-K*, *Newsround* und *Logo*). Um festzustellen, ob die Kinder ihre Vorstellung von Nachrichten aus diesen Sendungen bauen, und wie sie es machen, benutzen wir die Forschungs-Technik der *Focus Groups* mit Kindern aus Katalonien, Großbritannien und Deutschland. Mit diesen Diskussionsgruppen kann man die Meinung der Einzelne Kinder optimal wahrnehmen, da sie sich frei ausdrücken können und in ihren eigenen Wörter, was mit Kindern speziell wichtig ist.

Was genau brauchen wir?

- **6 Kinder, die *Logo* regelmässig gucken** (mindestens 3 mal pro Woche)
- **6 Kinder, die nicht *Logo* regelmässin gucken**

- Ein **Raum** in der Schule, wo wir die zwei Diskussionsgruppen durchführen können (jede dauert ca 45 Minuten).

Die **Teilnehmer** sollten ideal zwischen 10 und 11 Jahre alt sein, und ihre Eltern oder Tutoren müssen ihre Teilnahme in der Diskussionsgruppe erlauben (Anbei Erlaubnis-Form).

Wichtig: die Teilnehmer müssen das Diskussionsthema nicht wissen, damit ihre Beobachtungen spontan sind; sie werden nur gefragt werden, ob sie *Logo* gucken, und dass das Diskussionsthema das Fernsehen allgemein ist.

Wir danken Euch sehr in voraus für eure Hilfe und Zusammenarbeit, und für jede Frage bitte in Kontakt treten:

Marta Narberhaus
marta.narberhaus@upf.edu

#Tèlèfon#

Ich,
(*Vorname und Nachname*), mit Passport Nr.
..... erlaube MARTA NARBERHAUS
MARTÍNEZ mit Passport Nr. ##### von der Universitat Pompeu Fabra
(Barcelona, Spanien) das Bild und/oder Stimme meines/r unterjährigen/r
Sohn/Tochter (*Vorname und
Nachname Kind*) in Fotos, Audio oder Film zu rekorden, und sie nur für
akademische Gründe zu nutzen, in der Forschung für ihre Doktorarbeit über
Nachrichtensendungen für Kinder.

Ort und Datum:

Unterschrift:

ANNEX 4

Qüestionaris previs als grups de discussió

NOM:

- Què t'agrada fer al teu temps lliure?

- Quanta estona dediques en un dia a mirar la televisió?

Entre setmana:

1 hora al dia

2 hores al dia

3 hores al dia

El cap de setmana:

1 – 2 hores

3 – 5 hores (mig matí o mitja tarda)

Més de 5 hores (tot el matí o tota la tarda)

- Com la mires la majoria de vegades?

Sol

Amb els pares

Amb germans

Altres. Quins? _____

- Què mires habitualment (pots marcar més d'una opció)?

Notícies

Sèries/pel·lícules

Concursos

Altres. Què? _____

- Què t'agrada de la televisió?

NAME:

- Wie alt bist du?
- Was machst du gerne nach der Schule?
- Wieviel Zeit am Tag guckst du Fernsehen?

Von Montag bis Freitag:

- 1 Stunde
- 2 Stunden
- 3 Stunden

Am Wochenende:

- 1 – 2 Stunden
- 3 – 5 Stunden (den halben Morgen oder den halben Nachmittag)
- Mehr als 5 Stunden (den ganzen Morgen oder den ganzen Nachmittag)

- Wie guckst du normalerweise Fernsehen?

Alleine

Mit den Eltern

Mit Geschwistern

Anders. Wie? _____

- Was guckst du normalerweise im Fernsehen? (mehrfach ankreuzen möglich)

Nachrichten

Filme/Serien

Quizsendungen

Andere. Welche?

- Was für Sendungen magst du?

ANNEX 5

Guions dels grups de discussió

BLOC 1: Trencar el gel

- Compartim el que heu escrit al qüestionari...
- Què feu quan arribeu a casa després de l'escola?
[mirar la televisió, altres activitats]

BLOC 2: Hàbits relacionats amb la televisió

- On i quan veieu la televisió? Per què?
- Amb qui? Per què? En parreu després?
[pares, germans, amics, sols]
- Què mireu a la televisió?
[altres programes]
- Què us agrada de mirar la televisió?
- Què feu mentre mireu la televisió?

BLOC 3: Actualitat

[Introducció d'un element gràfic: tres fotografies d'un personatge o fet relacionat amb l'actualitat i que hagi estat notícia a l'*Info K*]

- Sabeu qui/què és?
- On ho heu vist?
- Què en sabeu?
- Amb qui n'heu parlat?

[Visualització de la notícia de *TN* convencional.]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?
- Què us ha agradat?
- Com ho faríeu millor/perquè s'entengui més/perquè us agradi més?
- Què utilitzaríeu per explicar-ho millor?

[Visualització de la notícia de l'*Info K*.]

- I ara? Què heu entès?
- Creieu que heu entès més coses? Per què?
- Què us ha agradat?

[Visualització de la notícia pròpia *TN* convencional.[Només grups pilots]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?
- Què us ha agradat?
- Com ho faríeu millor/perquè s'entengui més/perquè us agradi més?
- Què utilitzaríeu per explicar-ho millor?

[Visualització de la notícia pròpia de l'*Info K*.]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?
- Què us ha agradat?
- Creieu que s'entén millor que l'altra? Per què?
- Què creieu que la fa diferent de l'anterior?

BLOC 4: Importància d'estar informat

- Creieu que és important estar informats, saber què passa al món, i a casa? Per què?
- Per a un gran és important estar informat?
- I per a vosaltres, els nens i nenes?

BLOC 5: Informatius

- Com ho feu a casa, veieu informatius/telediaris/noticiaris/telenotícies? Quins? Per què?

- Què us agrada més dels informatius? I menys?
- Com serien millors per a vosaltres? Per entendre'ls millor?
- Què hi veieu als informatius? Què expliquen?

[Tornar als elements audiovisuals i relacionar-los amb l'*Info K*]

[Només per als espectadors habituals de l'*Info K*.]

- Quants temps fa que veieu l'Info K? Des de quin curs?
- Quines són les vostres seccions preferides? Quin tipus de notícies us agraden més?
- Hi participeu? Com? Per què?

[concursos, promocions, jocs, xarxes]

[Només per als que no són espectadors habituals de l'*Info K*.]

- Coneixíeu l'Info-K? Per què no el mireu habitualment?
- Què hauria de passar per a què el miréssiu habitualment?

BLOC 6: Hàbits de consum d'informació

- En quins canals de televisió veieu telenotícies, els vostres pares?
- Amb qui els veieu? En parreu? Sobre què parreu?
- Creieu que hi ha diferències entre els telenotícies de les diferents teles? Per què?

- Llegiu diaris vosaltres, o amb els pares? Quins? Quan?
- Escolteu la ràdio a casa?
- Us informeu d'alguna altra manera? I la vostra família?

Gràcies...

BLOCK 1: Beginn

- Lasst uns über euren Fragebogen reden, was habt ihr geschrieben...
 - Was macht ihr nach der Schule?
- [Fernsehen, anderes...]

BLOCK 2: Fernsehgewohnheiten

- Wo und wann guckt ihr Fernsehen? Warum?
 - Mit wem? Warum? Unterhaltet ihr euch darüber mit ihnen?
- [Eltern, Geschwister, Freunde, alleine]
- Was guckt ihr so im Fernsehen?
- [Andere Programme]
- Was mögt ihr/mögt ihr nicht am Fernsehen?
 - Was macht ihr, während ihr Fernsehen guckt?

BLOCK 3: Aktualität

[Einführung von Fotos eines Geschehnisses, das in *Logo* Nachricht gewesen ist]

- Wisst ihr, was das ist?
- Wo habt ihr es gesehen?
- Was wisst ihr darüber?
- Mit wem habt ihr darüber gesprochen?

[Visualisierung der Nachricht der ZDF- Nachrichten.]

- Wer kann mir diese Nachricht erzählen? Was habt ihr verstanden?
- Was hat euch gefallen?
- Wie würdet ihr es besser machen, damit man es besser versteht/damit es euch besser gefällt?
- Was würdet ihr benutzen, um sie besser zu erzählen?

[Visualisierung der Nachricht von *Logo*]

- Und dieses Mal? Was habt ihr verstanden?
- Glaubt ihr, ihr habt mehr verstanden? Warum?
- Was hat euch gefallen?

[Visualisierung der Nachricht eigenes *Logo*- Thema.]

- Wer kann mir diese Nachricht erzählen? Was habt ihr verstanden?
- Was hat euch gefallen?
- Glaubt ihr, man versteht sie besser als die andere? Warum?
- Warum ist sie anders als die davor?

BLOCK 4: Wie wichtig ist es, informiert zu sein

- Glaubt ihr, dass es wichtig ist, informiert zu sein, um zu wissen was in der Welt passiert, und zu Hause? Warum?
- Für die Erwachsenen ist es wichtig, informiert zu sein? Warum?
- Und für euch Kinder?

BLOCK 5: Nachrichtensendungen

- Wie macht ihr es zu Hause, guckt ihr Nachrichtensendungen? Welche? Warum?
- Was gefällt euch an den Nachrichtenprogrammen? Und was weniger?
- Wie wären sie besser für euch? Um sie besser zu verstehen?
- Was seht ihr in den Nachrichtensendungen? Was erzählen sie? [Bezug zu den Videos und sie mit *Logo* in Beziehung setzen.]

[Nur für die regelmäßigen Zuschauer von *Logo*.]

- Wie lange guckt ihr schon *Logo*? Von welchem Schuljahr an?
 - Welche Teile mögt ihr lieber? Welche Art Nachrichten mögt ihr am liebsten?
 - Macht ihr am Programm mit? Wie? Warum?
- [Quizsendungen, Promotions, Spiele, Networks...]

[Nur für die nicht regelmäßigen Zuschauer von *Logo*.]

- Kennt ihr *Logo*? Warum guckt Ihr *Logo* nicht regelmäßig?
- Was müsste passieren, damit Ihr *Logo* regelmäßig guckt?

BLOCK 6: Informationskonsum-Gewohnheiten

- In welchem Sender guckt ihr/eure Eltern Nachrichten?
 - Glaubt ihr, es gibt zwischen den Nachrichten der verschiedenen Sender Unterschiede? Warum?
 - Lest ihr Zeitungen, oder mit euren Eltern? Welche? Wann?
 - Hört ihr Radio?
 - Informiert ihr euch auf irgend einer anderen Weise? Und eure Familie?
- [Internet...]

Vielen Dank...

ANNEX 6

Transcripcions dels grups de discussió

TRANSCRIPCIÓ GRUP DE DISCUSSIÓ Pilot A [GDA]

Espectadors habituals de l'Info K.

Unai (nen, 10)
Tània (nena, 10)
Judit (nena, 10)
Magí (nen, 10)
Albert (nen, 10)
Oliver (nen, 10)
Xesc (nen, 10)

- Compartim el que heu escrit al qüestionari. Què feu quan arribeu a casa després de l'escola?

X: o jugo o miro la tele, però no he posat fer els deures.

O: faig els deures, més....

X: home, jo també.

M: jo a vegades miro la tele o faig els deures.

J: jo acabo de berenar, miro si tinc deures, si no en tinc miro la tele i si en tinc llavors faig els deures i miro la tele.

T: jo arribo, jugo o miro la tele, no faig deures perquè els faig al menjador.

U: jo primer faig deures, després bereno i després miro la tele o jugo.

- On i quan veieu la televisió?

X: al menjador, jo al menjador.

M: jo la miraria a casa, no? No la miraria a l'oceà.

[A i T RIUEN]

U: jo quan tinc temps lliure.

T: jo la miro al sofà.

X: ah, vale! Quan la mirem...

J: jo al tornar de les extraescolars.

X: quan puc.

- Alguns de la veieu després de l'escola, la tele?

X i J: sí.

X: no, jo.... quan hi ha la meva mare després de l'escola.

J: jo el que faig és, si tinc extraescolars, que com cada dia tinc extraescolars, doncs vaig a les extraescolars, després, al tornar, faig els deures i miro la tele.

- I on la veieu normalment?

T: mentre sopo...

X: sopes mirant la tele sempre?

M: jo també!

[TOTS PARLEN]

X: jo al menjador.

T: al menjador.

A: menjador.

O: menjador.

M: menjador.

J: jo a la sala [riu].

U: jo també a la sala o al menjador.

T: jo també a la sala o al menjador.

- I la mireu, sols o amb algú?

X: amb els germans.

U: sols o amb germans.

X: o amb els pares quan miro notícies.

T: sola o amb els pares.

M: amb germans.

A: jo sol i la meva germana sempre canvia de canal.

M a A: amaga el comandament!

O: jo amb els meus germans quan miro, jo què sé, sèries o coses d'aquestes. I amb els pares quan miro pel·lícules o notícies.

J: jo amb el meu germà, amb els pares, amb les meves amigues i sola.

X: jo amb els meus germans.

J: o sigui, jo quan jo normalment arribo de les extraescolars o així el meu germà té la tele encesa llavors com que m'agrada Neox, doncs ho miro.

- Què mireu a la televisió?

X: jo miro de tot.

U: documentals.

X: Super3... miro a vegades els canals aquests de dibuixos animats *Clan*... i a vegades també altres coses. O internet.

O: jo miro Disney Channel amb els programes aquests més de grans que fan. I a vegades *Disney XD*.

A: jo miro Boing, Super3 i documentals d'animals.
M: Super3, Clan, a vegades Disney XD i ja està.
J: jo miro TV3, Super3, després miro Disney Channel, Divinity, Neox...
T: jo veig TV3, a vegades Boing, Disney Channel, *La que se acerca*, *Aida*...
U: jo veig Disney d... com es diu? XD? També Super3 a vegades l'*Info K*, i també documentals.

- Quins documentals?
U: doncs d'animals o d'astrals. De partícules o geologia.
J: és que a ell li agraden les coses així.
M: ell és un científic boig.
[A RIU]

- I en parreu després del que veieu a la tele?
U: sí.
- Amb qui?
U: al col·le.
T: amb la mare.
J: a la meua mare no li agrada Disney Channel i m'ho comenta... i a les notícies jo pregunto coses que no entenc o així.
X: jo a vegades quan potser miro un partit de futbol o alguna cosa, quan s'acaba amb el meu germà dic: "ai doncs quin *golàs* que ha fet" o coses d'aquestes...
O: jo comento les portades, o notícies que m'agraden, per exemple: surt un nou mòbil que no fa falta cables per carregar-lo i no sé què. Doncs ho comento.

- Amb qui ho comentes?
O: doncs amb els amics.
M: amb els pares, no?
X: jo a vegades també amb els amics: "vas veure aquell capítol d'ahir?"

- Què us agrada de mirar la televisió?
X: divertir-me.
T: doncs que a vegades aprenc coses sense adonar-me'n i em diverteix.
U: a mi els documentals interessants.

- Per què?
U: per què? Doncs perquè aprenc.
T: el que he dit.

- Què aprens?
U: doncs per exemple, què és una micropartícula, què és un microatom, per a què serveix l'arrel quadrada d'un triangle...

- I per què t'agrada aprendre aquestes coses?
U: no sé, m'és interessant. Tinc curiositat, mira...
X: perquè ell vol ser un superdotat, jo crec.
U: no!
M: a mi... em pots tornar a dir la pregunta?

- Per què us agrada mirar la tele?
M: doncs perquè fan coses emocionants, divertides, gracioses, no sé.

- Per divertir-te?
M: sí.
A: jo igual que ell, però a vegades només per passar el temps.
J: jo per passar el temps i la veritat és que no sé. No sé, quan em poso així... miro la tele.

- Quan t'avorreixes?
J: sí, i també perquè hi ha coses que són molt interessants i a vegades ho comentem amb les amigues.

- Què feu mentre mireu la televisió?
X: menjar.
O: sopem.
J: sopar... esmorzar...
U: menjar en general.
J: dinar.
U: menjar en general!
[M I A RIUEN]

X: l'Uc està dient "menjar en general".

- Alguna cosa més?
X: a les festes.
O: sí, a les festes la mirem.
J: jo menjar.
U: jo sopar o dormir.
M: jo també sopar o dormir. Jo m'adormo amb les notícies, per exemple. O en un partit de futbol. Marca Messi i em caic del llit.
X: jo sóc de l'Espanyol.
T: doncs a mi quan miro la tele m'agrada molt jugar...

- A què jugues?
T: amb les Barbies.
[RIUEN]

[NOTÍCIA A: FOTOGRAFIES “Arrenca el Mobile World Congress”]

- Ara us ensenyaré unes fotografies. Sabeu què és?

X: oh si, la fira del mòbil.

U: si.

M: *ostí*, si.

X: la meua entrenadora està fent de... està fent de guardaespalles. No, de... no, de... està aquí a Barcelona.

U: allò són estudis de gravació, oi?

X: no, no, jo ja sé el que és.

U: què va, és una fira de mòbils...

- On ho heu vist?

X: a l'*Info K*.

M: a l'*Info K*.

X: jo a l'*Info K*.

U: si, a l'*Info K*. Jo aquell l'he vist.

A: ah, és veritat!

- Què en sabeu?

U: això és la fira del mòbil, no?

J: que hi ha mòbils.

U: ah, no, si és el mateix.

X: si, ja sé on és. La meua entrenadora està allà fent d'hostessa.

[RIUEN]

X: que si. Està aquí a Barcelona. No, no! [FA CALLAR ALS ALTRES QUE XERREN ALHORA]. No sols és de mòbils, per exemple, també amb un rellotge pots obrir un cotxe, o rellotges que són mòbils.

- Algú més me'n sap dir alguna cosa?

A: no.

[M I J DIUEN QUE NO AMB EL CAP]

- Amb qui n'heu parlat?

X: jo amb la família.

U: jo amb els meus pares.

X: i amb la meua entrenadora perquè és guardaespalles, bé, és hostessa.

X: va sortir a l'*Info K*, oi?

[NOTÍCIA B: VÍDEO TN “LES NOVETATS DEL MWC”]

- Algú m'explica la notícia?

X: jo! Que ara hi ha una fira de mòbils aquí a Barcelona, doncs que tracta de mòbils, i rellotges...

U: rellotges que tenen *Whatsapp*...

M: em sembla que el meu pare va fer algo d'això del *Mobile*... és tècnic de tot això... i em sembla que va fer alguna cosa del *Mobile*...

U: jo el que he entès és que estan explicant mòbils, rellotges i coses així, però que la tecnologia ha avançat molt.

