



Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona

MEMÒRIA

# L'APRENTATGE QUE CURA

UN VIATGE INTRÈPID A LES AULES HOSPITALÀRIES



Sara Bonet Mola  
Lara Mangrané Giné

Modalitat: Projecte de producte periodístic

Tutora: Mònica Terribas i Sala

Maig 2024

## **ABSTRACT**

Amb el títol Napbuf, el següent Treball de Fi de Grau posa les bases d'un producte periodístic que ofereix reportatges multimèdia i interactius a un públic infantil. Es presenta el pilot d'aquest projecte, "*L'aprenentatge que cura: un viatge intrèpid a les aules hospitalàries*", que tracta l'educació mentre els nens estan hospitalitzats o pateixen alguna patologia que els impedeix anar a l'escola. Amb el testimoni en primera persona de pacients, familiars, docents i personal sanitari, s'explica en clau infantil la realitat d'una educació diferent de la convencional, i sovint, invisible, però que afecta molts nens i nenes.

El reportatge descobreix el perquè de l'educació hospitalària, fent referència a la Carta dels Drets dels infants Hospitalitzats; els beneficis que comporta; la coordinació necessària entre tot el personal implicat en l'objectiu que els infants continuïn aprenent; però alhora explora els reptes deguts a l'escassetat de recursos, una situació que al sector educatiu i sanitari no els ve de nou.

El relat es presenta en un format interactiu que inclou elements gamificats per a fer-lo atractiu al públic infantil, i posa la primera pedra del projecte Napbuf. Un projecte que té l'objectiu de crear contingut de qualitat per a infants, que els proporcioni eines per desenvolupar el seu pensament crític i, al mateix temps, que exposi informació adaptada als seus formats de consum.

**PARAULES CLAU:** reportatge multimèdia, infants, aules hospitalàries, drets dels infants, educació

## AGRAÏMENTS

Aquest reportatge és el retrat d'un conjunt d'històries de superació i compromís. Per aquest motiu, volem donar les gràcies a tots els testimonis que ens han dedicat una estona i ens han explicat les seves experiències personals sense embuts. És evident que sense ells, *L'aprenentatge que cura: un viatge intrèpid per les aules hospitalàries*, no hauria estat possible. Així, enviem una forta abraçada a l'Ànnia Font, la Joana Cervera, en George Drutu, l'Anna Enric, en Roger Ferrer, la Begonya Villar, la Mònica Serarols, la Cristina Ferrete i l'Albert Fisas. Una menció especial al Nacho, per donar vida als personatges que il·lustren el reportatge.

També volem agrair l'interès i la motivació de la Marta Narberhaus, tota una experta en el periodisme infantil, que ens va compartir alguns dels seus coneixements i ens va traslladar la necessitat de fer projectes com aquest; i, per la mateixa raó, a l'equip de l'*InfoK*.

El treball és el reflex de tot el que hem après durant els quatre anys de carrera, un aprenentatge constant en el món del periodisme que ens ha preparat per al futur que ens espera. És per això que també agraiem a tots els professors, companys i amics pel suport que ens han donat al llarg d'aquest camí. Sobretot, gràcies a les nostres famílies, especialment al Javi i a la Mar, pel suport incondicional en aquest repte.

Finalment, no volem acabar sense donar-nos les gràcies l'una a l'altra. Fer el projecte juntes ha estat una gran sort.

## **Reportatge multimèdia**

Adjuntem en aquest document l'enllaç al reportatge multimèdia. En tractar-se d'una peça interactiva hem optat per la plataforma *Genially*, tal com es detalla a la memòria.

