



Los valores educativos en las televisiones públicas

Contenidos infantiles y juveniles
en À Punt de 2018 a 2022

* * * * *

Esperanza Arjona

 **NAUllibres**

Colección Cuadernos de Pensamiento, Comunicación y Cultura, 2

Directores de la colección:

Javier Marzal Felici. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I de Castellón

Patricia Núñez Gómez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid

Comité Científico:

Juan Miguel Aguado. Catedrático de Periodismo. Universidad de Murcia.
Ericka Patricia Álvarez Flores. Catedrática de Comunicación Social. Universidad Estatal de Sonora, México.
Andreu Casero Ripollés. Catedrático de Periodismo. Universitat Jaume I de Castellón.
Fernando Canet Centellas. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Politécnica de Valencia.
Luis Deltell Escolar. Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad Complutense de Madrid.
Pietsie Feenstra. Catedrática de Estudios Fílmicos. Universitè Paul Valéry 3, Montpellier, Francia.
Berta García Orosa. Catedrática de Periodismo. Universidad de Santiago de Compostela.
Gloria Jiménez-Marín. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla.
Inmaculada Martínez Martínez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Murcia.
Dolors Palau Sampió. Catedrática de Periodismo. Universitat de València.
Nekane Parejo Giménez. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Málaga.
Patricia Prieto-Blanco. Lecturer in Digital Media Practice. Lancaster University, Reino Unido.
Mar Ramírez Alvarado. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Sevilla.
Salvador Rubio Marco. Catedrático de Estética y Teoría de las Artes. Universidad de Murcia.
Sandra Francisca Teixeira. Catedrática de Estrategias de Marketing Digital. Universidad de Porto, Portugal.
Santiago Tejedor Calvo. Catedrático de Periodismo. Universitat Autònoma de Barcelona.
Marisa Torres da Silva. Catedrática de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nova Lisboa, Portugal
Victoria Tur Viñes. Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Alicante.

Comité Editorial

Roberto Arnau Roselló. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I de Castellón.
Leire Azkúnaga García. Profesora Ayudante Doctora de la Universidad del País Vasco.
Marta de Miguel Zamora. Profesora Ayudante Doctora de la Universidad Complutense de Madrid.
Víctor Manuel Cerdán Martínez. PPL de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Complutense de Madrid.
Antonio Loriguillo López. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Univ. Jaume I de Castellón.
Luis Rodrigo Martín. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Valladolid.
Teresa Sorolla Romero. Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universitat Jaume I de Castellón.

© Esperanza Arjona

© De esta edición:

Nau Llibres. Periodista Badía 10. 46010 València. Tel.: 96 360 33 36

E-mail: nau@naullibres.com web: www.naullibres.com

ISBN: 978-84-19755-78-0

Depósito Legal: V-5375-2025

Diseño de cubierta y maquetación:

Pablo Navarro y Artes Digitales Nau Llibres

Ilustración de la cubierta:

Logotipo La Colla - aPunt

Impresión: Podiprint

Este obra se distribuye bajo licencia Creative Commons
Atribución-No Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)



Índice

Prólogo	9
<i>Sebastián Sánchez-Castillo</i>	
Referencias bibliográficas	19
1. Introducción. Educando la mirada hacia la pantalla	21

PARTE I:

Los medios de comunicación públicos

2. Los servicios públicos	31
2.1. Servicio público, esencial para el desarrollo de las sociedades y para proteger los derechos de la infancia	35
2.2. Los modelos de comunicación y política de Daniel Hallin y Paolo Mancini, indicadores de la situación en España	38
2.3. El marco legislativo de protección de los menores en los medios televisivos	40
3. El nacimiento de un nuevo canal público: À Punt Mèdia	47
3.1. La Carta de Valores para la Infancia y la Juventud	51
3.2. Las quejas y sugerencias del espectador	55
3.3. Colaboración educativa durante la pandemia mundial	57

PARTE II:

Los relatos audiovisuales para los menores

4. Los menores frente a las pantallas	65
4.1. La importancia de la educomunicación o alfabetización mediática	68
4.2. La narrativa transmedia: expandir aquello que se cuenta	72
4.3. La televisión educativa, herramienta para aprender	75
4.4. La inclusión en los contenidos infantiles	77

5. La programación infantil en un paradigma digital	81
5.1. La Colla	86
5.2. Del Babalà Club a un nuevo universo infantil sin mascota única..	93
5.3. La serie 'Catacric, catacrac' y el universo de Enric Valor. Análisis de los valores, las inteligencias múltiples y los roles de género	102
5.4. 'Nina de l'espai', estilos musicales y aprendizaje.....	117
5.5. La tradición valenciana en la serie 'El Cau de les Feretes'	122
6. Panorama en otras televisiones de FORTA	129
6.1. El contenedor infantil del canal autonómico gallego: Xabarín....	132
Condición demográfica de Galicia	
Condición lingüística de Galicia	
6.2. El contenedor de la autonómica andaluza: La Banda de Canal Sur.....	135
Condición demográfica de Andalucía	
Condición lingüística de Andalucía	
6.3. La televisión pública vasca y su canal infantil: ETB3	140
Condición demográfica de Euskadi	
Condición lingüística de Euskadi	
6.4. Telemadrid y la programación infantil	143
Condición demográfica de la Comunidad de Madrid	
6.5. El contenedor catalán Club Super3 y SX3	145
Condición demográfica en Catalunya	
Condición lingüística en Catalunya	
6.6. Comparativa entre los contenedores infantiles	148
El concepto de afiliación y el carnet	
Los nombres de los contenedores	
El contenido	
La comunicación digital	
La música y el aprendizaje	
La rentabilidad	

PARTE III:

Dos modelos para el público juvenil

7. La educación afectiva y sexual: '69 raons'	165
7.1. La proyección en los institutos	178
7.2. La valoración de los alumnos.....	181
8. La importancia de los concursos: "Rosquilletres tv"	189
8.1. Las encuestas dan la razón.....	198
La función didáctica del concurso juvenil Rosquilletres	
9. Conclusiones	203
9.1. Los valores educativos en los medios	203
9.2. Conclusiones sobre À Punt	211
Referencias bibliográficas y documentales	223
Acerca de la colección	245



“Esta publicación ha sido posible con la ayuda del proyecto de investigación “Alfabetización mediática en los medios de comunicación públicos. Análisis de estrategias y procesos de colaboración entre medios e instituciones educativas en Europa y en España (AMI-EDUCOM)”, con código PID2022-13884NB-I00, bajo la dirección de Javier Marzal Felici (IP1) y Roberto Arnau Roselló (IP2), en el periodo 2023-27, financiado por la Agencia de Investigación Estatal (AEI) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Además, esta obra ha recibido apoyo económico de la Cátedra de Análisis y Prospectiva del Audiovisual del Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de Javier Marzal Felici y de la Cátedra RTVE de "Cultura Audiovisual y Alfabetización Mediática" en la Universitat Jaume I, bajo la dirección de Teresa Sorolla Romero”.