O: no, no, que la tecnologia ha avançat molt, que els mòbils ja es dobleguen i es tornen a fer iguals... que les ratlles ja no els afecten...

U: si, i els trepitges i els xutes i tot...

- Què us ha agradat d'aquesta notícia? O què no us ha agradat?

[XERREN TOTS]

X: a mi no m'ha agradat que al final existissin robots.

- Però de com està feta la notícia... què us ha agradat?

U: està molt bé, l'únic que en el moment en què parla en anglès podrien posar subtítols a sota.

J: no. Directament una persona que ho tradueix perquè a mi a vegades... parlen molt de pressa per exemple al telenotícies de TV3 i costa molt de llegir-ho.

M: és que ho han d'explicar tot en pocs segons...

- Els subtítols van molt de pressa...

O: si, i a vegades són molt petits. Dius: "això que posa?".

- Creieu que ho heu entès tot, el que diu la notícia?

O: si, si.

U: no, per lo de l'anglès...

- Com ho faríeu perquè s'entengui millor?

O: que en comptes de posar subtítols ho traduïssin directament.

A: que et posin una veu a sobre en català i així s'entén.

J: però que treguin l'altra, que si no...

- Com us agradaria més aquesta notícia?

X: que fos com més emocionant.

U: a mi m'agrada molt que crec que podrien explicar una mica més el tema de com es manegen les màquines aquestes...

O: per què? si tu vas i et donen les instruccions!

X: quant valen, quan val una entrada...

U: perquè així no et timen.

X: la poden fer més que tothom sàpiga tot: quant val la entrada, quant val el rellotge, com és...

- Més detalls?

X: si, més detalls.

J: si, però tampoc cal que s'enrotlin allà moltíssim, perquè si no...

O: és avorrit. O sigui, divertida i això, però amb detalls.

- Què utilitzariu per explicar-ho millor?

O: doncs "us recomanem... anar aquí, que l'entrada és molt barata, només costa no sé quants euros... està situat en aquest carrer..." així.

[NOTÍCIA C: VÍDEO INFO K "ARRENCA EL MWC"]

- I ara? Què heu entès?

[AIXEQUEN EL BRAÇ]

M: si que també estem parlant d'un rellotge, que es tàctil i tens *Facebook* i pots obrir el cotxe amb el rellotge... i també altres coses...

A: que amb la veu pots engegar el cotxe.

X: aquí ja et diuen més totes les coses que hi ha, que abans et deien tot només amb la veu que potser els nens no ho entenen.

U: jo el que he vist aquí és que les tecnologies avancen molt ràpid i que d'aquí poc no caldrà ni anar a buscar el cotxe tindràs un botó del mòbil i et vindrà sol.

- Creieu que heu entès més coses amb aquesta notícia que amb l'altra?

J: jo, aviam, crec que si, que més o menys és el mateix però que aquí t'ho expliquen per una persona més petita, nen, nena.

- I per a vosaltres això és millor o pitjor?

J: per mi jo crec que és millor perquè ho entens més, no has de preguntar...

- Per què creus que ho entens més?

J: doncs perquè t'ho expliquen amb més facilitat.

O: amb paraules senzilles.

J: hi ha vegades que les paraules, com diu ell, són paraules que entenem, no per exemple com al telenotícies que hi ha paraules que em quedo...[FA CARA DE NO ENTENDRE RES]?

- Esteu d'acord amb la J. amb que hi ha paraules que enteneu més?

Tots: si.

- I això us agrada o no?

T: si.

X: a mi si.

O: que les entenguem, si. Jo a vegades agafo el diccionari per saber què volen dir.

- I per què més creieu que heu entès millor aquesta que l'altra notícia, que la primera?

O: doncs perquè aquesta posava coses a baix, com dient doncs això es una polsera intel·ligent...

- I aquests subtítols també eren petits i molt ràpids com els altres?

O: no, aquests sortien tota l'estona i eren grans.

Altres: no. No.

- I això, us agrada o no?

Tots: si.

X: i a més...

U: a vegades a mi els subtítols quan estan en català i ja ho entens, el que diuen, doncs no cal perquè ocupen espai i t'esborren imatge.

O: i en canvi aquests estan a baix...

- Què més us ha agradat d'aquesta notícia?

X: i a més, que abans, a TV3, aquell noi calb [el periodista], llavors estava dient... ho deia amb la veu, tu no veies imatges i en comptes deia: "mireu, tindrem pantalles per mirar, podrem encendre el cotxe..." i a més podrem mirar..."

- I a aquestes imatges si que es veia?

X: si.

- I això a tu t'agrada o no t'agrada?

X: si, m'agrada més perquè pots veure... el que pots comprar.

U: estan compenetrats. La veu i la imatge estan compenetrats.

- I això t'agrada?

U: si, perquè llavors... o sigui... m'agrada perquè... o sigui ho entens més, saps? Al que es refereixen, o sigui, tu primer dius: "no sé què que podràs comprar només amb el palmell". Després, comença a dir lo del cotxe i posen la foto del palmell.

J: a mi el que m'agrada d'aquesta notícia és que és una cosa actual.

[NOTÍCIA D: VÍDEO TN "ACTUALITAT POLÍTICA"]

- Algú m'explica la notícia?

T: no he entès res.

U: jo tampoc l'he entès molt, però, és que, el que menys m'ha agradat... He entès el principi, fins que ha començat a parlar aquella senyora perquè l'han tallat al mig, a mig parlar, saps?

- I què has entès del principi?

U: del principi he entès... doncs que era una notícia d'algo de Catalunya, saps? Algo que... Bueno, i al final també, que hi ha gent que s'intenta fer propaganda a costa del Trias.

A: a mi m'ha agradat tot, però...

X: jo no he entès res...

- Sabeu qui són aquests que han parlat?

X: si, un és el Xavier Trias, l'alcalde de Barcelona, i la primera no recordo qui és...

- L'Ada Colau.

U: Si. Polítics fastigosos i rates, oi?

- I heu entès de què anava?

X: bueno a veure, d'algo de política, de Convergència i Unió, no sé, algo així...

U: i de porqueries fastigoses dels grans...

X: que cada vegada en el món està desapareixent pasta... de que hi ha més gent pobre...

J: jo... ho he entès, ho he entès...

- Què has entès?

J: o sigui he entès del que anava i tot, però és que... [es queda callada]

- De què anava?

J: doncs del que hem dit...

- Què hem dit?

J: de política... d'això... però...

- Però de política de què?

J: d'això... però el que no m'agrada a mi d'això és que va molt de pressa.

- I què us ha agradat i què no us ha agradat?

A: a mi m'ha agradat tot perquè hi ha hagut un tros que en comptes de que parli aquell [el polític] ho han dit ells [els presentadors] ja fent un resum.

- Però m'has dit que no ho has entès, no?

A: no, no he entès res. [RIU]

- Llavors t'agrada?

A: si [PUJA ESPATLLES].

- T'agrada com està feta?

A: si.

T: a mi no m'ha agradat gens. I ho dic amb la meua sinceritat. No m'ha agradat perquè va molt de pressa i no m'he enterat de res. Ni de una paraula ni de l'altra.

U: a mi no m'ha agradat en particular perquè en comptes de fer-te un resum el que et fan és explicar-te el que a ells els interessa de forma ràpida, més curt i que no he entès res. Jo no acostumo a jutjar així, però si he de jutjar et dic que no, perquè no he pillat res perquè anaven súper de pressa, això si.

- I com ho faríeu millor?

U: jo com ho faria? Pues anar més pausat, i no fer tanta notícia, perquè sé que al 324 et foten un rollo...

[ELS ALTRES RIUEN]

- Però d'aquesta notícia en concret, la última que hem vist, què faríeu perquè s'entengui més, perquè us agradi més?

J: jo el que faria és el vocabulari canviar-lo... i que s'entengués més per a nens petits, i per a adults...

X: jo... sempre que miro telenotícies, sempre que parlen de la política, sempre és el mateix, parlen així de ràpid.

- Però aquesta notícia en concret, què faríeu perquè s'entengui millor?

O: a vegades, quan fan el temps, a vegades els senyors es lien!

X: jo el que faria per millorar serien més imatges. O sigui, sempre posen imatges dels polítics parlant molt, i això... i a vegades a algun lloc et posen quan parlen els polítics per anar més de pressa, també posen al costat alguna altra cosa...

[NOTÍCIA E: VÍDEO INFO K "L'EVEREST ESTÀ BRUT"]

- Algú m'explica la notícia?

X: res, que l'Everest, que és el cim més alt del món... molta gent el puja i llavors hi ha gent que deixa molta merda. Molta merda no, molta brutícia. I volen fer que no es contagi tant perquè al final no serà una muntanya, serà...

O: un abocador.

- Què us agrada d'aquesta notícia?

U: tot. Bueno tot no... gairebé tot, o sigui... a mi no m'agrada que fiquin això dels alpinistes perquè no t'interessa, saps?, realment... Però m'agrada saber informació sobre l'Everest.

- Creieu que s'entén millor que l'altra notícia?

Tots: si, si.

X: si perquè ensenyen més imatges... i ho diuen millor.

O: també una cosa que està molt bé, que et situa en el mapa.

- Et situa en el mapa. Això t'agrada?

O: si, perquè així saps on es troba.

- Això us agrada a tots?

Alguns: si.

- Què més la fa diferent de l'altra?

X: el que també la fa diferent de les altres és que, o sigui, la notícia és que deixen millor, però també parlen de la gent que ha pujat a l'Everest. L'home més vell 80 anys, l'home més jove 13 anys!

- Perquè creus que parla d'això?

X: doncs perquè aquesta notícia sols tracta de... de l'Everest... però també, jo no sabia que l'home més jove de 13 i el més gran de 80 i això dius: "que estrany!"

- T'agrada saber detalls.

X: si.

- I per què t'agrada saber detalls?

X: doncs perquè aprens més coses.

- Què més us agrada d'aquesta notícia?

T: que t'ensenyen coses.

J: que no és com l'altra, que per exemple quan t'estàs interessant per una cosa que estan dient t'ho tallen.

M: fa ràbia, eh, fa ràbia!

X: si, i a més les imatges aquelles són més clares.

- I vosaltres creieu que és important estar informats, saber què passa al món, i a casa?

Tots: si, si.

- Per què creieu que és important?

M: perquè, per exemple, tu no saps que hi ha massa contaminació a... jo què sé aquí a Barcelona, i...

U: a la Xina!

M: si o a la Xina. I no ho diuen per les notícies i tothom hi continua anant i clar...

- Però per a tu, perquè és important estar informat?

M: per saber les coses que passen arreu del món... conflictes...

- I per què és important saber aquestes coses?

M: doncs perquè llavors, clar, si sabéssim que passa això, doncs intentaré fer-ho menys, o passa això, doncs ho faré més...

- O sigui les coses que tu saps que passen al món, o a casa, fan que tu actuïs d'una manera o d'una altra?

M: si.

O: sobretot el Temps, perquè si tu tens previst sortir a la platja a l'estiu i et diuen que plourà llavors no surts.

X: per estar més informat, perquè si tu vols fer una cosa i diuen que s'anul·la. O diuen que passarà no sé què, que està tallat...

U: està bé estar informat perquè... pot semblar una cosa absurda, però per tenir un tema de conversació.

- I pels grans, pels adults, per què és important estar informat?

O: així estan al dia.

U: molt, per si puja l'IVA!

O: així estan al dia.

- I per què és important estar al dia?

X: perquè poden dir: "hi ha un assassí!"

O: perquè pot passar de tot.

U: o puja l'impost de l'IVA, hi haurà un tsunami a la platja... Tu vas allà a la platja tan tranquil i *buuuumba!*

M: no, a una platja passa eh que a l'estiu hi ha un tsunami!

- Què més?

J: per exemple, hi ha una manifestació, a mi m'interessa aquest tema, doncs per saber coses de temes que ens interessin.

- I per a vosaltres, els nens, per què és important estar informats?

U: per tenir un tema de conversació [riu].

X: no... perquè a vegades, quan hi ha un volcà, anul·len molts vols d'avió.

A: perquè, per exemple, si un dia et posen un examen sorpresa que tu no en tens ni idea doncs tu ja estàs informat i treus un excel·lent alt.

O: doncs que... a vegades a mi m'ha passat, que no miro les notícies i això, i el dia següent es parla d'aquella notícia, i et quedes no sé... tothom parla d'això i jo podria haver parlat si...

X: si hagués mirat.

- I a casa com ho feu, mireu telenotícies?

Alguns: si.

- Quins veieu?

J: jo miro TV3, el Telenotícies, al migdia, per la nit...

- Amb els grans?

J: si.

A: jo TV3 i 324 o com es digui.

U: jo *Info K*, documentals, telenotícies... Amb els pares un que és súper guai però que no és de la tele, sinó de *Youtube*.

O: doncs jo miro molts programes així... hi ha un programa que a mi m'agrada molt que és de notícies, però que l'examinen. És com si... per exemple: Luis Barcenás se n'ha anat a la presó. Per exemple, i ha sortit. I llavors va i t'analitzen això, per què va anar a la presó... Es diu *Intermedio*.

M: jo miro tots... gairebé...

- I dels informatius què és el que us agrada més?

M: a mi els esports i el temps.

U: a mi també els esports.

- I què és el que menys us agrada?

U: el que menys?

M: política, molt.
O: política podria ser...
U: la política del PP.
J: a mi a vegades, perquè al telenotícies a vegades responen per exemple el Mas i jo no pillo de lo que parlen.
- I què és el que més t'agrada, a tu?
J: a mi, el temps, m'encanta, i coses actuals, per exemple tecnologia...
- Què creieu que expliquen, els informatius?
O: notícies.
U: notícies.
J: el que passa al món.
U: jo crec que els informatius expliquen més que notícies, t'expliquen les *bobades* que diuen els polítics, saps? Perquè sempre diuen el mateix.
J: aviam [A U.]. No et passis perquè potser per a tu són *bobades* però potser per a altres persones no ho són.
U: no, ja ho sé, però si a mi m'agrada el 324 i veus al Rajoy parlant i dius *jolin*.
- Tornem a parlar de l'Info K. Des de quin curs el mireu?
O: jo des de segon.
X: jo no me n'enrecordo però crec que des de no fa gaire, crec que des de tercer o des de segon, o des de primer, o des de P5...
O: jo des de primer, que va ser quan vaig veure el *Súper 3*.
M: jo igual que ell, a primer.
J: jo a segon però... o sigui, ara cada cop que em faig més gran el miro menys.
- I quines són les vostres seccions preferides?
Alguns: què?
- Les seccions. Hi ha l'entrevista, els clips...
Alguns: ahhhh.
U: a mi el que més m'agrada quan t'anuncien activitats infantils o sigui per què tu saps què faran a la ciutat, quines activitats faran, però també el que m'agrada és la política, saps?
- Què més?
X: a mi quan m'agrada més l'Info K és quan hi ha moltes notícies. El que no m'agrada és quan ensenyen músiques.
- Quin tipus de notícies us agraden més?
X: els clips estan molt bé perquè surten animals monos... no sols animals... coses més fluixes.
J: a mi m'agraden les actuals.
- Què vol dir coses més fluixes?
X: o sigui coses no tan... no tan... famoses, com si diguéssim. O sigui, coses més fluixes com "avui ha nascut un ós panda a Àsia".
- Això t'agrada.
X: o diuen ha guanyat el premi no sé qui. És com si no t'interessa gaire però si.
- Però t'agrada, a tu, això?
X: si, si. I el que sempre al principi també m'agrada que és com si han mort quatre persones per un accident. Sempre ho posen al principi perquè és el més...
U: tràgic.
X: si. El més greu, el més... el més famós.
- I això que dius de més fluix, perquè creus que t'agrada?
X: perquè...
U: perquè no és tan tràgic.
X: o sigui... a vegades... quan surt algo... que hi ha un assassí o algo... jo no miro la tele me'n vaig al lavabo perquè no vull veure allò perquè em fa pena.
- Però això a l'Info K surt?
Tots: no!
X: no.
- Al telenotícies normal...
X: no, però a vegades a l'Info K han sortit coses que a mi m'afecten molt, com per exemple un barco que es va enfonsar, o dolents, o les guerres...
- I això no t'agrada?
X: no, però tanco els ulls...
[PARLEN TOTS A L'HORA]
J: a mi m'agraden les coses actuals.
- Per què t'agraden les coses actuals?
J: doncs perquè són coses interessants, d'ara, per exemple la tecnologia m'encanta... no sé. I també m'agrada molt per exemple l'altre dia a l'Info K va sortir una àvia que sortia al rècord Guinness o algo així, que tenia 117 anys i li estaven fent fotos, no sé...
- Participeu en les coses que proposa l'Info K?
J: no, jo no.
O: a vegades.
A: jo depèn.
- Per què no?
J: perquè em fa pal.

- I els que sí?

U: jo no vull participar. Crec que és un timo. Si, perquè a veure jo vaig enviar la resposta que era evidentment la correcta...

X: perquè fan un sorteig!

U: et pregunten o sigui qui és l'autor de *Bola de Drac*? Akiro Toriyama. Ho poso en el web de Tags, després obro i et diuen has perdut.

M: perquè hi ha un sorteig.

X: fan un sorteig! Potser ho han ficat 100 persones i només guanya una.

- I la web la mireu, del programa, la web de l'Info K la mireu?

X: no.

M: sí.

J: jo el Temps. Jo miro el Temps.

U: jo també.

- Creieu que hi ha diferències entre els telenotícies de les diferents teles?

Alguns: sí.

X: n'hi ha molta.

O: un en català i l'altre en castellà, per exemple. Depèn de quins.

- Quines diferències?

O: per exemple si poses TV3 o el 324 que uns són en català i els altres en castellà. I hi ha alguns altres que t'expliquen la notícia però te l'expliquen a fons. Que per exemple diuen "Messi s'ha lesionat". I algunes et diuen "Messi s'ha lesionat perquè va fer una jugada es va caure"...

- Què més?

U: pues jo trobo això, sí, però el que més trobo estrany és, o sigui, estàs veient una notícia de política al 324 i de cop i volta et passen a veure sense que te n'assabentis del canvi a una d'esports, saps? I en comptes de posar-te una jugada que es va lesionar Messi posen directament el penal que va marcar Messi i es va trencar la cama.

- Llegiu diaris o escolteu la ràdio, a casa, per informar-vos? O els vostres pares?

O: jo llegeixo diaris, cada dia.

J: Síiii.

X: 20 Minutos.

X: 20 Minutos.

O: 20 Minutos.

J: jo no en tinc ni idea, jo no en miro.