<https://view.genially.com/6645ca1f8af1e4001454deb7>

Sara Bonet Mola  
Lara Mangrané Giné

# ÍNDIX

<b>PART TEÒRICA.....</b>	<b>4</b>
1. El periodisme infantil.....	4
1.1. Infants i informació.....	4
1.2. Efectes de la interacció dels infants amb els mitjans de comunicació.....	5
1.3. Repàs històric del periodisme infantil a Catalunya.....	6
1.3.1. Importància de l'InfoK.....	6
2. Format.....	7
2.1. Reportatge multimèdia.....	7
2.2. Gamificació.....	7
<b>PART METODOLÒGICA.....</b>	<b>9</b>
1. Objectius.....	9
2. Tècniques aplicades.....	9
2.1. Documentació.....	11
2.2. Eines i recursos.....	17
<b>VIABILITAT DEL PROJECTE.....</b>	<b>18</b>
1. Sortides i explotació del producte.....	18
2. Estudi de mercat.....	19
3. Creació de contingut a Instagram.....	20
4. Promoció i explotació del producte.....	21
<b>IMPORTÀNCIA I NOVETAT.....</b>	<b>22</b>
<b>VALORACIÓ DE L'EXPERIÈNCIA.....</b>	<b>22</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>23</b>
<b>ANNEXOS.....</b>	<b>25</b>

## **PART TEÒRICA**

### **1. El periodisme infantil**

#### **1.1. Infants i informació**

Un dels punts principals que motiven la creació d'aquest projecte és l'escassetat de contingut i mitjans de comunicació adreçats específicament al públic infantil, fenomen del qual se'n fan ressò diversos autors i periodistes tal com apunta en la seva investigació Cèlia Mayoral (2022). Com afirma l'experta, Marta Narberhaus<sup>1</sup>, el públic infantil no és prioritari a les graelles televisives perquè no són audiències actives a l'hora de generar ingressos. Malgrat això, Narberhaus creu que l'existència d'aquest periodisme és fonamental per generar una ciutadania crítica sòlida i oferir aquest servei de periodisme infantil com a dret a la informació.

A més de ser fonamental per aquestes perspectives de futur, aquest tipus de periodisme ha d'existir per donar resposta al dret de la informació que també gaudeixen els infants i que queda recollit a la Carta dels Drets de l'Infant. La Convenció sobre els Drets de l'Infant, adoptada per l'Assemblea General de les Nacions Unides el 20 de novembre de 1989, diu el següent:

*article 13.1: 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.*

Entre les paraules clau hi ha “rebre”, així doncs, aquest acord significa que els mitjans de comunicació tenen un compromís explícit amb la infància.

#### **1.2. Efectes de la interacció dels infants amb els mitjans de comunicació**

Els infants neixen i es desenvolupen sota constants estímuls comunicatius. Des d'un primer punt basat en l'àmbit familiar i, ara, amb la irrupció i creixement de les societats postindustrials, basat en la tecnologia.

La família representa la primera unitat de desenvolupament de l'infant, la primera xarxa de suport de les persones i la més propera (Suárez, 2018). És en aquest entorn en què els humans aprenen nocions bàsiques com les respostes emocionals per poder construir relacions interpersonals assertives i harmòniques (Bisquerra, 2003).

A més d'aquest primer entorn, l'escola també té un paper essencial en l'aprenentatge dels infants i l'establiment de les respostes sociològiques i de conducta. La comunicació del professorat enfront dels alumnes, especialment en les primeres etapes, és clau per a l'ensenyament d'actituds. L'escola, generalment,

---

<sup>1</sup> Autora de la tesi doctoral 'Children's news: topics, information quality and audience reception around Newsround, Logo and InfoK', en una conversa amb nosaltres.

té un conjunt de normes explícites i implícites que regulen l'activitat i les interrelacions dels membres de la comunitat que la componen (Venegas, 2004).

A aquests dos eixos de socialització cal afegir-hi els mitjans de comunicació que, conjuntament amb les noves tecnologies, han canviat la forma d'aprendre, relacionar-se i transmetre el coneixement entre els infants. De fet, les noves tecnologies són capaces de crear marcs mentals innovadors i aportar perspectives i punts de vista diferents dels promulgats pels altres agents de socialització primària. Com afirma Morduchowicz (2011), els mitjans són sempre educatius, en la mesura que influeixen en el què la canalla aprèn i com ho aprèn.