U: jo *El Periódico*.

X: sí, jo quan estic al cotxe... jo vull posar música però els meus pares diuen no, no, ha de ser ràdio, i posen ràdio [ES REFEREIX A INFORMACIÓ].

- I vosaltres us informeu d'alguna altra manera? Per internet, per exemple...

O: jo per TV3 a la carta i miro els telenotícies que em perdo...

X: sí, jo també...

TRANSCRIPCIÓ GRUP DE DISCUSSIÓ Pilot B [GDB]

No espectadors de l'Info K

Uma (nena, 10)
Guim (nen, 11)
Lluïsa (nena, 10)
Jofre (nen, 10)
Maria (nena, 11)

- Compartim el que heu escrit al qüestionari... Què feu quan arribeu a casa després de l'escola?

L: fer deures.

J: si.

U: si.

G: jo m'agafo l'iPad i em quedo mirant l'iPad.

- Què mires a l'iPad?

G: a vegades vídeos de Youtube, a vegades xatejo amb els meus amics i algun cop també miro programes... i coses...

- Què més feu?

L: extraescolars.

U i G: si, això també.

- I després de les extra-escolars?

L: doncs després de les extra-escolars mirar la tele, i nosaltres parar la taula i sopar.

U: si.

L: i tornar a mirar la tele.

G: jo després de sopar tots estem mirant la tele.

- Algú més mira la tele quan arriba a casa?

U: faig els deures i quan els acabo.

- Hi ha algú que no miri gens la tele?

M: jo no gaire...

G: jo la miro entre setmana poquet.

J: jo el cap de setmana.

- Per què no mires gaire la tele, M.?

M: doncs perquè prefereixo fer altres coses.

- I tu [a J.].?

J: jo miro a vegades el cap de setmana. Però ara normalment no la miro tant perquè el meu germà vol jugar a altres coses.

- On la veieu normalment la televisió?

L: al menjador.

G: al menjador.

J: al menjador.

U: jo a vegades a la meua habitació i a vegades al menjador.

- Tens una tele a l'habitació?

U: si.

L: si, jo també, però no la miro gaire allà.

- I els que la mireu només el cap de setmana per què no la mireu entre setmana?

G: a mi perquè no em deixen tant els meus pares, perquè he de fer els deures d'un dia per l'altre. I el cap de setmana tinc dos dies i tinc molt temps.

M: a mi no és que em deixin, és que prefereixo el cap de setmana.

- Amb qui la veieu normalment?

L: algunes vegades sols, i algunes amb els meus germans i els meus pares.

G: nosaltres els programes que fan a la nit els veiem tota la família, algun cop les pel·lícules amb les meves germanes, però normalment sol, els programes i tot...

- I en parleu, després?

J: a mi si m'ha fet gràcia algo, i tots ens hem rigut...

U: si... a mi també...

G: jo sols comento a vegades els programes i les notícies, però els dibuixos i això no...

L: jo les notícies si que les comento perquè... o sigui amb tota la meua família: "ah, mira, ha passat això, ah, mira..."

G: si, això també...

U: jo igual.

- D'acord... I què mireu a la televisió? Dèieu els programes a la nit... quins son els que mireu a la tele normalment?

M: Zona Zapping.

L: doncs *El Hormiguero*.

G: *El Hormiguero* també.

L: i... [RIU] *Quien quiere casarse con mi hija* y coses així.

- Què més?

G: *La que se avvicina.*

L: *La que se avvicina, Aida...* Més programes en castellà que en català.

U: ja...

G: bueno, depèn...

A: almenys que ens agradin.

G: si...

- Què més?

U: *Violeta.*

M: per la nit no em deixen.

- I els caps de setmana què mireu, si mireu la tele?

J: normalment per veure la tele veig pel·lícula. Ara molt poc els dibuixos animats...

L: jo els caps de setmana... o sigui, jo tota la setmana la televisió, però... els caps de setmana després de dinar les pel·lis que fan, pel·lis seguides...

- I què es el que us agrada de mirar la televisió?

L: doncs com ho interpreten i com ho fan.

J: a mi, la gràcia. Que de vegades no sé, n'hi ha un, ai mira *catatxum*, i ve un altre i l'empenta, no sé... la gràcia.

L: a nosaltres també.

- I a tu, M?

M: doncs si no saps amb què distreure't o així, doncs et poses la televisió i per distreure...

- Hi esteu d'acord?

L: si, per distreure't una mica. perquè o sigui tot el dia per exemple...

G: quan estàs avorrit.

L: si.

G: però de vegades també quan tens ganes doncs vas a mirar...

L: o, o, no... és excessiu que tota l'estona estiguis mirant la tele. Jo algunes vegades jugo amb els meus germans... però normalment miro la tele.

- Alguna cosa més a part de distreure-us?

G: a vegades també per obligació.

- La mireu per obligació, la tele?

U: no.

G: no, però a vegades algunes notícies... doncs me les fan veure.

- I això, per què creus que és?

G: perquè sapiguem què passa, o això...

- Però vols dir que ho miren els teus pares i tu la veus, o t'hi obliguen?

G: no, no és que m'obliguin. Però em diuen "mira, mira això, vine que *no sé què*", saps? Però no m'obliguen, però m'ho diuen...

- I això t'agrada o no t'agrada?

G: si, m'agrada.

- I per què creus que ho fan, això, els teus pares?

G: perquè... volen que estigui... no sé, que sàpiga el què passa al món i tot.

- Per què creus que volen que ho sàpigués?

G: no sé...!

L: jo crec que pel dia de demà, pues o sigui estar informat del que...

U: del que passa.

L: si.

J: i perquè després els teus amics t'expliquen alguna cosa i tu no en tens ni idea.

L: també.

[RIUEN]

- I què feu mentre mireu la televisió?

J: jo els divendres agafo una pizza i miro la tele...

L: si.

U: si.

[L I U ES MIREN I RIUEN]

G: i a nosaltres a casa també el que és vici sempre és a l'hora d'*El Gran Dictat* tots a veure *El Gran Dictat*.

- Concursos...

G: si.

JU: jo només, quan és exacte, exacte, és a les vuit i mitja que fan el meu programa preferit: *Violeta*.

- Però quan veieu la tele només veieu la tele o feu alguna altra cosa mentrestant?

L: menjar.

G: jo a vegades tele i iPad.

L: a mi també m'agrada mirar la tele, o sigui, escoltar-la només i mirar... no sé, les pàgines web que tens i tot...

U: si...

[NOTÍCIA A: FOTOGRAFIES "Arrenca el Mobile World Congress"]

- Ara us ensenyaré unes fotografies, què són aquestes dues, a veure si sabeu què és? Us sona haver vist aquestes imatges?

Alguns: si.

- Què es?

[MIREN LES FOTOGRAFIES]

M: un plató d'imatges? On graven...

J: on fan les pel·lícules?

G: l'*Apple Store*?

L: això no ho sé.

U: jo crec que...

L: això és això [SENyalant UNA I ALTRA FOTO]?

- Si, és el mateix. Les dues imatges són de la mateixa cosa.

L: doncs informació, i coses de... que van amb mòbils i... les companyies de Samsung i d'Apple

G: jo crec que és com un lloc que hi ha, com ha dit ella, moltes companyies i tot, i allà es poden anar a provar doncs els mòbils, els iPads...

- I on ho heu vist això? Us sona d'haver-ho vist a algun lloc?

U: a la tele. Crec que a les notícies o algo així.

L: crec que a TV3 o algo així...

- A algú li sona?

U: a mi em sona, però no n'estic segura.

- A algú mes? Teniu alguna idea del que podria ser?

M: un lloc on vas a fer proves...

G: alguna botiga de tecnologia...

M: no...

L: a mi em sona una mica però no sabria dir de què.

L: si.

G: si.

- Què creieu que en sabeu? Tu [L.] deies que alguna companyia de mòbil...

L: si, perquè aquí surt Samsung. [SENyalA LA FOTO]

U: diferents companyies.

- N'heu parlat amb algú d'això?

L: com?

- Si n'heu parlat amb algú d'això, si us sona haver-ne parlat amb algú... l'U. deia que li sonava haver-ho vist a la tele...

U: si...

- Però no ho heu comentat a casa?

U: és que a casa només comentem el Barça...

[NOTÍCIA B: VÍDEO 7N "LES NOVETATS DEL MWC"]

- Qui m'explica la notícia?

L: Jo. Doncs que TV3 ha anat a gravar perquè... ara hi ha com un rellotge que és com un mòbil i també les noves tecnologies dels mòbils que poden fer... i tota aquella cua... era per passar però no he sentit bé què més... i ja està.

M: i volen fer arribar a la gent com és aquesta tecnologia, la volen ensenyar...

U: també he sentit que això ho han fet perquè no se't trenqui el mòbil o així...

- Què més heu entès?

J: volen arribar a uns... no sé quantes persones...

U: cinc mil, no?

J: si, algo així. He sentit cinc mil.

- I què us ha agradat d'aquesta notícia? O què no us ha agradat?

L: doncs a mi m'ha agradat que es el que ara estan fent, o sigui com avança la tecnologia.

- I de com està feta, de com us ho han explicat? Creieu que ho heu entès tot, que no?

L: és que hi ha paraules que alguns cops no s'entenen.

U: si que són més de grans.

L: si, que no ho entenem.

U: si, són més de grans.

- I això us agrada?

U: no.

L: bueno. No, perquè no ho entens.

- I què més us agrada o no us agrada de com està feta la notícia?

G: a mi m'agrada que... pues que la gent pugui anar allà. Saps què, podrien fer una exposició en tancat... però la gent hi pot anar.

- I un altre cop... de com està feta la notícia, d'aquestes imatges, de com ho expliquen... d'això què us agrada o què no us agrada.

G: de com està gravat?

- Per exemple.

G: està bé.

U: si, si.

J: en un moment ha semblat que tu... tinguessis el mòbil tu mateix a les mans.

L: si.

- Això t'ha agradat o no?

J: si.
 L: però, a mi el què no m'ha agradat, és... per què hi ha una cua tan llarga? No hi poden haver-hi dos o tres? És que si no la gent...
- M'heu dit que hi ha algunes coses que no s'entenen, i que hi ha algunes coses que van molt ràpid... Com ho farieu vosaltres millor, això?
 L: pues per als nens...
 G: buscar...
 L: o sigui per als nens buscar sinònims.
 G: sinònims, sinònims.
 U: si, sinònims.
 G: que s'entenguessin més.
- I què més? Perquè s'entengui millor com ho farieu?
 L: doncs que ho entenguessis tu o sigui com si fossis un nen.
 U: si, que es fiquessin en la nostra pell, per dir-ho d'alguna manera...
 J: ficar la lletra a sota...
- I com hauria de ser això?
 L: mmm... no sé.
 U: suposo que és també...
 G: podrien preguntar a nens o sigui abans de ficar la notícia, preguntar... O...
 U: si.
 L: si.
- Si sortissin nens us agradaria més, creieu?
 G, L, J: Si.
- Com més hauria de ser perquè us agradés més?
 U: hi ha hagut un moment que ha sortit un anglès m'ha semblat que, no sé si és perquè ho han gravat malament o què, però, o sigui, però hi ha gent que no sap anglès...

[NOTÍCIA C: VÍDEO INFO K "ARRENCA EL MWC"]

- Aquesta l'heu entès millor?
 G: si.
 U: si.
 L: si, perquè explicaven les coses a baix, o sigui, et deien de què era la principal notícia o sigui...
 U: de què estaven parlant.
 G: de què estaven parlant, com si fos el títol, saps?
 J: aquest cop han fet com més vídeos l'altra ficaven més entrevistes.
 L: si.
- Creieu que heu entès més coses d'aquesta?
 L: si, perquè parlaven més com nosaltres.
 U: com els nens.
- Què vol dir com vosaltres?
 L: o sigui doncs com ho entenguéssim nosaltres no com les persones de grans.
 U: com els metges que diuen coses que no...
 J: com que vocalitzaven millor.
 U: si.
- Què us ha agradat d'això? Us ha agradat que parlessin més com vosaltres. I per què us ha agradat més que l'altre?
 U: perquè ho explicaven millor.
 L: perquè és com els nens.
 G: perquè llavors... hi ha més a veure a les notícies...perquè penses per què les vaig a veure...
 L: perquè és més pels nens.
 G: si.
- I vosaltres creieu que és important estar informats?
 Tots: si.
- Per què?
 U: perquè saps el que passa a fora.
 L: o a dins, d'aquí.
 U: si.
- I per què creieu que això és important?
 U: perquè et dona informació de tot el que està passant.
 L: i tu pots... per exemple hi haurà un tsunami d'aquí a tres dies, pues així, si ho veus, doncs estàs informat i pots marxar d'un lloc, saps?
- I pels adults, també és important estar informat?
 L: si.
 U: si.
 G, J i M: si.
 L: més encara.
- Per què?
 U: perquè la gent gran, com la meva mare, veuen el Temps, per veure què es posen... a nosaltres això ens és igual.

L: a mi no, eh.
U: o per si vols anar a esquiar.
J: o per si vols estendre la roba, per si plou.

- I per a vosaltres, nens i nenes, és important?
G: doncs... també, però no tant.
L: si, però no tan important. Perquè, o sigui a nosaltres ens diuen una notícia i vale. Però els grans és com si patissin més.
U: si. I nosaltres som nens, no ens interessa gaire.
J: o una festa d'aniversari i es fica a ploure.

- I a casa, com ho feu? Veieu informatius, veieu telenotícies?
Alguns: si, si.
L: jo molt poc.
U: menys els caps de setmana, que depèn de quin dia el meu pare treballa i llavors per dinar veiem les notícies per ell...

- I de les notícies, què us agrada o què no us agrada?
M: les imatges.
J: els esports.
M: per exemple un surfista fent un salt súper *xulo*.
U: o que hi ha hagut una guerra, no sé...
L: quan hi hagut una guerra o algo és molt trist perquè es veu com estan... o sigui, els cossos, i tot destrossat.
U: clar.
G: però això està bé que ho fiquin.
L: ja, però...
J: no és necessari...
U: potser amb una foto de com està tot.
L: jo crec que per nosaltres, o sigui per les notícies de nens no caldria aquestes imatges tan impactants.

- D'acord. I... Coneixeu l'Info K?
G: *emmm...*
L: a mi em sona.

- Sabeu què és?
TOTS: si.
U: unes notícies per a nens.

I per què no el mireu, creieu?
J: és que jo no tinc temps.
G: jo no el miro perquè ja si em fiquen els meus pares les notícies normals, pues... no vaig a mirar-ne unes altres...
U: si, jo també.

- Però per exemple, aquesta notícia última que hem vist, és de l'Info K, i la primera del telenotícies normal. Vosaltres m'heu dit que s'entén millor, no, la segona?
U: si.
L: si perquè és per a nens.

- I no us agradaria potser mirar l'Info K? Què hauria de passar perquè el miréssiu?
G: no sé, és més que res per...
J: per temps.
G: no, no per temps per... per mandra...
U: és que, no sé per què és però quan ho fico sembla per nens petits.
J: i a vegades hi ha coses que no ens interessen.
U: ja, si.
J: un dia vaig encendre el vaig ficar i vaig veure un tio que caminava tota l'estona, no sé...
U: ja, tampoc cal, no sé...
G: o sigui que expliquin coses també per a nens però algo que passi també a fora, important.

- I dèieu que a vegades veieu les notícies amb els pares, a quins canals de televisió les mireu?
TOTS: TV3.

- Tots?
TOTS: si.

- Cap altra?
L: però algunes vegades, algunes vegades...
G: La1.
J: La1, La2...
L: ... Antena3.

- I algun cop les mireu amb ells [ELS PARES]?
U, J, G: si.

- I en parleu?
L: bueno, depèn del que sigui. Si és per exemple... que han anat de colònies o així, doncs no en parlem, però si és alguna cosa important, doncs si, donem la nostra opinió.
U: alguna cosa curiosa, saps? que no sigui molt normal de veure...
G: a vegades també els pares canvien el canal quan hi ha algo que no volen que veiem.

- Creieu que hi ha diferències entre els telenotícies de les diferents teles?
L: no. Bueno, a veure, parlen en castellà i català...

- És al única diferencia?

L: no, ara, a Antena3 fiquen uns cartells que fiquen algunes coses però ara a TV3 ja no ho fiquen.

J: també diuen coses diferents.

- Què diuen diferent?

U: la manera d'explicar-ho.

J: perquè cada empresa té un...[NO CONTINUA]

G: també depèn de si la cadena es catalana o castellana.

- I quan dieu que ho expliquen diferent què voleu dir?

U: paraules.

L: o sigui com ho diuen.

- Què és diferent de com ho diuen?

L: per mi, per mi TV3 ho diuen com més... somrient... amb una mica més d'alegria.

U: d'humor.

L: si. I a Antena3 no, a Antena3 estan molt seriosos.

U: bueno per això també i perquè al meu pare no li agrada veure les notícies en castellà.

- I vosaltres, a part dels informatius, llegiu diaris, amb els pares?

L: no.

G: bueno...

L: jo alguna vegada revistes, però diaris no.

J: a vegades...

- I els pares llegeixen diaris?

L, U, J, G: si...

- Quins?

[CONTESTEN TOTS ALHORA]

U: *El Periódico* en català.

L i M: *La Vanguardia*.

G: *l'Ara*.

J: *l'As*, *El País*.

- I la ràdio?

U, L, J: si, si, si.

G i M: no.

- Què escolteu a la ràdio i quan?

L: doncs, els anuncis...

G: no, jo no.

U: a mi m'agraden les cançons però al meu pare no sé per què li ha donat fa poc per sentir informació, no sé...

J: o el futbol.

- Per què creus que li ha donat per aquí?

U: no sé... no sé si és perquè li agrada més que no per la tele...

G: la meua mare a vegades per anar a dormir es fica la ràdio.

- Per anar a dormir. Quan més escolteu la ràdio?

L: per dutxar-se. Sempre. Els matins, pels matins sobretot perquè et dona com més alegria.

U: si.

- I us informeu d'alguna altra manera? A part d'això us informeu d'alguna altra manera?

L: les revistes. Però les revistes els pares.

G: pels pares.

U: o aquí [A L'ESCOLA], quan passa algo... i està tothom parlant d'això.

L: pues jo parlo amb els meus pares, bueno, sobretot amb la meua mare, de les notícies que passen aquí.

U: ja, del col·le.

L: pues m'agrada explicar-li el què fem i el què no, saps?

U: bueno no és que m'agradi, és que em sento millor.

L: si perquè així li expliquem i ella sap què fem.

TRANSCRIPCIÓ GRUP DE DISCUSSIÓ 1 [GD1]

CAT Espectadors habituals de l'Info K

Abel (nen, 10)
Núria (nena, 11)
Lisbet (nena, 11)
Ramon (nen, 11)
César (nen, 10)
Joan (nen, 11)

- Compartim el que heu escrit al qüestionari... Què feu quan arribeu a casa després de l'escola?

A: normalment, deures, perquè en tenim molts.

N: quan arribo a casa em trec la motxilla, i em poso a ballar.

- Ah si? I què balles?

N: doncs un ball que és popular, i em poso a fer tombarelles, m'obro de spagat o així...

L: berenar, després faig els deures, a lo millor em dutxo...

- I algú fa alguna activitat extra-escolar?

J: jo faig futbol.

C: futbol.

A: música i tennis.

C: jo també faig música.

- I algun cop mireu la televisió? Quan?

J: jo no la miro gaire perquè tinc les tardes molt ocupades amb les extra-escolars però si hi ha alguna estona que no tinc deures, doncs la miro una estona.

A: jo aprofito mentre bereno, miro la tele.

C: jo a vegades quan dino o abans de dinar, i per la nit.

R: jo mentre bereno i per la nit abans de dormir una mica.

- I on la veieu la televisió?

L: jo al sofà.

N: al sofà que està al menjador.

L: si.

J: si.

C: jo al sofà del menjador i a la meua habitació.

L: jo també tinc una tele a l'habitació.

R: jo també, però ja no funciona.

- Amb qui?

J: jo normalment la veig amb els meus germans.

C: jo normalment amb la meua germana i el meu pare o sol.

R: habitualment amb els meus pares, perquè la meua germana és a l'Equador.

N: amb els meus germans.

A: jo sol, normalment.

- I en parleu, després, del què veieu?

[ASSENTEIXEN]

J: jo a vegades si veiem alguna sèrie... parlem del què ha passat.

L: a vegades si és una sèrie que és molt emocionant, doncs ho parlem, però si és un documental d'animals, pues... no.

- Per què creus que passa això?

L: doncs perquè si és una cosa que no és gaire emocionant, doncs no en parlem, però si és una cosa que ens agrada, doncs si.

N: a mi em passa el mateix, perquè si et deixen amb la intriga, per exemple, parlem del què podria passar, o del què no, o del què ens sembla, de si ens agrada o si no...

C: jo a vegades en parlo, però no molt.

- Què mireu a la televisió?

J: jo normalment veig sèries de policies.

C: dibuixos o ciència ficció.

R: jo... doncs una mica de ciència ficció a vegades, dibuixos... encara que cada dia veig una sèrie mentre bereno, de policies.

- Alguna en concret?

R: *Cast/e*.

L: jo també.

N: normalment veig TNT i després *Cast/e* també.

- I algun altre programa?

C: doncs Disney Channel, FDF, Divinity...

A: Energy. I Teledeporte a vegades.

- Què feu mentre mireu la televisió? Heu dit que a vegades bereneu...

N: a vegades deures...

C: per dinar...

A: per esmorzar o per berenar.
R: jo alguns cops mentre sopo.

[NOTÍCIA F: FOTOGRAFIES “GERMANS ROCA”]

- Sabeu qui són?

C: d'una peli?

J: actors?

C: però són els mateixos?

- Si, són els mateixos en diferents fotos.

[ES MIREN LES FOTOS]

J: ah! Són els germans Roca?

N: són els que tenen un restaurant?

J: el Celler de Can Roca.

- Sabeu qui són?

J: els Germans Roca?

- Algú més?

R: ni idea.

A: no.

- On els has vist?

J: no, de la ràdio quan vaig normalment, doncs escolto que hi ha premis dels millors restaurants d'això. I que el Celler de Can Roca hi era.

- Algú més ho ha sentit?

A, N, L, R, C: no, no.

- Què més en sabeu? O què més en saps, J.?

J: que el restaurant està a Girona.

- Amb qui n'has parlat?

J: amb ningú...

[NOTÍCIA G: VÍDEO TN “GERMANS ROCA”]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?

C: de com els premis de restaurants, els germans Roca...

R: que hi ha varia gent que ha guanyat premis... em sona molt el nom Adrià, el cognom crec que és de Ferran Adrià... hi ha una persona que ha guanyat dos premis de dos restaurants diferents.

C: els germans Roca van guanyar també el 2013 i el 2014 no perquè va guanyar un altre.

N: i crec que no és molt important però mentre sortien els germans Roca anaven dient que al seu restaurant no utilitzen més gent sinó que un és el xef, l'altre el president, l'altre era el sommelier aquest, i després que em sembla que cada any es va fent a diferents llocs, perquè aquest any s'ha fet a Londres, i ha dit que l'any vinent es faria a Nova York.

- Què us ha agradat d'aquesta notícia? De com està explicada...

[SILENCI]

- Creieu que s'entén bé?

TOTS: sí, sí.

- Què us ha agradat? O com ho faríeu perquè estigués explicada millor encara?

[SILENCI]

- Utilitzariéu alguna cosa per explicar-ho millor?

R: no, ja s'entén bé.

- Ho heu entès tot?

L, A, C: sí.

J, N: sí.

- D'acord doncs mireu un altre vídeo.

[NOTÍCIA H: VÍDEO INFO K “GERMANS ROCA”]

- I ara? Què heu entès?

C: que des de petits quan tornaven de l'escola se n'anaven a un restaurant que es deia Roca dels seus pares i es passaven allà tot el dia fent de cambrers, fent deures, veient la tele... i al 1996 van fer el seu propi restaurant i fins ara.

J: jo he entès més o menys el mateix, però aquí he vist com més informació i explicat més com per a nens.

- D'acord, i això t'agrada o no t'agrada?

J: sí, perquè per exemple en l'altra alguna persona pot veure-ho i no entendre el què diu i aquí, en canvi, ho explica molt bé.

- Què vol dir que ho explica molt bé, per a tu?

J: doncs que fa servir paraules menys... menys cultes, diguem...

R: jo crec que no és que ho expliqui més bé si no que explica una altra informació més fàcil d'entendre.

- Explica una altra informació?

R: sí, com lo de com van aprendre a cuinar, i què pensen els seus fills i tot...

- Vols dir que expliquen més informació?

R: si, més detalls.

L: jo aquesta notícia l'he entès més bé que l'altra perquè l'altra és més... com per a adults.

- I què vol dir que és més per a adults? En què ho veus això?

L: *hmm*... a lo millor els premis, que aquí és més... per nens.

N: a mi m'ha agradat més aquesta que l'altra perquè els telenotícies hi ha vegades que posen paraules que són més cuites que per a nosaltres són més difícils. I clar pels adults... o sigui ho entenen a la primera però nosaltres encara no. I en canvi a l'*Info K* se'ns fa més fàcil. A part, com que fa gestos amb les mans, no sé...

A: jo he entès més coses també perquè el vídeo anterior [TN] era només una petita part d'aquest vídeo [IK]. Perquè aquest vídeo [IK] és el mateix però té més informació.

- I per què creus que has entès més coses?

A: [PENSA]... no sé...

R: jo crec que he entès més perquè la notícia aquí m'ha aportat més, m'ha... no sé com explicar-ho, m'ha interessat més perquè no fa servir tantes paraules, l'altra m'ha confós una mica però aquesta m'ha interessat més i m'ha sigut més fàcil d'entendre.

- I per què creus que t'ha interessat més?

R: per les informacions, pels detalls.

- I què us ha agradat d'aquesta notícia?

N: no sé però hi ha una part que m'ha agradat molt és que a l'altra tota l'estona anaven parlant i no paraven de parlar tota l'estona del mateix i aquí han posat una mica de *Ratatouille* [RIU] i... no sé... anaven posant coses de la seva vida i ho anaven fent una mica més infantil, per nosaltres, que ho entenguem millor.

- Més coses que us hagin agradat?

[SILENCI]

- Doncs anem a veure'n una altra encara.

[NOTÍCIA I: VÍDEO INFO K "PREMI PILARÍN BAYÉS"]

- Algú m'explica la notícia?

C: doncs com dels avis, que aprens més, i...

R: explica més o menys que hi ha hagut un concurs de contes que aquest any havien de fer històries que sabien dels seus avis.

- Què més?

A: que havien participat en un concurs i que havien guanyat, i que van a fer una activitat amb l'escola, amb molts nens.

- Què us ha agradat d'aquesta notícia?

R: doncs que és d'una cosa que tots tenim, que és un avi. Tots tenim avis. I per això crec que com que m'ha interessat més.

L: la Pilarín Bayés, que estigués en aquest lloc i que hi hagués com un lloc, amb els nens, i que ella fes dibuixos i així... que hi anés. Com ella és més gran, en sap més, i és autora i tot això.

N: a mi em sembla que els importa molt la opinió dels nens perquè si no... no sé com dir-ho. Els importa la opinió dels nens perquè han sortit nens donant la seva opinió sobre el que els hi ha semblat la Pilarín Bayés, i això m'agrada molt perquè és com que et tenen en compte.

- A algú més li agrada això?

R: sí, m'ha agradat això.

- Què creieu que fa diferent les notícies de l'*Info K* a les dels telenotícies normals?

J: que les de l'*Info K* estan fetes per a nens, i les dels telenotícies estan fetes per a adults. Es veu en la manera que tenen de parlar, en com són les frases, les paraules...

A: a part del que ha dit el J., perquè els telenotícies hi ha coses de més adults que potser nosaltres no podem veure.

N: i també als telenotícies s'enrotllen moltíssim per un tema i després a l'*Info K* donen una informació més divertida i que entenem millor. Que no al telenotícies que s'enrotllen i no entenem res.

R: jo crec que m'agrada més l'*Info K* perquè et sents més identificat, perquè sempre parlen amb els nens, donen la seva opinió i tot.

- Creieu que és important estar informats, saber què passa al món, i a casa? Per què?

A: sí, jo crec que sí, perquè... és... no sabria dir per què.

L: per exemple: tu no veus el temps, i demà tens pensat anar a la platja i plourà. No estàs informat, si plou, què?

N: a mi també em sembla important perquè o sigui... no sé... Tu vius en aquest món i t'estàs informant sobre el que passa o el que no. Així que ja no som tan petitets com perquè ens doni igual, ja som una mica més grans, nosaltres, per saber i per analitzar les coses.

- I perquè és important saber i analitzar les coses, com tu dius?

N: la meua opinió és que per demà, per exemple, ens podrà servir, saps?

- Per a què us podrà servir?

N: no sé...

A: perquè estar informat és algo... no sé... és un avantatge perquè si després veus al telenotícies expliquen algo sobre França i després a l'escola treballas França... doncs ja saps de què va.

- I per a un gran és important estar informat?

R: si perquè les persones grans com també han d'anar a treballar i necessiten saber... per exemple, com deia la L abans, que per exemple si un ha d'anar a treballa aquell precis dia a peu, i està plovent, i no tenen paraigües, doncs podria ser un problema.

- I per a què més, a part d'això del Temps?

R: per saber informació que habitualment tu no pots saber... de política, tu no pots saber el percentatge de gent que ha votat a tal partit polític. Doncs les notícies t'ho poden dir tot això.

- I per què és important saber això?

R: perquè és important per saber qui has de votar perquè és una responsabilitat molt gran, també, qui serà el president.

- Per què és una responsabilitat molt gran?

R: perquè d'això dependrà... perquè per això, podria passar que una persona fos president, canviés alguna cosa... o fes alguna cosa dolenta o bona... I... o potser no.

N: també per exemple a vegades a la tele o a les notícies surten per exemple un pont, està... no sé, està com en perill i no pots passar. I has d'arribar a un lloc, i has de passar per aquell pont. Et pots assabentar de si està bé o malament... o també si hi ha alguna zona que està en perill també si has de passar per allà doncs te n'has d'assabentar.

- I vosaltres a casa, com us informeu? Veieu telenotícies amb els pares? Quins?

C: jo a la nit, els de Telecinco.

J: jo a la nit si estic fent deures els meus pares miren notícies, i a vegades m'entretinc una mica.

N: pel matí quan m'aixeco està la tele engegada i estan veient La1.

- I què us agrada o no us agrada més dels informatius?

J: a mi em semblen una mica avorrits però poden servir per informar-se.

C: a mi em semblen avorrits però pots aprendre coses.

R: jo crec que, alguna vegada que els veig, més que avorrits són depriments. Perquè males notícies, després males notícies, una mica de política, una mica de futbol, males notícies...

N: a mi em passa el mateix però jo no li dic depriment... bueno, una mica si, perquè sempre passa el mateix, males notícies: un terratrèmol, un tsunami... hi ha moltes males notícies, et poses súper trist.

L: jo crec que veure les notícies està bé, però veure tant les notícies d'adult et deprimeix.

- I com serien millors per a vosaltres? Com us agradarien més?

C: no fer cada dia el mateix, o explicar altres coses.

A: quan veig notícies sempre quan acaben les notícies... les tornen a posar, i les tornen a posar, i les tornen a posar... al final és una mica avorrit. Repetitiu.

- Quants temps fa que veieu l'Info K? Des de quin curs?

R: jo crec que el vaig començar a veure quan tenia 7 o 8 anys. Jo recordo que a finals de tercer o així ho vaig començar a veure i a partir de llavors bastant sovint.

L: jo a quart...

N: jo a principis de quart més o menys.

A: jo a principis de tercer.

- Quines són les vostres seccions preferides? Quin tipus de notícies us agraden més?

R: les que parlen en general sobre tot el món, perquè moltes notícies són d'aquí, de Catalunya, però moltes també són de tot el món.

- Hi participeu? Quan hi ha algun concurs, o demanen la opinió?

[FAN QUE NO AMB EL CAP]

- En quins canals de televisió veieu telenotícies, o els vostres pares?

J: TV3.

R: a Cuatro.

C: a Cuatro també.

- En parreu després de les notícies?

C: si, jo a vegades.

R: sobre algunes notícies.

N: algunes.

- Creieu que hi ha diferències entre els telenotícies de les diferents teles? Per què?

C: jo crec que expliquen lo mateix però de diferents maneres. Jo què sé, per exemple a LaSexta ho fan com més graciós.

N: a mi em sembla que totes expliquen el mateix, perquè jo vaig canviant de canal i ho expliquen de diferents formes, però és lo mateix.

- I diaris en llegiu? Quins?

C: si, a vegades...

J: jo d'esports.

L: a vegades si m'avorreixo molt agafo el diari...

N: jo *El Mundo*...

A: quan tinc temps lliure i no m'assabento del que passa.

C: jo més aviat les revistes però diaris... l'As...

J: jo a vegades quan anem pel carrer parem al quiosc i em compro *El Mundo Deportivo*.

- Escolteu la ràdio a casa?

L: si.

J: jo quan vaig amb cotxe sempre.

N: si, al cotxe.

R: si la meua mare a vegades la posa.

- Us informeu d'alguna altra manera? Per Internet?

R: no.
J: no.
[ELS ALTRES FAN QUE NO AMB EL CAP]

TRANSCRIPCIÓ GRUP DE DISCUSSIÓ 2 [GD2]

No espectadors de l'Info K

Gerard (nen, 11)
Pol (nen, 10)
Ignasi (nen, 11)
Xesca (nena, 10)
Míriam (nena, 11)

- Compartim el que heu escrit al qüestionari... Què feu quan arribeu a casa després de l'escola?

M: fer deures

P: berenar.

I: jo veig una sèrie, a l'arribar, que es diu *Castle*.

M: jo faig deures, i després a vegades vaig al bàsquet que em toca entrenar.

X: jo faig deures i quan acabo llegeixo o jugo.

G: jo vaig a jugar a hoquei.

P: acabo de berenar i vaig a fer els deures.

- I alguna vegada veieu la televisió?

G: alguna vegada també veig *Castle*.

X: jo el cap de setmana acabo els deures que no he acabat entre setmana perquè faig més activitats i a vegades miro la tele.

M: jo després de sopar, o quan no sé què fer o m'avorreixo... i així se'm passa l'estona.

- I què mireu a la televisió?

M: dibuixos.

P: dibuixos.

I: bueno, és que jo la veig amb els meus pares la majoria de temps, i veig notícies i pel·lícules.

P: sèries, pel·lícules.

G: jo veig *Castle*, notícies i esports.

X: jo dibuixos, sèries i pel·lícules.

- On veieu la televisió normalment?

G: a casa.

- Però de casa, a on?

G: ah, al menjador.

P: al menjador.

M: al menjador. Bueno, jo també tinc un a tele a la cuina però no va bé, o sigui que no...

- I amb qui? Alguns heu dit amb els pares...

G: jo amb el meu germà o sol.

M: jo amb el meu germà o a vegades amb el meu pare, com no treballa... o amb la meua mare al vespre.

I: amb els pares.

- I en parleu després?

G: quan veiem partits de futbol.

P: quan veig la tele amb el meu pare, comento una mica i així...

I: algunes notícies així... que surten al telenotícies com que són... bueno totes són importants, però alguna que és molt... molt, molt greu... llavors a vegades a classe.

- Pots posar un exemple?

I: el de Filipines... [RIU]

- El què de Filipines?

G: tifó.

- Això ho heu comentat a classe?

I: ...és que no em sortia.

- No passa res.

X: el dia de les eleccions també.

G: però a vegades se'm fa avorrit veure el telenotícies.

X: però les sèries que jo miro, per exemple al Disney Channel, els meus pares no volen que les miri, doncs no ho comentem.

- No volen que les miris però tu si...

X: jo si, a mi m'agraden.

- I per què creus que no volen que les miris?

X: perquè diuen que són per més grans.

M: jo quan mirem una peli així de misteri que m'agraden, les comento dient què passa, què fan i això, i després jo veig Disney Channel, bueno tot menys el Super3 que no... no m'agrada.

- Què us agrada de mirar la televisió? Per què?

G: perquè a vegades si estic avorrit m'entreté.

P: si.

M: i perquè surten coses gracioses, coses que agraden... i a vegades s'apren.

- Quan aprens, creus?

M: doncs per exemple quan... quan... quan surten animals... és que no sé com es diu!

- Documentals?

M: això.

- Això serveix per aprendre?

M: sí.

- Us interessa mirar documentals?

M: bueno sí o a vegades hi ha una sèrie... alguna del *Frank* [es refereix a la sèrie *Wild Frank*], que explica coses...

- D'acord. I alguns altres programes mireu?

P: a mi m'agrada veure un canal que es diu Discovery Max que surten per exemple el que ha dit la M però del *Frank*, i m'agrada veure'l.