En definitiva, la socialització i aprenentatge dels infants és impossible d'entendre sense els mitjans de comunicació. És per això que hi ha programes adreçats a públic infantil, ja sigui en format d'entreteniment i irrealitat o informatius i formats educatius. En aquest context és on neix la idea de crear un producte de reportatges adreçat a aquest públic.

### **1.3. Repàs històric del periodisme infantil a Catalunya**

Per Martin Martínez (1967) la premsa infantil es desenvolupa al compàs de l'ascens de la burgesia europea. Aquest autor determina que el gènere a Espanya, en ple segle XIX, neix gràcies a l'esforç i a la iniciativa de petits impressors, ideòlegs i educadors, tenint en compte que aquest periodisme era considerat com una prolongació dels llibres moralitzants.

Ara bé, el mateix autor assenyala que el mercat per aquest gènere era escàs i el públic no li tenia un afecte excessiu, fet que portà molts títols a desaparèixer ràpidament. Així i tot, el gènere aconsegueix sobreviure.

Fixant-nos en l'àmbit geogràfic de Catalunya, la història del periodisme infantil té dues fites claus. En primer lloc, el 1867 quan sorgeix realment el primer diari infantil editat amb seguretat a Barcelona: 'La Infancia', tot i ser en castellà. I, en segon lloc, l'any 1904 quan es publica el primer número del setmanari 'En Patufet'. Ara sí, la primera publicació infantil editada íntegrament en català i amb èxit fins al 1938, tot i que va reaparèixer més tard, a finals dels anys seixanta. (Figueres, 2019)

Aquest títol és important, ja que barrejava entreteniment i informació, és per això que molts experts la consideren la primera publicació periodística per a infants en català, tot i que de contingut periodístic com s'entén actualment n'hi havia poc. La revista es va convertir en tot un èxit i un fenomen social de principis del segle XX, essent una eina clau per difondre la llengua entre els infants de l'època.

Amb l'arribada del segle XXI i la consolidació de la televisió autonòmica catalana- TV3-, neix l'informatiu televisiu infantil i en llengua catalana amb més anomenada, l'*InfoK*, que emet el seu primer programa el 23 d'abril de 2001.

Ara bé, malgrat ser el més evident, l'*InfoK* no és l'únic exemple d'aquest gènere al país. A partir de la segona dècada del segle XXI, concretament el gener del 2018, a Catalunya va intentar néixer un altre mitjà per a infants, el diari imprès i digital *Bitxos*.

Aquest mitjà de comunicació de tirada quinzenal, creat per Sònia Mestre i Esther Pradell, estava dirigit als nens d'entre 8 i 12 anys. Malgrat que ja no està en funcionament, va aparèixer amb la intenció d'apropar els infants a la lectura informativa i de motivar el seu esperit crític.

### 1.3.1. Importància de l'*InfoK*

Com s'ha mencionat anteriorment, el principal referent de periodisme infantil al país és l'*InfoK*. El programa és un dels informatius infantils pioners no només a l'Estat espanyol, sinó a tota Europa. L'*InfoK* ha aconseguit per una banda, portar a la pantalla i realitat dels infants catalans moments clau com l'atemptat de l'11-S o la irrupció de la Covid-19. I per l'altra, convertir-se en l'informatiu de referència dels infants catalans, no només per la seva qualitat -premiada amb diversos guardons com el Premi Unicef o el Premi Zapping-; sinó també per la seva exclusivitat -actualment és l'únic format periodístic dirigit a nens a Catalunya i fins i tot a l'Estat Espanyol.

En una conversa amb nosaltres, Marta Narberhaus, identifica que la clau de l'*InfoK* és saber narrar l'actualitat en un llenguatge que les nenes i nens puguin entendre perfectament, explicant conceptes difícils a partir d'una redacció clara i precisa a més d'infografies o petites animacions.