G: a mi al Discovery Max també m'agrada veure molt les sèries que fan de subhastes, *Cazasubastas* o *Pareja a la puja*.

M: ah sí.

- Què feu mentre mireu la televisió?

X: jo normalment res. A vegades bereno.

I: jo a vegades les postres del sopar.

- I deures o això?

G, P, X: No, no.

G: no perquè llavors et distreus...

X: et distreus i no et concentres.

G: i llavors et surten malament.

I: jo ho vaig haver de fer un cop i molt bé no va anar...

M: a vegades amb una peli menjó crispates, o amb un partit important com de la Champions doncs sopo.

[NOTÍCIA F: FOTOGRAFIES "GERMANS ROCA"]

- Sabeu qui són?

M: jo crec que el de la barba aquest és cuiner. Crec que té un germà...

P: sí, el que està al seu costat, aquest, el de la dreta crec que és el seu germà.

M: sí, es diu Jordi no sé què, va sortir a *MasterChef* i em sona un *montón*.

X: el del mig és el germà del de la dreta.

- Us sonen, no? Però sabeu qui són?

M: sí, no sé si són cuiners. És que a *MasterChef* sortien.

P: sí, són cuiners.

G: a més, allà es veu que darrera està ple de cuiners.

- Van ser notícia la setmana passada. Us imagineu per què?

G: van inventar un menjar.

P: ah sí, sí, 50 aniversari?

- On ho heu vist? La M ha dit a *MasterChef*.

X: a mi no em sona.

P: a les notícies. Per algun premi o algo...

- Què més en sabeu?

[SILENCI]

- N'heu parlat amb algú?

P: no, no.

M: no.

- Ara veurem un vídeo.

[NOTÍCIA G: VÍDEO TN "GERMANS ROCA"]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?

G: pel que he entès són tres cuiners que han guanyat un premi al millor restaurant del món, que ja van guanyar fa uns anys però que l'any passat va quedar per davant d'ells un altre restaurant, i han guanyat un altre cop.

X: i que són tots germans.

- Què us ha agradat? O què no?

M: és que les notícies no m'agraden. No agraden molt als nens però bueno.

X: a mi no m'ha agradat.

G: no m'ha semblat molt interessant.

I: jo he escoltat a les notícies que algunes persones es passaven un any per intentar anar a aquell bar.

- Això ho han dit al vídeo o ho saps tu?

I: no, ho sé jo.

- Com ho faríeu millor per a què us agradi més?

M: no sé...

X: és que diuen paraules que els nens... els pares vale, ho entenen, i els adults, però els nens? Diuen paraules que no entenen... que els nens no saben...

P: fer-ho més alegre. Tots estan [IMITA CARA SERIA].

M: les notícies són així, no poden disfressar-se de pallasso!

G: de tant en tant fer bromes.

- Això t'agradaria?

M: o per exemple de tant en tant a part, fer una notícia per nens com a l'*Info K*, doncs que això està bé, bueno jo no el veig molt perquè no és que m'agradi molt. Però ho poden, fer jo crec.

- Què utilitzariu per explicar-ho millor?

G: un tipus de llenguatge menys sofisticat.

X: elements.

- Elements de quin tipus?

X: no sé...

- L'ajudeu? Quin tipus d'elements es podrien utilitzar?

M: imatges, més imatges, perquè entenguem.

G: hi ha moltes imatges a les notícies, tot són imatges.

M: i sempre és casi el mateix, que podrien canviar.

X: si, el Temps sempre és Catalunya amb el sol i els núvols i una mica de pluja.

M: o també sempre parlen del mateix, saps?

G: jo crec que l'objectiu del Temps és que la gent entengui quin temps farà, no és fer-ho divertit.

- Però les notícies com la que hem vist al vídeo, quins elements podrien incorporar per a que s'entengués millor?

P: gesticular?

- Que gesticulessin més, els periodistes vols dir?

P: si perquè estan així, palplantats.

- D'acord, mirem un altre vídeo.

[NOTÍCIA H: VÍDEO *INFO K* "GERMANS ROCA"]

- I ara? Què heu entès?

M: bueno, el mateix, però jo crec que especifica més, perquè els nens...

X: més infantil.

M: bueno o que parla perquè hi ha més colors per exemple aquest senyor fa molt més moviment...

G: bastant més divertit i als nens els hi pot semblar més interessant.

- Per què?

G: perquè ho fan més infantil.

- Què vol dir més infantil?

G: perquè ho entenguin els nens.

- I amb què es nota això?

G: doncs la manera que s'expressa aquest senyor.

- Com s'expressa?

G: doncs veus aquella notícia [TN] i la mires i et venen ganes de canviar. Llavors, aquí et pots quedar normal.

- Què més? Creieu que heu entès més coses?

X: el mateix, però... si, una mica més de coses, que els seus fills també aprenen.

I: per a mi l'*Info K* ho explica molt millor que per exemple el TN.

G: hem entès més coses.

- Què us ha agradat?

G: la manera que expressen.

- Com és aquesta manera?

G: doncs per a nens, perquè ho entenguin millor, perquè no se'ls faci pesat.

M: també el que m'ha agradat és quan han fet una broma del mundial de futbol, i si, el que ha dit el G que ho expressen molt més... o el vídeo, que surten més coses, perquè abans jo he vist que només la càmera enfocava l'escenari, allà amb les copes de xampany, tu penses què té això per als nens?, i això és millor.

- Per què és millor?

M: per això, perquè diu bromes i per exemple a TV3 estan asseguts allà i aquí caminen... és com un teatre.

X: allà estan seriosos i aquí rient.

- I això us agrada?

X, M: si.

I: i al final han posat una mica... han posat com un vídeo... d'una pel·lícula... pels nens està molt bé... no sé, m'ha fet gràcia.

M: i també la música.

- D'acord en veurem un altre encara.

[NOTÍCIA I: VÍDEO *INFO K* "PREMI PILARÍN BAYÈS"]

- Algú m'explica la notícia? Què heu entès?

G: són uns avis... Llavors, van formar un concurs i els nens tenen dos llibres i el concurs tractava sobre aquests llibres que anaven sobre els seus avis que explicaven les seves vides.

M: doncs que la Pilarín ha guanyat contes...? Bueno i que també...

X: els nens han guanyat premis perquè havien fet uns llibres que explicaven les històries dels seus avis i la Pilarín estava allà i els ha dibuixat.

- Què us ha agradat d'aquesta notícia? O què no?

X: que els avis estan actius, veiem aquí que canten una cançó...

G: a mi m'ha agradat perquè es reuneixen els nens i els avis.

- I creieu que són diferents les notícies de l'Info K que les del TN? Per què?

G: si, perquè a TV3 o on sigui està explicada pels adults amb el llenguatge dels adults i aquí a l'Info K és més infantil.

X: que a l'Info K és més infantil els altres estan asseguts en unes cadires o unes taules, comencen a parlar moltes vegades a l'hora, no entens res...

M: a l'Info K és més curt i no es fa més pesat, i a l'altra al revés i per exemple aquí, a l'Info K t'explica en pocs minuts moltes coses i a TV3 o on sigui a les notícies està mitja hora tot el dia explicant el mateix.

P: amb un tema es passen a lo millor 15 minuts i es fa molt pesat i van repetint tota l'estona.

G: aquí a l'Info K ho resumeixen tot, i per exemple això dels avis ho han dit així i a TV3 o La1 haurien estat 20 minuts explicant tots els detalls. I aquí hi ha el presentador que és com més divertit.

M: i també a l'Info K diuen notícies que interessin als nens, perquè per exemple això no crec que sortís a notícies que són molt importants.

- I vosaltres mireu l'Info K?

Tots: no, no.

- I per què no mireu l'Info K?

X: jo per què no miro la tele entre setmana.

G: jo per què no miro el Super3 i no el coneixia.

P: jo no sabia que existís.

I: jo tampoc.

- I què hauria de passar perquè si que el miréssiu?

X: potser els meus pares perquè no volen que miri la tele per les sèries i això, però potser si els hi dic que són unes notícies per a nens si que em deixen.

G: jo potser si que el miraria però si fan la sèrie *Castle* i fan això segueixo preferint *Castle*.

M: ho podrien posar en un altre canal a lo millor.

X: o si ho repeteixen.

- Creieu que és important estar informats?

X, G, M, P: si, si.

X: per saber el què passa.

- Per què?

G: perquè així saps el què passa al món.

- Per què és important saber què passa al món?

G: perquè per exemple si hi ha perill en alguna carretera com a l'AP2 llavors si tu ho saps i saps que hi ha perill no aniràs molt ràpid, aniràs més lent.

M: si, el mateix, o per exemple per al dia de demà, quan... per exemple tu [A L'ENTREVISTADORA], quan has anat a la universitat sabies coses que t'has informat a les notícies, com es produeix un tifó o el que sigui.

- I per què és important saber aquestes coses?

M: per, doncs... no sé.

X: per exemple si es produeix un tifó i estàs a Filipines on hi ha el tifó just allà, no aniràs per veure on està el tifó sinó t'allunyaràs.

M: i si tu no saps què és un remolí i apareix un remolí tu no saps que tens que córrer o anar a un altre lloc.

- D'acord, i per saber les coses que passen aquí a prop, per què és important estar informat?

X: per exemple quan va haver-hi... violadors que hi havia pues, no aniràs sol per allà i tot...

- D'acord. Esteu dient tot coses dolentes. Hi ha alguna cosa bona també de què informar-se?

P: rebaixes.

G: no sé, eh, per exemple quan informen de que a Ripollet han obert una piscina gratis durant una setmana perquè els nens es puguin banyar.

M: o per exemple quan és el Roser de Maig, aquí, doncs ho diuen els diaris, bueno a tot Cerdanyola, doncs t'informes de quines coses hi haurà.

- I per a un gran és important estar informat?

M: si, per portar als seus fills.

G: perquè... és que no sé molt bé com explicar-ho... pels que tenen la família a altres llocs i mires les notícies i veus que ha passat algo, per exemple el tifó.

- D'acord, per això és important. I per a vosaltres, els nens i nenes, és important?

M: si perquè hi ha vegades que, per exemple si jo no miro molt el diari o lo que sigui i els pares no ho saben, si és una cosa nova no et diuen què hi ha...

- Llavors tu creus que és important estar informada també pel teu compte?

M: si, perquè així els hi dic.

G: jo crec que a nosaltres encara no ens fa falta, perquè encara som petits. Crec que mentre ho sàpiguen els grans... nosaltres a partir dels 15 o 16 si però ara...

X: hi ha coses que potser si que pots saber tu, i els pares pues altres coses.

G: si a tu t'agrada doncs si, però si no t'agrada no cal.

X: altres coses si les saben els adults doncs no cal.

- I a partir dels 15, G, si que creus que cal?

G: bueno, 15, 16 o 18, quan tu creguis.

- I per què llavors si que cal?

G: perquè ja et fas més gran i ja comences a viure sol, ja no et porten tant els pares. Tu ja vols ser com independent, perquè vols viure sol ja.

- D'acord, què més? Tots creieu com el G, que no cal estar informat?

M: bueno depèn de quines coses.

- **El G diu si t'agrada si, si no és igual.**

M: no, depèn de quines coses.

X: o sigui si els pares ho saben, com tu saps que ho saben, doncs ja no fa falta, però quan siguis més gran hi ha coses que els pares no saben però que tu si vols estar informat.

- **Com ho feu a casa, veieu telenotícies? Quins?**

X: la ràdio. El meu pare.

G: jo TV3 per les notícies, la meva mare. La Cuatro per *Castle* i Esport3 i BraçaTV pels esports.

M: doncs jo Disney Channel, i els esports a TV3 o a La1, i també a vegades el temps que farà.

I: jo veig La1 i la Cuatro a vegades. Les notícies d'esports els caps de setmana.

P: Telecinco i TV3.

X: jo a la tele els meus pares miren les notícies però no sé en quins canals. I després la ràdio quan vaig a esmorzar els meus pares estan a la cuina i es posen la ràdio.

- **Què us agrada més de les notícies? I menys?**

G: jo volia dir que a vegades pel meu germà he de mirar canals que a mi no m'agraden, per exemple el Boing. I el que m'agrada de les notícies i el que no és que a vegades a les notícies hi ha coses interessants i sempre al final fan esports, que és el que m'agrada, i el que no m'agrada és que a vegades es fan molt pesades.

I: sí, a vegades també.

X: a vegades quan comença un documental o alguna cosa nova pues posen música i això està bé.

- **I què expliquen els informatius?**

X: notícies.

M: què passa allà o...

I: política.

[SILENCI]

- **I en parleu d'això amb els vostres pares, amb els amics...?**

X: a veure del tifó si que en vam parlar però d'altres coses no.

G: jo parlo molt amb els meus amics dels partits de futbol. Per exemple el partit del final de la Champions vaig quedar amb un amic per veure'l junts.

- **I creieu que hi ha diferències entre els informatius de les diferents cadenes?**

G: hi ha alguns que estan en castellà i alguns que estan en català, i a mi m'agraden bastant més els que estan en català.

- **Per què?**

G: perquè jo a casa meva parlo català i estic com més acostumat, igual que m'agrada més llegir en català que llegir en castellà.

- **D'acord, i a part de l'idioma, hi ha més diferències?**

M: jo crec que no, perquè tu poses un canal de notícies, veus el que estan fent, canvies, a lo millor estan fent una altra cosa però després segur que passen el mateix, a lo millor amb unes altres paraules però el mateix.

- **Llegiu diaris vosaltres, o amb els pares? Quins?**

P: no.

X: no. Jo a vegades al cotxe... per exemple la meva àvia viu a Figueres, i comprem el diari a Cerdanyola, i a vegades ens el deixen, el diari, al cotxe, però no m'entero de gairebé res...

- **Quin diari és?**

X: L'*Ara*.

G: jo al diari miro: a quina hora fan les pel·lícules, per si hi ha alguna que m'agrada, i els esports.

- **I quin diari és?**

G: no ho sé, és de la meva mare. Crec que és *La Vanguardia*.

M: Jo a *Tot Cerdanyola*, que és com una revista, jo veig només el que passa al bàsquet d'aquí de Cerdanyola, si ha guanyat, i veig el que passa, va sortir que van fitxar una del Cerdanyola per a la selecció i tot això. I algunes altres revistes que expliquen pel·lícules, no sé com es diu, doncs m'agrada la sopa de lletres.

- **Els passatemps.**

M: sí.

- **I, tu llegeixes diaris?**

I: poques vegades.

- **I els pares llegeixen diaris?**

X: els meus pares tenien uns cupons de l'*Ara* i cada dia el compraven però ara com tenen l'iPad instal·len l'aplicació de l'*Ara* i el llegeixen allà.

P: el meu pare el mira a l'ordinador.

- **Saps quin mira?**

P: no, però crec que és *El Periódico*.

M: el meu pare mira també *El Periódico*, el té al mòbil, i la meva mare el *Cuore*.

- **Una revista, no?**

M: sí.

- **I escolteu la ràdio a casa?**

G: sí, de vegades quan fan un partit molt tard i me n'he d'anar a dormir.

- **I notícies, n'escolteu, per la ràdio?**

X: jo quan vaig a esmorzar pels matins els meus pares han esmorzat i tenen la radio posada, Rac1, CatRadio i InfoCat [VOL DIR CATALUNYA INFORMACIÓ].

M: jo quan la meva mare neteja a la cuina encén la ràdio o a l'habitació i escolta música també.

G: jo quan vaig en cotxe a part d'escoltar música escolto notícies.

P: jo no l'escolto.

- Us informeu d'alguna altra manera, com per internet?

P: no.

X: no

I: dels partits de futbol a vegades, a l'ordinador i a altres llocs, hi ha aplicacions que et diuen els resultats i això.

P: ah si, i les sèries també, quan no les veus les poses a l'ordinador.

M: jo, el programa *MasterChef*, que m'agrada molt, si me'l perdo te l'aplicació TVE o algo així, i ho veig.

TRANSCRIPCIÓ GRUP DE DISCUSSIÓ 3 [GD3]

Regelmäßige Zuschauer von *Logo*

Olaf (Junge, 11)
Adam (Junge, 11)
Ludwig (Junge, 12)
Helena (Mädchen, 11)
Maia (Mädchen, 11)

- Lasst uns über diesen Fragebogen reden, was habt ihr geschrieben... Was macht ihr nach der Schule?

L: Also, nach der Schule gehe ich gerne an meine Spielkonsole, die ich habe, aber da spiele ich auch höchstens eine Stunde, das haben wir so abgemacht in der Familie, oder ich gehe auf den Fußballplatz mit einem Freund oder so.

O: Also, wenn ich von der Schule komme, mache ich meistens erst die Hausaufgaben, und danach lese ich und spiele mit meinem Bruder, baue Lego... und am Abend darf ich eher so an meinem Tablet spielen.

- Und was spielst du da?

O: Verschiedene Spiele habe ich.

A: Also, nach der Schule müsste ich eigentlich auch meine Hausaufgaben machen, mache ich aber nicht gerne, aber ich mache meistens einen Teil oder alles. Wenn es eine größere Hausaufgabe ist, mache ich nur einen Teil und dann programmiere ich ein wenig am Computer...

- Was programmierst du denn?

A: Java-Programme, 3D-Programme momentan. Und.. ja. Und ich treffe mich auch manchmal mit Freunden nach der Schule, ja.

H: Also, ich fahre manchmal draußen Waveboard, lese was oder turne ein bisschen.

M: Ja, ich auch.

- Und guckt ihr auch manchmal Fernsehen?

M: Ja.

A: Ja.

H: Ja [LACHT].

L: Ja, aber eher abends.

O: Da gucke ich so ab 19 Uhr mit meinem Bruder.

A: Ich auch.

L: Ich auch.

H: Also manchmal, nach der Schule, aber nicht jeden Tag.

L: Ich auch nicht unbedingt jeden Tag, manchmal muss ich ja auch noch lernen. Zum Beispiel jetzt in der Phase, wo wir wieder alle Klassenarbeiten schreiben werden, nicht ganz oft.

- Und wo guckt ihr normalerweise Fernsehen?

L: Also, ich gucke meistens ab 19 Uhr *Galileo*, auf Pro7... oder wenn es mal nicht kommt wie gestern oder so was, dann gucke ich mir irgendwas anderes an, einen Film oder so, was ich mir aufgenommen habe.

- Sonst noch andere Sendungen?

H: Ich gucke meistens ab 19.30 Uhr *Wissen macht Ah!* und danach *Logo*.

A: Mach ich auch, und.. ja. Das gucke ich dann meistens. Und manchmal gucke ich auch noch, wenn ein Freund da ist oder so, gucke ich ein Film, oder wenn gerade ein Film, der mich interessiert, im Fernsehen läuft.

- Sonst noch andere Sendungen?

O: Also ich gucke ab 19.25 meistens *Wissen macht Ah!* und danach *Logo*. Davor guckt mein Bruder immer.

- Und was guckt er?

O: *Mia and me...* ist ja halt nur vier.

[SIE LACHEN]

- Warum lacht ihr so?

L: Ja, weil es eher so eine Sendung ist für kleinere Kinder.

O: Mein Bruder ist vier.

L: Ja, ich weiß.

O: Und manchmal gucke ich auch verschiedene Filme... Und wenn einer zum Beispiel unter der Woche sehr spät kommt, nehmen mir meine Eltern den einfach auf... Zum Beispiel *Pirates of the Caribbean*.

L: Der kommt aber nur am Wochenende oder Freitag. Also freitags und samstags darf ich länger aufbleiben. Wenn da irgend ein guter Film kommt, gucke ich den. Oder wenn unter der Woche zum Beispiel so eine Comedy-Sendung kommt oder so was, oder freitags oder am Wochenende ganz spät noch so Comedy-Sendungen kommen oder so was, dann nehme ich mir sie auch auf und gucke ich sie hintereinander.

- Und was mögt ihr am liebsten im Fernsehen?

L: Ich gucke am liebsten so witzigere Serien, also witzige Sachen, und meine Eltern... also ich gucke gerne *Logo* auch, oder Tagesfilme auch, weil mich interessiert einfach, was in der Welt passiert.

O: Ich mag was Informatives aber auch mal abwechselnd etwas Spannendes.

A: Ich mag auch so Witziges, und eigentlich auch Nachrichten und so Wissenssendungen. Und auch manchmal, wenn die Dokumentation kommt, gucke ich mir die an.

L: Ja genau, das gucke ich auch.

M: Also, ich guck ab und zu irgendwelche Serien. Also ich guck relativ oft irgendwelche Serien so um 14 Uhr irgendwie so.

- Welche Serien magst du denn am liebsten?

M: [LACHT]

L: Um 14 Uhr kommt glaube ich immer... *Schloss Einstein* kommt da.

M: Ja, es ist immer unterschiedlich, was da kommt, ja also ich mag *Schloss Einstein*... Ja, und danach kommt auch etwas... Verschiedenes...

- Ok. Und H.?

H: Also, es ist unterschiedlich, was halt läuft, also manchmal mag ich andere Sachen, von anderen Sendern...

- Ok. Und wo guckt ihr meistens Fernsehen, im Wohnzimmer, in der Küche...?

L: Wohnzimmer.

A: Wohnzimmer.

M: Wohnzimmer.

O: Im Wohnzimmer.

- Alle im Wohnzimmer? Immer?

O: Und bei uns im Keller, da steht noch ein älterer Fernseher, und wenn mein Bruder mal Sachen guckt, die ich nicht möchte, nach 19.25 Uhr, oder meine Mutter halt guckt, während meine Sendungen gerade laufen, gehe ich einfach unten gucken.

- Ok, und mit wem guckt ihr Fernsehen?

L: Bei mir ist es einfach unterschiedlich.

- O. hat es ja schon gesagt, manchmal mit deinem Bruder.

A: Ich guck dann... also bei mir sind normalerweise bei den Nachrichten immer einer meiner Eltern dabei und mein kleiner Bruder auch.

L: Bei mir ist es unterschiedlich jeden Tag, mal mit allen, mal nur mit meinen Geschwistern, mal alleine...

- Und unterhaltet ihr euch dann danach darüber mit den Eltern oder Geschwister?

O: Ein bisschen.

A: Ein bisschen.

L: Wir unterhalten uns eher während der Sendung darüber.

M: Ich gucke mit meiner Schwester bestimmte Serien, mit meinem Bruder gucke ich dann auch manchmal bestimmte Serien, ansonsten, ja, *Logo* gucke ich immer mit meinen Geschwistern...

- Super. Und macht ihr irgendwas während ihr Fernsehen guckt? Zum Beispiel essen, oder Hausaufgaben machen...

L: Nee, das mach ich eher nicht, weil es soll ja nicht so gut sein, während des Fernsehens zu essen, weil man da nicht merkt wie viel man isst.

O: Mein Bruder macht es aber immer.

L: Wenn, dann irgendwie zu einem Film, oder so.

A: Zum Film esse ich auch manchmal so Knabberzeug. Hausaufgaben mach ich nie dabei, das würde bei mir auch nicht hinhauen, da würde ich vielleicht in Deutsch das aufschreiben, was ich gerade sehe.

- Keiner macht Hausaufgaben während er fernsieht?

O, A, L, H: Nein, nein.

M: Manchmal.

- Ok.

L: Ich hör manchmal Musik, wenn ich Hausaufgaben mache, aber dann auch nicht so...

- Ok, gut. Dann lasst uns ein paar Bilder sehen...

[NACHRICHT J: FOTO „STREIK DER GDL“]

L: A ja, der Streik.

O: Der schöne, schöne Streik.

- Ich sehe, ihr wisst worum es geht.

L: ... [FÄNGT AN DEN ANDEREN ZU ERZÄHLEN, WORUM ES GEHT...]

- Und die andern wissen, worum es geht? L., du weißt genau, worum es geht...

L: Ja, mein Vater arbeitet da... und den nervt es schon...

- Und die anderen wissen, worum es geht?

M: Ja, ich fahre mit der S-Bahn, aber zum Glück fährt der Bus die gleiche Strecke, aber mit dem Bus geht es noch länger...

H: Also, ich fahre immer mit dem Bus zur Schule, aber ich weiß es trotzdem, weil mein Vater immer mit der S-Bahn fährt.

A: Also, ich fahre mit der S-Bahn zur Schule, das ist eigentlich ganz gut, weil es ist nur eine Station, und als es gestreikt hat, habe ich angefangen, mit dem Fahrrad hinzufahren.

L: Ich fahre meistens mit der S-Bahn hin und wenn es streikt oder mal ausfällt oder so, dann fahr ich oft mit dem Fahrrad und manchmal mit dem Bus.

- Wo habt ihr diese Bilder gesehen? In den Nachrichten?

L, O, H, M: Ja. Ja.

- Wo genau?

L: Also, das erste hab ich gesehen, in der *Tagesschau* und das zweite habe ich, glaube ich, in *Logo* gesehen.

- In welchem Sender?

L: Im Ersten.

- In Logo auch?

L, O, H, M: Ja, ja.

- Was wisst ihr darüber?

O: Dass die GDL streikt, dass sie mehr Geld wollen. Der letzte Streik hat, glaube ich, sechs Tage gedauert, danach haben sie noch mal gestreikt, obwohl sie schon mehr Geld bekommen, sie wollen halt noch mehr... die haben da verhandelt.

L: Ja, sie haben weiter verhandelt und haben den Streik dann wieder abgebrochen. Und dann haben sie weiter gestreikt, gestreikt, gestreikt... und dann haben sie eigentlich einen neuntägigen Streik angesetzt und dann war er aber nach zwei Tagen wieder vorbei, weil sie sich dann geeinigt haben.

- Wisst ihr noch was darüber [ZU DEN ANDEREN]?

M: Ich bin mir nicht ganz sicher... ich glaube, sie hatten sich jetzt irgendwie entschieden, so eine Art... sich an einen Tisch zu setzen und mit zwei... neutralen... Schiedsrichter [MEINT SCHLICHTER] irgendwie... die jetzt das Ganze nochmal regeln sollen...

- Weißt du, wer diese Schlichter sind?

M: Nein, ich habe die Namen nicht...

A: Ich glaube der eine ist der frühere Bezirksvorsitzender für Brandenburg oder so...?

- Ok... und mit wem habt ihr darüber gesprochen?

L: Ich spreche oft mit meinem Vater darüber...

M: Mit meinem Vater.

[NACHRICHT K: VIDEO HEUTE „STREIK DER GDL“]

- Wer kann mir erzählen, worüber es ging?

L: Es ging darum, dass sie sich geeinigt haben.

M: Die haben sich ja jetzt noch nicht hundertprozentig geeinigt, nur dass die GDL den einen Vertrag kriegt, weil ja die Bahn wollte, dass beide Gewerkschaften den gleichen Vertrag haben, und dann hat man gesagt, ok, die GDL kriegt den Vertrag...

- Was hat euch gefallen von der Art und Weise, WIE diese Nachricht erzählt worden ist, und was hat euch nicht gefallen? Habt ihr alles verstanden? Habt ihr irgendwas nicht verstanden?

L: Ich habe alles verstanden, aber Tatsache ist... ich glaube, es ist auch klar, dass die *Tagesschau* ja eher eine Nachrichtensendung für Erwachsene ist, und es gab ja auch zwei oder drei Sendungen von *Logo*, wo dann irgendwie das drin stand, und da war es so, dass sie das ganz anders erzählt haben...

- Und H., hast du alles verstanden?

H: Nee, eher nicht so...

- Warum nicht, denkst du?

[STILLE]

- Was ist da anders, wenn es für Erwachsene ist, wie L. sagt?

M: Ja bei *Logo* machen sie das mit dem Bild und so und die erklären dann ein bisschen, wer da ist.

L: Ja, mit diesen Figuren.

M: Ja genau. Und hier weiß man manchmal zum Teil nicht sooo wer das ist jetzt...

- Wie würdet ihr es besser machen, damit man es besser versteht?

O: Falls dort unklare Begriffe auftauchen, dass unten kurz eingeblendet wird, was es bedeutet.

L: Wenn sozusagen... man müsste zuerst erklären, wer daran alles beteiligt war und dann den Bericht bringen...

A: Zuerst wissen, was die fordern, weil die Forderung kam jetzt zusammen mit der Lösung vor, also die ganz an den Anfang stellen.

[NACHRICHT L: VIDEO LOGO „STREIK DER GDL“]

- Und dieses Mal? Was habt ihr verstanden?

O: Also, ich fand es gut, dass sie keine Fremdwörter benutzt haben, sie gesagt haben... also das Bild wurde erst dann eingeblendet, als es schon gesagt wurde. Und darunter stand auch nochmal "Streik vorbei", so dass die Bilder passend waren, alles in chronologischer Reihenfolge.

- Was heißt, dass sie passend sind?

O: Also z.B., man redet von Pizza und da kommt ein Hamburger, das wäre unpassend. Und hier, dass wenn über Streik gesprochen wird, hat man Bilder vom Streik gesehen. Und ich hab es viel besser gefunden, weil man es einfach viel besser verstehen konnte, es wurde erklärt, was GDL ist, warum die Politiker dort sind, was sie dort machen sollen...

- Glaubt ihr, ihr habt mehr verstanden? Warum?

L: Also, ich hab mehr verstanden, weil mit den Bildern und mit den Zeichen, die sie eingesetzt haben, sie sozusagen die Politiker nur mit dem Gesicht gezeigt haben, weil vom Gesicht her erkennt man eh keinen und wenn sie den Namen sagen, die meisten Kinder den eh nicht kennen. Von daher ist es ziemlich unnötig. Und auch dieses Streik-Zeichen haben sie, die beiden auf einer Seite und dann dazwischen diesen Zeichen, so wie ein Blitz, so was...

M: Da wird es klarer, die wollen das, die wollen das nicht, oder auch wie... wenn es jetzt um andere Themen geht, jetzt zum Beispiel mit den Ausländern oder so, warum das Ganze jetzt so ist oder so... dann ist es irgendwie... klarer.

- Warum ist es klarer?

M: Ich weiß nicht...

A: Ich wollte noch sagen, davor waren die Reden der Politiker drinnen und die habe ich kaum verstanden, und die [Logo] haben sie rausgenommen und es so erklärt. Und ich versteh es auch besser mit diesen Zeichen, weil man weiß dann wirklich, was sie wollen und nicht nur, was sie sagen sondern was sie genau wollen.

- Was noch hat euch gefallen? Oder was hat euch nicht gefallen?

L: Also mir hat gefallen, dass sie noch erklärt haben, warum die Lokführer jetzt noch arbeiten, weil die haben ja gesagt, dass während die Leute einen unterstützen, darf nicht gestreikt werden, und das finde ich ganz krass erklärt.

- Und warum gefällt dir das?

L: Das gefällt mir, weil hier wird es eigentlich besser erklärt [als in der *Tagesschau*]. Also kindgerechter erklärt, einfacher zu verstehen.

- Seht ihr sonst noch Unterschiede?

O: Ja, und zwar im Grunde ist die *Tagesschau* ja eher für die Eltern, daher kommt sie auch später und dort werden auch Sachen gesagt, dazu braucht man Hintergrundwissen, und bei *Logo*, *Logo* ist ja extra für Kinder gemacht, und diejenigen, die an *Logo* sitzen, überlegen auch, was würden Kinder verstehen, was nicht...

- Und für dich ist das wichtig?

O: Also, dass man sich Gedanken macht, wie kann man das jetzt am leichtesten erklären, weil die *Tagesschau*, die bringt ja einfach die Fakten, egal ob in der richtigen Reihenfolge, Hauptsache sie kommen vor, die Eltern verstehen das ja. Aber *Logo* macht sich mehr Gedanken darüber.

A, L, H, M.: Ja. [NICKEN]

- Ok, wir gucken noch ein Video.

[NACHRICHT M: VIDEO LOGO „FAMILIEN IN DER WELT“]

- Wer kann mir diese Nachricht erzählen? Was habt ihr verstanden?

O: Darum geht's um Familien, dass sie geschützt werden sollen, und dass der Staat sie mehr unterstützen soll. In China befiehlt der Staat ja, nur so und so viel Kinder dürft ihr haben, in Ghana müssen die meisten Kinder arbeiten, der Staat schert sich da einen Dreck darum, also es sind nicht unsere Familien, was geht uns das dann an, und in Dänemark, da sind viele Kinderkrippen, Kitas und es gibt Kindergeld; wenn man dort Kinder hat, bevor man nicht arbeitet, bekommt man Geld.

L: Bei *Logo* finde ich auch gut, dass wenn über verschiedene Länder was erzählt wird, dass sie dann auch zeigen, wo die genau liegen, das habe ich in der *Tagesschau* noch nie gesehen, dann fragt man sich manchmal, wo das ist.

- Was hat euch sonst noch gefallen, oder nicht gefallen?

M: Ja, dass sie auch am Ende das zusammenfassen, dass sie nicht nur zeigen, das ist so und so und so, dann später noch die Zusammenfassung, also typische Familien sehen so aus, weil der Staat sich unterschiedlich um sie kümmert.

H: Ja, das finde ich auch gut.

O: Und ich fand es auch gut, dass sie verschiedene Lebensverhältnisse dargestellt haben, in den verschiedenen Ländern. Sie versuchen, es alles so zu erklären, dass es auch Sechsjährige schon verstehen, durch die Bilder kann man es sehr leicht verstehen.

L: Diese Figuren, die da unterschiedlich sind, die sind ganz gut bei *Logo*.

- Glaubt ihr, so versteht man sie besser?

A: Ja.

O: Ja.

L: Ja, glaube ich auch.

[H UND M NICKEN]

- Was hat euch nicht gefallen? Was könnte man besser machen?

O: Was ich auch ganz schön finde ist, dass die Personen Gesichter haben, sie zeigen Gesichtsausdrücke...

- Meinst du die Figuren in den Bildern?

O: Ja, und dass sie verschiedene Hautfarben haben. Das es Toleranz zeigt.

L: Und auch voll interessant fand ich es von den Reportern, von den Moderatoren bei *Logo*, dass sie nicht so ernst gekleidet sind wie bei der *Tagesschau* oder so was, sondern dass sie eher ein bisschen freundlicher aussehen, sozusagen.

O: Und bei der *Tagesschau*, wenn man hinter die Kulissen sieht, da sieht man, sie lesen alles ab, und bei *Logo* haben die Moderatoren nur Karteikarten mit Stichpunkten und sie sprechen freier.

M: Ja... jetzt zudem nicht zu ernst und so... ich finde es ok, wenn es nicht so ernst ist, aber ich finde, manchmal übertreiben sie es ein bisschen sehr... es gab eine Moderatorin, die sagte immer "bis danne" und das hat dann ein bisschen genervt...

H: Ja, meine Mutter hat sich darüber auch aufgeregt.

- Nervt euch sonst noch irgendetwas? Mögt ihr alle Moderatoren? Es gibt ja verschiedene... Oder gibt es einen, der es besser macht?

L: Also ich finde auch, dass die so „bis danne“ sagt, also die übertreibt manchmal ein bisschen..

M: Die ist ja jetzt auch weg.

H: Ja, die arbeitet immer noch bei *Logo*, aber nicht mehr als Moderatorin.

L: Ja? Ok.

- Und die, die jetzt da sind?

L: Die finde ich eigentlich ganz gut.

M: Ja... ich mag diesen Tim nicht so sehr...

L: Was ich ganz gut finde ist, das es auch Kinderreporter gibt. Und dass sie dann die Mikrofone hin und her...

M: Ja.

O: Ich mag auch die Tierwitze am Ende.

- Wir kommen noch hierzu... Glaubst ihr, dass es wichtig ist, informiert zu sein?

ALLGEMEIN: Ja. Ja, schon...

- Warum denn?

L: Also, es ist für mich wichtig, weil ich auch wissen will, was in der Welt passiert, eigentlich, weil es mich auch interessiert.

- Warum interessiert es dich?

L: Es interessiert mich, weil... ja... ich interessiere mich einfach dafür, ich habe keinen Grund, warum ich mich dafür interessiere. Wir kriegen auch jeden Morgen eine Zeitung, da gucke ich immer auf der letzten Seite so „Aus aller Welt“ und da gucke ich immer so, was da passiert und da gibt es da so Meldungen oder so was.

- Ok. Und [AN DIE ANDEREN] warum ist es für euch wichtig oder nicht wichtig?

H: Ich glaube, damit sich man auch mit anderen darüber unterhalten kann.

M: Ja, und damit man auch weiß, wieso bestimmte Sachen so sind wie sie sind, zum Beispiel jetzt der Streik oder so. Einfach das man nicht total doof ist. [LACHT]

A: Ich finde auch wichtig, dass man auch weiß, was da passiert, mich interessiert es auch, und ich wollte noch was Gutes sagen, dass, wenn da was über das Handy kommt, dann hat einer einfach sein Handy in der Hand und so...

- Bei den Moderatoren meinst du?