Seguint el mateix to s'expressa Núria Vilanova, la presentadora i productora del programa. Afirmar que el més important a l'hora de presentar la informació als infants és fer-ho de forma clara i sense evitar les paraules difícils, ans al contrari, fer-les fàcils i explicar-les. Un altre punt clau del format, exposa Vilanova, és tenir molta cura amb les imatges i evitar ferir sensibilitats. Tot sense deixar d'explicar la realitat que els envolta.

## 2. Format

Pel que fa al format s'ha optat per una combinació del reportatge multimèdia adreçat a infants amb l'element clau de la gamificació per fer-lo encara més atractiu.

### 2.1. Reportatge multimèdia

Per conceptualitzar el reportatge multimèdia, primer cal entendre la importància i l'impacte de l'era digital en la comunicació i, conseqüentment, en el periodisme. Als anys noranta la irrupció de les tecnologies digitals i, en particular, del World Wide Web va provocar l'aparició de noves formes de creació, producció, distribució i consum de les obres periodístiques que han evolucionat sense parar fins avui dia.

El periodisme digital es diferencia del periodisme tradicional gràcies a quatre elements fonamentals: la interactivitat, la immediatesa, la hipertextualitat i la multimodalitat (Karlsson & Holt, 2016: 2). Aquests



elements permeten un tipus de periodisme més flexible, immediat i amb estructures més participatives (Marrero, 2008: 348).

Deuze (2004) defineix la multimodalitat en el periodisme com la presentació d'un paquet de contingut informatiu a un lloc web utilitzant dos o més formats de mitjans. D'aquests formats es poden identificar el lingüístic basat en paraules escrites i orals, el sonor que aposta per música i efectes i l'icònic amb imatges en moviment, fotografies, gràfics, infografies, animacions digitals; etc.

## **2.2. Gamificació**

Malgrat ser una innovació durant els anys noranta, en les últimes dècades, els reportatges multimèdia han inundat les pàgines web dels mitjans de comunicació, convertint-se en una pràctica comuna. En aquest sentit, aquest projecte pretén fer un pas més i dotar el contingut periodístic i informatiu d'un atractiu especial per al públic infantil, distanciant-lo de la resta d'informació disponible en línia. Avilés et al. (2022) asseguren que una de les estratègies que ha demostrat ser útil per atraure un públic més jove i fomentar-ne el consum de notícies és la gamificació. Precisament, aquesta tècnica és la que s'utilitza en els reportatges interactius de Napbuf.

Avilés et al. (2022) expliquen que la gamificació força a conuiu dues lògiques oposades: la cultura del periodisme, basada en la veracitat i la credibilitat, i la cultura dels jocs, caracteritzada per la creació de mons imaginaris i la persuasió. De fet, les organitzacions de notícies han intentat mantenir la informació i l'entreteniment en espais separats. Només cal donar un cop d'ull als diaris tradicionals, on els passatemps com els mots encreuats, trencaclosques i qüestionaris sempre han ocupat un lloc clarament delimitat, relegats a seccions pròpies i cap a les últimes pàgines. Ara bé, l'aparició i popularització d'aquesta tècnica aposta per integrar notícies i jocs dins del format periodístic convencional, esborrant aquestes barreres preestablertes.

L'equilibri perquè això funcioni consisteix a mantenir una tècnica de narració periodística més tradicional, mentre s'introdueixen elements de joc per millorar l'experiència dels usuaris. Així, s'aconsegueixen narratives innovadores, recolzades per una combinació d'enfocaments lúdics i convergència tecnològica, alhora que es proporciona una reconfiguració de la narrativa digital de notícies (Avilés et al., 2022).

En el nostre cas, tenint en compte la intenció de fer periodisme per als més petits, la gamificació és una eina que ens ajudarà a ensenyar conceptes complexos de manera didàctica i alhora aconseguir potenciar el paper dels infants com a participants actius en els ecosistemes informatius.