A: Ja.

L: Ich finde es auch gut dass man, dass sie auch über den Streik informieren, weil ich es einmal nicht erfahren habe, dass es einen Streik gibt, irgendwie drei Tage im Streik oder so was und dann wollte ich nachmittags zum Fußballtraining und habe vergessen, dass Streik ist und da stand ich da und dann ist es mir wieder eingefallen, ach stimmt, es ist ja Streik, weil ich mich nicht informiert hatte, weil ich nur einmal irgendwie was gehört hatte von meinem Vater, aber wenn nicht...

- Ist es dann nützlich, informiert zu sein?

L: Ja, das ist auch nützlich.

O: Es betrifft uns ja auch und zum Beispiel, wenn Ebola hier in Deutschland ausgebrochen wäre, zum Beispiel beim Nachbar, und man wüsste das nicht. Es ist auch sozusagen eine Vorsichtsmaßnahme, wenn zum Beispiel was Schlimmes passierte, zum Beispiel Ebola würde mal also hier in Deutschland gefunden, wäre ja möglich.

- Und für die Erwachsenen ist es wichtig, informiert zu sein? Warum?

L: Es ist einfach wichtig, ja damit man weiß wenn Streik ist, mein Vater hat dann gedacht, „nein mit dem Auto fahre ich nicht, das wird ja der Horror“ und ist mit dem Fahrrad gefahren, und ist einfach früher raus.

- Und was ist der Unterschied zwischen informiert zu sein und nicht informiert zu sein? Das man total doof ist... Was noch?

A: Also, wenn man nicht informiert ist, falls man auf ein Thema kommt – mit meinem Freund X. spreche ich auch manchmal darüber – und wenn man da auf ein Thema kommt und man weiß gar nichts darüber, und die müssen einem das Ganze nochmal erklären. Da kann man einfach mitreden.

L: Ja genau. Da könnte man sonst bei vielen Sachen einfach nicht mitreden. Da kann man sich auch besser beschäftigen und sich mit anderen... unterhalten.

A: Und beim Mitreden kann man ja auch diskutieren, und dann weiß man, was die anderen aus der Klasse für eine Meinung haben.

- Wie macht ihr es zu Hause, guckt ihr Nachrichtensendungen? Welche? Warum?

L: Ich gucke die *Tagesschau* im Ersten.

H: Also manchmal guckt meine Mutter die *Abendschau* [RBB] und dann gucke ich auch noch mit.

O: Mach ich eigentlich auch. Manchmal auch andere. Manchmal auch die *Tagesschau* im Ersten.

- Und warum diese und nicht andere?

L: Also *Heute* oder sogar *RTL Aktuell* oder SAT1-Nachrichten oder so was finde ich gar nicht so gut von den Moderatoren her oder so was...

- Warum?

L: Ich habe das mal verglichen mit der *Tagesschau* oder so was, und da gab es viel mehr Information, auch über was geschehen ist und über die Geschehnisse in der Welt. Deswegen gucke ich sowas nicht. Meine Eltern gucken das auch nicht. Wir haben zwar mehrere Fernseher im Haus...

A: Ich gucke ganz selten, aber wenn mal ein Film kommt, den ich gerne gucken möchte, dann gucke ich den davor noch.

- Ok. Auf welchem Sender denn?

A: Kommt drauf an wo der Film kommt.

- Gut. Was gefällt euch denn an Nachrichtenprogrammen? Oder was gefällt euch weniger?

L: Also, was mir an der *Tagesschau* gefällt, also vor allem im Ersten, ist dass wenn ein Film kommt nach der *Tagesschau*, das sie keine Werbung einblenden...

- Das gefällt dir?

L: Ja, es ist besser als in Amerika, weil ich war mal bei meiner Tante zwei Wochen und da war es so, dass wenn Einblendungen kamen, da wurde das ganze Programm zeitlich unterbrochen. Und hier ist es nur so, dass es unten eingeblendet wird.

- Was seht ihr in den Nachrichtensendungen? Was erzählen sie?

H: Also, ich gucke nur sehr selten.

L: Eigentlich bekommt man da nicht alles mit. Wenn ich zuerst *Logo* sehe und danach die *Tagesschau* mit meinen Eltern, ist es so, dass manche Themen schon bei *Logo* gewesen sind und *Logo* kommt ja früher als die *Tagesschau* und wenn *Logo* vorbei ist, da fängt die *Tagesschau* an.

A: Die verschiedenen Nachrichtensendungen ergänzen sich - finde ich auch - prima.

O: Wenn man die beiden Sendungen vergleicht, bei einem wurde ja gesagt, was die wollen also genauer beschreiben, wie der Streik abgelaufen ist, und bei *Logo* wurde eher der Anfang beschrieben und bei der *Tagesschau* eher das Ende.

- Wie lange guckt ihr schon Logo? Von welchem Schuljahr an?

O: Ich gucke, glaube ich, schon seit der zweiten Klasse.

L: Ich habe das erst so in der vierten...

H: Ich in der dritten oder vierten...

M: Ich weiß noch genau wann, weil ich bei einer Freundin übernachtet habe und die haben das dann geguckt und ich wollte es dann zu Hause auch mal gucken.

- Wann war das?

M: In der Grundschule, dritte, vierte...

- Welche Teile mögt ihr lieber von Logo?

O: Ich finde, die Witze mit den Tieren sind ein schöner Abschluss. Man hat das Gefühl, sie machen sich ein bisschen lustig über andere Themen, weil als sie einmal über Fußball geredet haben, war am Ende ein Wolf mit einem Fußball zu sehen. Also sie machen sich ein bisschen lustig über die Themen.

- Ok, was noch?

M: Also, ich finde die Sachen am Ende jetzt nicht so unglaublich lustig, manchmal kann man sich bei einem Thema nicht mehr vorstellen, worum es überhaupt geht und ab und zu benutzen sie bestimmte Videos auch dreimal.

H: Also, ich bin auch am Ende davon begeistert, dass man das Wetter bringt, weil dann kann man auch gucken zum Beispiel, was man dann morgen anzieht, ob man einen Pulli anzieht oder ob man mit dem Fahrrad zur Schule fährt oder lieber den Bus nimmt wenn's regnen soll und so.

L: Da finde ich *Tagesschau*-Wetter besser vom Wetterbericht, weil da man auch sieht, ob es windig wird oder ob Warmluft kommt oder so, weil bei *Logo* werden nur die Niederschläge angezeigt und sowas, also ob es wolkenlos oder bewölkt ist oder regnen soll, oder Gewitter kommen, und bei der *Tagesschau* ist es so, da werden erst die Temperaturen angezeigt, dann wird angezeigt, ob es wolkig wird oder nicht, und da wird auch angezeigt, ob Wind oder Warmluft kommt, so für die nächsten Tage, das finde ich besser.

- Und welche Art Nachrichten mögt ihr am liebsten?

L: Am besten finde ich die, wo erst ein Bericht ganz normal kommt vom Reporter oder was weiß ich was, und dann... wenn es dann nochmal erklärt wird, dies finde ich am besten, also die längeren, wo erst ein Thema kommt.

O: Also wenn ein Thema kam, das erzählt wurde, das es danach noch ein Beispiel gibt, damit es leichter zu verstehen ist.

- Macht ihr am Programm mit? Also bei Quiz... oder mit eurer Meinung im Netz...

L: Das mach ich nicht.

H: Nein...

M: Eigentlich nicht. Einmal habe ich das gemacht, als es um Adventskalender ging, habe ich aus Quatsch irgendwas gemacht, aber es war auch nur als Spaß und nicht wirklich.

- Und die ändern?

A: Ich auch nicht.

O: Ich hab es manchmal gemacht.

- Übers Internet?

O: Ein bisschen, aber jetzt nicht mehr. Hab nicht so viel Zeit dazu.

- Spiele gibt es ja auch...

O: Aber wenn ich mal was nachgucken will für die Schule und ich es auf Wikipedia nicht richtig verstehe, gucke ich meistens auf *Logo*.

- Ihr habt ja erzählt, auf welchen Sendern eure Eltern Nachrichten gucken, das sind ja einige, glaubt ihr, es gibt zwischen den Nachrichten der verschiedenen Sender Unterschiede? Warum?

L: Ja, manche Berichte sind nicht so informativ, zum Beispiel im RTL und Sat1. Und die Moderatoren sind ernst und dann werden sie wieder witzig irgendwie. Und bei *Logo* ist es so, da sind sie eher die ganze Zeit ein bisschen lockerer und nicht so, dass sie die ganze Zeit angespannt wirken.

- Lest ihr Zeitungen, allein oder mit euren Eltern? Welche? Wann?

L: *DIE WELT* kompakt.

M: Mein Vater liest die *Süddeutsche* und meine Mutter den *Tagesspiegel*. Und ab und zu gibt mir mein Vater - es gibt ja in der *Süddeutschen* so ein Kinderteil - den gibt er mir und ich lese den manchmal, aber nicht so oft.

H: Also, da ist ja manchmal ein Sudoku oder so und den gibt mir dann meine Mutter manchmal mir oder meiner Schwester.

- In welcher Zeitung?

H: Weiß ich nicht.

A: Bei mir liegt die manchmal und die blättere ich dann durch.
O: Also ich gucke meist bei meinem Vater den *Tagesspiegel* durch und guck ein bisschen rein.
- Hört ihr Radio?
H: Also manchmal im Auto.
L: Ich auch nur im Auto. Die Nachrichten eher nicht, eher Musik.
A: Ich auch Musik im Radio.
O: Ich mach manchmal das Radio wegen der Nachrichten an, aber meistens höre ich da Musik.
- Und wenn du Nachrichten im Radio hörst, welche sind es dann?
O: Also verschiedene eigentlich, je nach dem, was dann kommt.
- Informiert ihr euch auf irgendeiner anderen Weise?
O: Manchmal frage ich meine Eltern.
M: Ich auch.
- Eltern.
L: Manchmal gucke ich auch bei *Spiegel Online* oder so.
- Online, Internet. Sonst noch was?
L: Also bei Fußball-Nachrichten gehe ich auch oft auf KiKA oder so was
- Und eure Familie?
L: Mein Vater geht oft auf *Spiegel Online*, also auch aufs Internet.
- Ihr habt ja auch iPad-Spiele erwähnt, guckt ihr auf dem iPad auch Information?
O: Manchmal.
- Welche Seiten denn?
O: Meist auf Google oder auf *logo.de*.
L: Wenn ich ein Referat halten und zu einem Thema was aufschreiben muss oder so, gehe ich meist auf Wikipedia.
A: Einmal bin ich auf *logo.de* gegangen und habe alle Sendungen durchgeklickt und was Interessantes gesucht.

TRANSCRIPCIÓ GRUP DE DISCUSSIÓ 4 [GD4]

Nicht regelmäßige Zuschauer von Logo

Claudia (Mädchen, 11)
Julia (Mädchen, 11)
Olga (Mädchen, 11)
Dennis (Junge, 11)
Klaus (Junge, 11)
Laura (Mädchen, 11)

- Lasst uns über diesen Fragebogen reden, was habt ihr geschrieben... Was macht ihr nach der Schule? Was macht ihr denn gerne?

D: Also, ich muss Klavier üben, weil ich spiele Klavier, und an bestimmten Tagen gehe ich auch zum Sport, zum Schwimmen oder zu Basketball.

- Sport, Klavier... was noch?

K: Ich spiele kurz mit dem Handy oder so, oder ich habe ja auch ein eigenes Tor und spiele entweder Fußball oder Handball, und habe auch einmal Training, also auch Sport am Nachmittag.

C: Manchmal ist mir ein bisschen langweilig, ich muss Cello üben und dann gucke ich manchmal auch was an, und weiß gar nicht so... backen oder so.

- Backen, was backst du denn gerne?

C: Alles. [LACHT]

J: Also ich spiele mit meinem Bruder draußen, Basketball oder so was.

O: Entweder spiele ich Geige oder geh zu Freunden oder ich spring Trampolin.

L: Also wir haben so eine Regel aufgestellt von meinem Vater dass wir vor 18 Uhr nicht an den Computer können, und dann... langweile ich mich eigentlich...

- Und ab 18 Uhr?

L: Ab 18 gehe ich kurz an den Computer oder sehe fern..., dann esse ich zu Abend und dann gehe ich ins Bett.

- Guckt sonst keiner Fernsehen?

K: Ich gucke nur am Abend.

D: Ich darf während der Woche nichts gucken, nur am Wochenende.

C: Ich darf eigentlich immer, aber ich gucke eigentlich schon ganz lange kein Fernsehen mehr.

J: Ich nur am Abend manchmal, wenn mich was interessiert.

O: Wir haben keinen Fernseher.

K: Ist ja nicht schlimm.

- Wo und wann guckt ihr Fernsehen, die die fern gucken?

L: Wir haben unten im Wohnzimmer einen, da gucken wir meistens, maximal 20 Minuten, dann habe ich noch was anderes zu tun, muss noch Hausaufgaben machen und irgendwas mit meiner Schwester.

C: Ich gucke manchmal am Wochenende, wenn es einen guten Film gibt.

J: Ja, Filme und dann Nachrichten.

K: Sportschau... und Nachrichten auch.

- O., guckst du manchmal was im Internet?

O: Ja... ich gucke manchmal ein Fußballspiel mit meinem Vater.

D: Ich gucke immer im Wohnzimmer, und ich darf am Samstag eine Sportschau gucken, und dann kommt so eine schöne Reportage von Arte.

- Mit wem guckt ihr normalerweise?

K: Ich mit meinen Eltern.

D: Ich meistens mit meinem Vater. Und wenn dann so eine Reportage kommt, mit meinem Bruder oder mit meiner Mutter.

J: Ganz unterschiedlich, manchmal alleine, manchmal mit meinem Bruder manchmal mit meinen Eltern.

C: Ich gucke eigentlich mit allen.

- Und unterhaltet ihr euch dann danach darüber?

C: Nee, eigentlich nicht so, nur während des Films halt.

K: Beim Fußball schon.

D: Bei uns auch, denn jetzt beim Abstieg, mein Vater ist Gladbach-Fan und vor zwei Jahren war er da richtig... das war ganz schön witzig, aber sonst unterhalten wir uns zum Beispiel, wenn ein tolles Tor ist oder so was, aber wir unterhalten uns nicht sehr beim Fernsehen.

L: Ja, also wir reden manchmal während des Films ein bisschen.

- Was mögt ihr denn am Fernsehen? Oder was guckt ihr am liebsten?

J: Ich mag, dass es mich informiert halt, und dass ich jetzt nicht eine Zeitung kaufen muss oder so. Und dann mag ich nicht, dass immer zum Beispiel, beim Film, wenn's ganz spannend ist, eine Werbung kommt oder so.

D: Ich finde, dass wenn man guckt, dann kann man gar nicht damit aufhören, oder ich finde auch manchmal die Werbeunterbrechungen...

- Das gefällt dir nicht?

D: Ja, ich hab mal anderthalb Stunden so eine Reportage gesehen, dann waren 20 Minuten irgendwie Werbung, das hat ganz schön genervt. Und, sonst, wir bekommen auch Zeitungen, und deswegen gucke ich nicht ganz so viel fern.

- Und macht ihr irgendwas anderes während ihr Fernsehen guckt? Zum Beispiel essen, oder Hausaufgaben machen...

J: Nein...

C: Einmal war O. bei mir und wir haben uns zusammen ein Film angeguckt und dabei gepuzzelt. Und ich finde die Werbepausen nicht so schlimm, weil mein Bruder guckt mit mir und wir reden dann und es ist eigentlich ganz lustig.

C: Das letzte Mal, wir haben nämlich das Wohnzimmer neben dem Esszimmer und können den Tisch in das Wohnzimmer stellen, weil da ist keine Tür dazwischen... und ab und zu gucken wir, das war gut.

D: Manchmal abends, da gibt es ein paar Brote auf einem Brettchen, dann isst man ein bisschen was, oder Chips oder so, aber nicht so oft.

[NACHRICHT J: FOTOS „STREIL DER GDL“]

- Wisst ihr was das ist?

C: Der Streik von der Deutschen Bahn.

K: So wie immer, eigentlich, also bei mir ist es richtig oft dass er fünf Minuten oder 10 Minuten später kommt. Oder letztthin sind wir mit zwei Zügen gefahren.

D: Ich muss auch immer auf die S-Bahn warten.

- Ihr habt das selber erlebt, und habt ihr es sonst noch irgendwo erlebt, also in den Nachrichten oder so?

J: Also ich merke es daran, dass die U-Bahn total vollgestopft ist und die haben es mal bei den Nachrichten angesprochen.

- Bei welchen Nachrichten?

J: Ich glaube bei *News Time* oder so, ProSieben glaube ich.

- Was wisst ihr darüber?

D: Also die GDL, die Gewerkschaft der Lokführer, und alle, die für die Bahn arbeiten, die haben die Bahn aufgerufen, dass die mehr Geld von der Bahn wollen, weil die wohl wenig bekommen für das was die da arbeiten, deswegen streiken sie und jetzt probiert die Deutsche Bahn mit der GDL irgendwie den Konflikt wieder zu schlichten und den Lokführern mehr Geld zu geben.

O: Bei dem Streik letzte Woche wurde dann die GDL, also die bekommen, wenn sie streiken, trotzdem noch Geld, und die wollten zwei Wochen streiken...

K: Ich habe gehört, dass sie streiken, ja wirklich, aber sie bleiben zum Teil auch zu Hause, weil sie ja trotzdem Geld kriegen. Also sie streiken und sie arbeiten gar nicht und bleiben dann zu Hause.

- Wo hast du das gehört?

K: Bei den Nachrichten, also im Radio.

- In welchem Sender? Weißt du das noch?

K: Nee, weiß ich nicht...

- Ok... und mit wem habt ihr darüber gesprochen?

C: Ja, also mit meiner Mutter, die regt sich immer ein bisschen auf, weil die muss immer zur Arbeit mit der S-Bahn fahren, und dann streiken sie schon wieder und das ist ein bisschen dumm...

K: Ich auch mit meinen Eltern, weil ich fahre ja auch immer mit der S-Bahn, aber das Problem ist dann der Sonderverkehr, der steht wann der fährt und der fährt nicht zur gleichen Zeit wie die Bahn deswegen.

D: Also meine Eltern sind beide davon betroffen, weil sie in die Innenstadt fahren und sie müssen immer diese Umwege fahren...

[NACHRICHT K: VIDEO HEUTE „STREIK DER GDL“]

- Wer kann mir erzählen worum es ging?

C: Über den Bahnstreik. [LACHT]

D: Tariftstreik...

C: Also, die Bahnmitarbeiter wollen mehr Geld haben, und da kamen auch Leute, die sich aufgeregt haben, wie unprofessionell die sind...

J: Noch eine andere Gewerkschaft streikt, und zwar die EVG, und die GDL bekommt jetzt einen höheren Tarif als die größere Gruppe, sag ich jetzt mal.

- Was habt ihr noch verstanden?

D: Ich glaube der Chef der GDL der hat das... ähm... [SAGT NICHTS WEITER]

- Was hat euch gefallen von der Art und Weise WIE diese Nachricht erzählt worden ist, und was hat euch nicht gefallen? Habt ihr alles verstanden?

K: Doch, schon, aber manchmal wenn Familien aus Nieder Deutschland [MEINT DAS PLATTDEUTSCH IN NORDDEUTSCHLAND] oder so interviewt werden, und man nichts versteht...

[ALLE LACHEN]

- Wie würdet ihr es besser machen, damit man es besser versteht?

[STILLE]

C: Also ich habe noch was... ich weiß nicht genau, was ich sagen soll, aber der Ministerpräsident, der hat sich ja ein bisschen aufgeregt, aber ich wollte auch sagen, der verdient ja viel mehr Geld als die Bahnmitarbeiter von da her weiß ich nicht, ob er das einschätzen kann.

K: Man könnte es jetzt genauer erklären, aber dann würden es ja vielleicht Erwachsene nicht so viel gucken, weil es ja dann halt so wenig Themen... in der ganzen Zeit wären, sag ich mal.

- Was meinst du mit genauer erklären?

K: Also, warum sie jetzt streiken und warum sie sich nicht sofort einigen können.

D: Die Bahn hat ja zuerst die Angebote der GDL nicht akzeptiert, deswegen haben sie gestreikt.

- Wie würdet ihr es machen, um es genauer zu erklären? Damit man es besser versteht? Oder damit euch diese Nachricht besser gefällt?

D: Ja, zu den Interviews, die da gemacht werden, muss man ja nichts dazusagen, man könnte sagen, der Chef der GDL möchte das und das, und das kann man dann eher... ja...

C: Ich glaube, richtig fröhlich kann man es nicht rüberbringen, weil ich würde sagen, das Fernsehen das bringt ja sowieso eher unerfreuliche Nachrichten, nur damit es halt spannender ist...

- Findest du die jetzt spannend die Nachricht?

C: [DENKT NACH] Ja... so mittel.

K: Vielleicht auch, weil die zu lange ist.

- War die zu lang?

K: Also, jetzt nicht zu lang, aber es wird ja sehr viel gesprochen, obwohl es sich fast alles wiederholt, also... was die einzelnen Personen sagen.

D: Eigentlich könnte man auch sagen, die GDL streikt, weil sie mehr Geld bekommen wollen und dann ein Interview und dann schon zu Ende. Dass man es ganz lange macht und verschiedene Personen interviewt, die eigentlich ja alle das Gleiche gesagt haben.

C: Ich glaube, dass die da auch ein schlechtes Licht auf die Bahn werfen: „Ja, die streiken nur weil sie mehr Geld wollen“.

D: Ja...

O: Vielleicht könnte man generell irgendwie nur ein Video nehmen, weil ich glaube, dass ist jetzt nicht so interessant, von lauter Leuten, von denen jetzt ich bisher noch nichts gehört habe, jetzt so viele Interviews zu zeigen...

K: Man kann sich ja nicht alle merken... und die kommen nur bei der Deutschen Bahn vor, und wenn man nicht interessiert ist an der Deutsche Bahn, dann merkt man sie sich auch nicht.

- Könnte man bei diesen Nachrichten etwas verwenden, damit ihr sie besser versteht?

[LANGE STILLE]

- Ok, lasst uns noch ein Video sehen.

[NACHRICHT L: VIDEO LOGO „STREIK DER GDL“]

- Und dieses Mal? Was habt ihr verstanden?

J: Also ich habe verstanden, dass sie sich jetzt einigen, und dass jetzt die Züge wieder fahren werden.

L: Also, wer die Verhandlungen geführt und eine Lösung gefunden hat, das sind dann zwei Politiker...

- Glaubt ihr, ihr habt mehr verstanden? Warum?

K: Ja, ich glaube, da kam sogar mehr Information, obwohl es kürzer war, und da wurden auch mehr... nicht so viele Interviews sondern einfach so gesagt, dass sie zerstritten waren..

D: Ja, so kurz und knapp was man braucht. Nur das Wichtige, ich würde jetzt nicht zehn Minuten über das gleiche Thema reden, sondern 2-3 Minuten, schnell erzählt, verstanden und fertig.

K: Und sie haben auch mit Zeichen gearbeitet, also jetzt, wenn sie nicht arbeiten, da war jetzt so ein Kreuz, und da kann man es sich viel besser merken.

- Seid ihr damit einverstanden? War es einfacher?

C: Ja.

D: Ja.

[O UND L NICKEN]

J: Zum Beispiel auch diese Chefs, die haben sie nicht mit Namen genannt sondern nur die Bilder gezeigt, das reicht auch eigentlich.

- Was hat euch noch gefallen?

L: Also, da sieht man auch den Hintergrund, der nicht so blau ist, glaube ich, wie bei der Tagesschau, sondern eher bunt.

- Warum gefällt dir das?

L: Ähh... [LACHT]

C: Weil es lustig ist.

K: Und das macht es auch irgendwie spannender, finde ich.

- Warum?

K: Weil der Ton ist manchmal langweilig, und wenn man das jeden Tag guckt, also ist ja da [bei Logo] auch, aber da gibt es keinen normalen Ton.

D: Ich finde die Animation eigentlich auch ganz gut, die haben es besser vermittelt, das gibt es ja auch oft bei so Sendungen, da gibt es ein langes Zitat, und das kann man ja eigentlich in einem Satz praktisch formulieren, und ich glaube, das würde hier nicht passieren, aber beim ZDF habe ich das manchmal gesehen. Da wurde das irgendwie vorgelesen, wobei man es ganz einfach erklären könnte.

[NACHRICHT M: VIDEO LOGO „FAMILIEN IN DER WELT“]

D: Ich glaube, in Deutschland ist es so, dass die meisten Familien ein bis zwei Kinder haben, was aber auch unterschiedlich sein kann. Ich glaube, Deutschland hat jetzt auch ein kleines Problem mit der Versorgung, weil sehr viele Familien mit Kindern einwandern. Deutschland hat die meisten Einwanderer in

ganz Europa, und die müssen ja auch alle versorgt werden vom Staat mit Geld, und in Dänemark ist es nicht so extrem, sie kümmern sich eher um die Einheimischen.

- Was habt ihr verstanden? Worum ging es?

O: Es ging um den Familientag, dass es auf der Welt unterschiedliche Familien gibt, und dass sie in China zum Beispiel meistens ein Kind, aber in Dänemark ein bis zwei Kinder haben.

K: Dass es dafür auch ein Gesetz in China gibt, und dass es auch Strafen gibt, und dass es auf verschiedene Länder... es gab einen Vergleich.

D: In Ghana müssen die meisten Kinder arbeiten und so können sie auch nur schwer in die Schule gehen.

- Was hat euch gefallen bei der Art und Weise, wie diese Nachricht erzählt wurde?

J: Also, dass zum Beispiel die Landkarte gezeigt wurde, also wo das liegt, und dass der Familientag am 15. Mai ist, da wurde ja auch ein Schild drauf gemacht und jetzt nicht nur gesagt oder so.

- Das gefällt dir?

J: Ja, also ich finde es einfacher.

- Warum?

J: Erstens finde ich, man kann sich die Zeichnungen besser merken und es ist so auch kürzer gefasst.

- Was noch?

C: Dass zuerst die verschiedenen Länder, die ja ganz unterschiedlich sind, gezeigt wurden, und dann am Ende alles nochmal zusammengefasst wurde.

D: Ich fand den Zeichentrick so wie hier, gut, ich finde aber manchmal Zeichentricks bei Nachrichten nicht sehr hilfreich. In dem Fall war es gut, aber manchmal gibt es halt Sachen, wo ich denke nee, Zeichentrick ist nicht gut.

- Wann findest du es nicht gut?

D: Wenn jetzt etwas über den IS [Islamischer Staat] kommen würde, da wäre es sehr doof wenn ein Zeichentrick kommen würde, es würde überhaupt nicht passen.

- Glaubt ihr, ihr versteht besser diese Art Nachrichten als die normalen in der Tagesschau zum Beispiel?

O: Ich glaube als Kind versteht man sie schon besser, aber wenn man erwachsen ist, versteht man wahrscheinlich beides.

K: Ich finde, bei diesen Nachrichten kann man sich viel mehr merken, weil fast das Gleiche erzählt wird, aber kürzer und auch besser dargestellt, halt mit Zeichen.

- Glaubt ihr, dass es wichtig ist, informiert zu sein?

K: Ja, schon, damit man weiß, wenn irgendwo Krieg ist oder so.

D: Ich will ja informiert werden, wenn Deutschland Weltmeister geworden ist oder so was. [ANDERE LACHEN] Also ohne Information kann man ja gar nicht auskommen...

C: Ich glaube, man fühlt sich dann ein bisschen unwissend, ein bisschen dumm.

K: So kann man sich unterhalten, da muss man schon informiert sein.

J: Oder wenn ein neues Gesetz kommt oder so was, damit man weiß, was man machen darf.

D: Oder wenn eine alte Bombe entschärft wird, damit man es weiß und aufpasst und nicht ins Sperrgebiet kommt.

- Und für die Erwachsene ist es wichtig, informiert zu sein? Warum?

K: Ich glaube, es ist besonders wichtig für Erwachsene, weil je nach dem, was sie halt arbeiten, ist es schon wichtig zu wissen was so passiert. Weil es ja auch viele Leute für ihre Arbeit brauchen. Auch fürs Allgemeinwissen.

- Warum braucht man Allgemeinwissen?

K: Ich weiß nicht, man ist ja dann auch gebildeter.

D: Mein Vater arbeitet bei einer Orchestervereinigung und der braucht Information, wie es den Musikern geht, und wenn es denen schlecht geht, dann muss er irgendetwas tun, weil es gibt Musiker die kriegen gar nichts, oder die kriegen ganz ganz wenig, und die sind... sie haben ein Konzert und ein halbes Jahr lang haben sie keine Arbeit und kriegen gar kein Geld. Um die muss man sich halt kümmern, und manchmal organisiert er Demos oder so was.

- Und in welchem Sinne glaubst du, ist es wichtig dass er informiert ist?

D: Weil er den anderen hilft, eine Arbeit zu kriegen wie die, die er hat vielleicht.

C: Und in Büchern werden auch Pfeife rauchende Väter dargestellt, wie sie die Zeitung lesen. Ja, weil für Erwachsene soll es besonders wichtig sein, dass sie die Nachrichten mitbekommen.

- Warum soll das besonders wichtig sein?

C: Ich weiß nicht, ich glaube wahrscheinlich auch wegen der Arbeit, oder ich glaube auch Erwachsene wollen auch wissen, was jetzt so los ist, oder wer das Fußballspiel gewonnen hat, oder manchmal gibt es ja auch so Texte in den Zeitungen, und da sind sie darauf gespannt.

K: Oder wenn man jetzt einen Hund hat und jetzt dieses neue Gesetz, dass man den an der Leine haben muss jetzt also in Deutschland... Das wurde jetzt nicht so oft erwähnt, aber das muss man ja schon wissen, wenn man einen Hund hat. Oder auch zum Mindestlohn oder so was.

- Warum ist das wichtig?

K: Na ja, weil wenn man jemandem Arbeit gibt, dass man das nicht falsch macht.

- Und für euch Kinder, warum ist es wichtig, informiert zu sein?

C: Ich glaube, es ist wichtig, eine eigene Meinung zu haben. Weil es kann ja auch sein, dass die Eltern es auch falsch verstehen, weil die Eltern die wissen ja nicht alles und... ich finde schon wichtig, dass man eine eigene Meinung hat.

- Seid ihr damit einverstanden?

[NICKEN]

- Wie macht ihr es zu Hause, guckt ihr Nachrichtensendungen? Welche? Warum?

J: Mein Vater und mein Bruder gucken manchmal Nachrichten, um Fußballergebnisse zu wissen.

D: Ich gucke nicht sehr viel Nachrichten, gucke lieber in die Zeitung, weil wir kriegen zwei Zeitungen.

- Welche?

D: Die *Frankfurter Allgemeine* und den *Tagesspiegel*.

C: Mein Vater guckt meistens Freitag oder Samstag Abend einen von den Krimis und meistens gucke ich da mit, weil ich nicht weiß, was ich machen soll.

- Ok, und du zum Beispiel hast vorhin gesagt, du möchtest eine eigene Meinung haben, wie informierst du dich denn?

C: Meistens im Internet.

- Auf welchen Seiten?

C: Ich merk mir die gar nicht. Man stürzt da drauf, wenn man auf Google zum Beispiel geht und da guckt man sich das an, was man spannend findet, die Überschriften und so.

- Sonst noch jemand, der Nachrichten im Fernsehen guckt?

K: Ja ich gucke manchmal, im RTL.

L: Ja ich auch, aber das ist eigentlich nicht so...

- Und was gefällt euch daran?

K: Also im RTL gefällt mir halt, dass es ziemlich spannend ist und es nicht so ganz viele Interviews gibt, was mir bei ARD und ZDF nicht so gefällt, weil es dann ziemlich langweilig ist.

- Wir haben ja einige Videos von Logo gesehen, kennt ihr diese Sendung?

C: Ja, die läuft immer im KiKA, aber ich gucke kein KiKA, weil es alles so verniedlicht, immer eher für kleinere Kinder ist, und außerdem denken sie, was wollen, die Kinder, was ist jetzt modern, ja? Und sie machen jetzt so Serien, die ich nicht so gut finde, also ich fand es früher besser.

D: Ich gehe gar nicht auf KiKA. Mein Bruder guckt manchmal die *Sendung mit der Maus*, ich glaube das ist das Beste von allem...

- Warum gehst du nie auf KiKA?

D: Ich komm eigentlich fast gar nicht dazu... manchmal gibt es da ganz schön kitschige Sachen, aber insgesamt sieht man da gute Sachen, zum Beispiel, wie Gummibärchen hergestellt werden oder so was. Aber sonst gucke ich kaum KiKA.

- Habt ihr mal Logo geguckt?

K: Ich hab schon mal geguckt, als ich so sieben war, da habe ich die anderen Nachrichten noch gar nicht verstanden. Und deswegen habe ich es dann schon geguckt, aber jetzt nicht mehr, weil wenn man das andere versteht, finde ich es schon besser.

C: Ja, ich habe das mit der Familie geguckt, aber wir gucken jetzt gar nicht mehr so oft KiKA, eigentlich gar nicht mehr. Und weil ich finde einfach, das es interessantere Serien gibt.

- Und was müsste denn passieren, damit ihr Logo guckt?

D: Ich würde, wenn das sich einrichten lassen könnte, ein *Logo* für Jüngere, Ältere, was ein bisschen komisch wäre...

- Für ältere Kinder meinst du?

D: Für jüngere, was ein bisschen umständlich wäre... oder man würde in der Sendung vielleicht ein bisschen mehr Information geben. Aber so geht's ja.

K: Ja, wenn sie sich nicht so lustig machen würden, dann würden es auch viel mehr Leute gucken.

[ALLE LACHEN]

- Die machen sich zu oft lustig, meinst du?

K: Ja.

C: Ja, und diese Tiervideos am Ende, die mag ich nicht.

J: Es liegt auch ein bisschen am Sender, an KiKA selber, weil man denkt ja, so, das ist alles verniedlicht und man denkt nicht daran, es einzuschalten.

- Ihr habt ja erzählt, in welchen Sendern eure Eltern Nachrichten gucken, das sind ja verschiedene, glaubt ihr, es gibt zwischen den Nachrichten der verschiedenen Sender Unterschiede?

D: Im ARD und ZDF, sie machen glaube ich, Nachrichten zusammen, da bin ich mir nicht sicher, da finde ich es ganz gut. Wenn ich zum Beispiel RBB gucke, da sind Unterschiede, weil RBB macht ja nur Berlin-Brandenburg. Ich finde RBB eigentlich besser als ARD und ZDF, weil dort sieht man was über die Region, was halt bei uns selbst passiert, und bei der ARD ist es dann halt Zufall, ob mal was aus Berlin kommt oder überhaupt was aus Deutschland. Und dort kommt halt nur was aus Berlin oder Brandenburg.

- Lest ihr auch Zeitungen?

D: Ich nehme immer den *Tagesspiegel*, blättere erst mal, und lese manchmal Artikel.

K: Ich lese nur, wenn wir eine kaufen, aber es ist nicht so oft, einmal in der Woche.

C: Mein Vater hat so ein Abo, die Zeitung liegt immer auf dem Tisch aber ich achte nicht so drauf, nur auf die Überschriften oder so.

- Hört ihr manchmal Radio?

K: Ja, aber eigentlich nur wegen der Musik.

- Und Nachrichten?

D: Eigentlich, da gibt's immer aus aller Welt was und auch einen Teil für Berlin-Brandenburg alleine. Das ist eigentlich das Beste. 104.6 RTL, der ist ganz gut, Spreeradio und so was. Ich hab mal ganz viele durchsucht und ich habe eigentlich keinen richtigen Lieblingssender.

C: Also, bei meinem Vater da läuft durgehend das Radio. Und bei meiner Mutter im Auto, da läuft immer Radio Berlin, glaube ich, und meistens nur die Musik.

O: Ich hör manchmal 104.6 RTL, aber nur für die Musik.

- Informiert ihr euch auf irgendeiner anderen Weise? Im Internet vielleicht?

J: Eigentlich höre ich es manchmal eigentlich nur von Freunden oder so was und gucke es gar nicht wirklich an sondern höre es einfach.

- Und eure Familie?

C: Mein Bruder weiß irgendwie immer alles, ich weiß nicht warum, aber er erzählt es dann immer, er ist jetzt 15.

K: Oder wenn man in eine Ausstellung geht oder so und es interessiert einen, dann halt auch und da schaut man auch [im Internet]...

D: Mein Vater... ich erzähl ihm manchmal, was in der Zeitung steht und er weiß immer schon alles, ich weiß nicht wie. Er guckt wahrscheinlich immer Nachrichten. Wahrscheinlich hört er Nachrichten im Radio oder er guckt fern. Aber sonst im Internet, das weiß ich gar nicht.