Ara bé, la gamificació presenta dos reptes principals que es miraran d'anar solucionant al llarg del procés productiu. Per una banda, la necessitat de coneixements tècnics i recursos; i, per altra banda, un canvi contextual que consideri els jocs com un gènere adequat per a la difusió de notícies.

A Catalunya i a Espanya aquesta tècnica s'ha dut a terme amb èxit als projectes interactius de l' 'Ara' i 'RTVE Lab'. En concret destaquen [\*Pàrkinson, que tiemble el camino\*](#), de 'RTVE Lab', que narra la història d'un grup de persones amb Parkinson que es preparen per recórrer 108 quilòmetres del Camí de Sant Jaume mentre fan front als reptes de la malaltia. És interessant com el reportatge combina el rigor i seriositat periodística que requereix el tema i l'entreteniment dels petits videojocs que s'incorporen al final de cada testimoni per exemplificar els símptomes de la malaltia.

De la web 'Ara Interactius' són interessants els reportatges participatius publicats en els últims anys com [\*Ets un feixista?, comprova-ho\*](#) i [\*Digue'ns què penses i et direm quin vot t'encaixa més \(recomendador de vot 12M\)\*](#), que tenen una dinàmica similar en què a través d'una sèrie de preguntes curtes de resposta múltiple s'analitzen els resultats del públic. D'aquesta mateixa web també està bé [\*Com ho diries en català\*](#) que es presenta íntegrament com un joc que agafa diferents anglicismes i proposa al públic endevinar-ne l'opció correcta en català oferint-ne les explicacions pertinents.

Tots aquests reportatges ens han servit com a inspiració, especialment per la integració dels minijocs com un complement valuós per la informació i l'estètica clara i atractiva.

## **PART METODOLÒGICA**

### **1. Objectius**

Aquest projecte té sis objectius principals:

- Posar el nostre granet de sorra en garantir el dret a la informació dels infants, recollit a la Carta dels Drets de l'Infant.
- Apropar problemàtiques actuals als infants per no deixar-los a l'ombra de l'actualitat.
- Presentar el periodisme de forma amena i didàctica als infants catalans.
- En fer el contingut en català també es busca fomentar la llengua entre els més joves.
- Potenciar i popularitzar la gamificació com a tècnica i estratègia per enriquir determinats productes periodístics.
- Donar eines i informació de qualitat per desenvolupar el pensament crític dels infants

En concret, el reportatge pilot d'aquest producte que tracta com continuar amb l'educació mentre es tenen problemes de salut, ja sigui a través de les aules hospitalàries o l'atenció domiciliària, busca:

- Tractar els beneficis de mantenir una rutina acadèmica tot i patir problemes de salut a través de testimonis i personal mèdic.
- Analitzar els reptes d'aquest servei educatiu.

- Trobar testimonis de superació que s'hagin pogut reincorporar als seus centres educatius convencionals un cop recuperats.
- Entendre el funcionament d'aquest tipus d'educació que la societat sovint desconeix.
- Ser capaces de tractar i editar la informació correctament per fer-la adequada per al públic infantil, sense caure en una simplificació excessiva.

## 2. Tècniques aplicades

El procés d'elaboració del projecte ha comptat amb diverses fases, que s'expliquen a continuació:

La nostra idea inicial era fer un “gran reportatge” i per això el primer que ens calia fer era escollir el tema. Teníem clar que volíem que fos un tema que ens motivés especialment, ja que el Treball de Final de Grau és l'última oportunitat de poder dur a terme un projecte periodístic amb tanta llibertat abans de graduar-nos. Ara bé, buscar un tema del nostre interès es va convertir en una arma de doble fil, ja que no aconseguíem decidir-nos entre totes les històries que ens cridaven l'atenció. Durant aquest procés d'escollir tema vam decidir que amb el nostre projecte volíem adreçar-nos als infants, objectivament d'entre 8 i 12 anys. I què millor per atraure aquest públic exigent que posar-los al centre de la informació i convertir-los en protagonistes. Així vam acotar la temàtica, una realitat que afectés a nens i nenes. Tenint en compte que el 13 de maig és el dia Internacional de l'Infant Hospitalitzat i la proximitat d'aquesta data amb l'entrega del projecte, vam decidir fixar-nos en com tots aquests infants segueixen amb l'educació tot i haver de fer front a reptes relacionats amb la salut.

Amb la temàtica escollida, vam començar a plantejar-nos el millor format pel reportatge. Atès que s'adreça a infants, volíem fer un reportatge dinàmic que els permetés interactuar amb la informació. A l'hora de buscar possibles plataformes i eines per maquetar el relat, vam descartar aquelles que requerissin coneixements de programació i informàtica massa avançats, en canvi, vam buscar una plataforma més senzilla, que ens permetés oferir un bon resultat, però amb la possibilitat de centrar els nostres esforços en l'edició i la redacció de la informació. En aquest sentit, ens vam decantar per l'ús de la plataforma Genially, ja que l'havíem temptejat en assignatures anteriors.

Es tracta d'un programari que permet crear continguts interactius com imatges, infografies, mapes i també minijocs. Així doncs, hem combinat totes aquestes funcionalitats per construir la nostra narrativa digital.

Amb aquests primers passos definits, vam començar la recerca de com adaptar la informació als infants. Ens interessava veure quines eren les maneres més adequades de fer-ho i per això ens vam fixar en el cas d'èxit de l'*InfoK* que, a més, és l'únic referent actual a Catalunya d'aquest tipus de periodisme. Per buscar consells sobre trucs i maneres d'editar la informació per fer-la comprensible i assimilable, vam apostar per contactar directament amb Núria Vilanova, presentadora i directora del programa infantil de la CCMA, i amb Marta Narberhaus, autora de la investigació sobre comunicació “Children's news. Topics, information quality and

audience reception around Newsround, Logo and InfoK”. De les converses amb les dues comunicadores en vam poder extreure una idea clara i és que sovint els mitjans de comunicació s'obliden que el dret a la informació és un dret que tenen totes les persones, inclosos els nens i les nenes.

*Defenso fèrriament que per crear una ciutadania crítica, sòlida i que en un futur sigui capaç de decidir, hem de tenir periodisme que estigui destinat a que els infants entenguin el món que els envolta d'una manera adequada a la seva edat. (M. Narberhaus, comunicació personal, 18 de de març de 2024<sup>2</sup>).*

Per una banda, a títol personal dur a terme una proposta dirigida a infants ens va semblar molt engrescadora, i per altra, amb aquestes converses vam veure que existeix un buit i, per tant, una possibilitat d'oferir canals de periodisme infantil, més enllà de l'*InfoK*, perquè són necessaris. Així doncs, vam començar a donar voltes a la idea que transformar el nostre projecte de reportatge en un producte que tingués continuïtat no era una mala opció, sinó al contrari.

És cert que a Catalunya ja hi ha hagut altres productes periodístics infantils que han provat de néixer, però que no han acabat de prosperar. És el cas de *Bitxos*, de Sònia Mestre i Esther Pradell, un diari imprès i digital dirigit a infants d'entre 8 i 12 anys, nascut el 2018. Per intentar revertir aquesta situació, vam investigar quins són els hàbits de consum de continguts entre aquestes edats.

La població infantil espanyola dedica una mitjana diària de 179.420 minuts a estar davant d'una pantalla. De moment la televisió continua sent el dispositiu que, proporcionalment, més temps s'endú. La televisió és un mitjà monopolitzat per l'*InfoK*, per tant, volíem trobar un altre espai. Tenint en compte que la nostra idea inicial era fer un reportatge multimèdia, vam investigar si es podia seguir per aquesta línia i els resultats van ser inequívocs. Les dades de AIMC (2018) demostren que els menors cada vegada més s'inclinen pels telèfons mòbils o les tauletes intel·ligents. De fet, segons l'estadística (AIMC,2018) si un 39,9% del temps el consumeixen veient televisió, les tauletes i els mòbils conjuntament representen un 36,5% de temps de consum. Una realitat que es pot explicar pel paper determinant que han adquirit les xarxes socials. Les dades de l'INE (2023) també demostren que des del 2012 el percentatge total de nens i nenes que utilitzen Internet se situa per sobre del 90%.

Amb aquests resultats, l'espai on podem mirar de néixer i créixer és Internet i les xarxes socials. El projecte proposa crear un perfil d'Instagram, *Napbuf; reportatges intrèpids*, que reculli tots els reportatges que es vagin editant per tal que els infants puguin consultar-los en el moment que es publiquin o recuperar-los per llegir en qualsevol altre moment.

*Napbuf; reportatges intrèpids* està pensat per tenir una narrativa pròpia que li permeti diferenciar de la resta de continguts que inunden les xarxes socials i alhora creï comunitat entre el seu públic. El fil conductor són dos

---

<sup>2</sup> La transcripció completa de l'entrevista es pot trobar a l'annex.

protagonistes ficticis, dos joves periodistes, que apropen el món als més petits a través dels seus reportatges. La participació dels dos personatges pot ajudar a connectar amb la canalla i fer que l'experiència sigui més divertida. Amb la mateixa raó de voler oferir quelcom atractiu s'ha optat pels reportatges i no el format de notícia tradicional, perquè permet aprofundir més en els temes i satisfer la curiositat dels infants, alhora que els ajuda a desenvolupar el seu pensament crític.

## 2.1. Documentació

Un cop establert amb claredat el tema i format es va iniciar la fase de documentació pel reportatge pilot, que serveix d'exemple de què seria el producte.

En un primer moment va ser clau consultar la pàgina web de la Generalitat, que disposa de la informació bàsica sobre les aules hospitalàries per començar a familiaritzar-nos amb el fenomen. D'aquesta web va ser especialment útil *El marc d'actuació de les aules hospitalàries*, un document que malgrat ser del 2007 posa les bases de la definició d'aquest servei, la seva història i aspectes com la relació amb el centre educatiu i les famílies, entre d'altres. Un altre document clau per a aquesta primera aproximació fou *La carta europea dels drets dels infants hospitalitzats* que recull el dret de continuar estudiant durant l'estada a l'hospital dels menors i de disposar del material didàctic necessari, sobretot si l'hospitalització és llarga. Ara bé, la carta indica que aquest estudi no pot perjudicar el benestar del nen o la nena, ni obstaculitzar el seu tractament. Descobrir aquest dret va marcar el punt de partida, la nostra investigació està centrada en com es garanteix aquest dret a Catalunya, amb una visió que posa els infants i les seves experiències al centre de la narrativa, per explicar els reptes i les oportunitats d'aquest servei al país, no des d'una perspectiva tècnica, sinó com a experiència en primera persona d'aquells qui ho viuen.

A través de la web també vam conèixer l'Associació Catalana de Professionals de l'Educació en l'Àmbit Hospitalari ([ACPEAH](#)). L'associació ha estat fonamental pel procés de recollida d'informació. Vam poder fer una entrevista via videotrucada amb l'Albert Fisas, el seu president, que ens va facilitar el llistat de les aules hospitalàries pediàtriques actives a Catalunya actualment. Això ens va permetre establir el nostre marc d'actuació pel que fa a les entrevistes i els contactes. També ens va comentar que un altre servei que es contempla en el cas català en l'educació dels infants amb problemes de salut és l'atenció domiciliària. Un fenomen que també hem volgut explorar en el reportatge.

Cal mencionar que no sempre s'ha obtingut resposta dels hospitals o no sempre s'ha pogut quadrar una entrevista o reunió, ni una visita a les instal·lacions de les aules. Aquest és un entrebanc que ja contemplàvem quan vam escollir el tema, ja que seria il·lús no ser conscients de la dificultat d'accedir als hospitals; ara bé, ens ha sorprès fins a quin extrem arriba.

A continuació hem plasmat la taula-resum que ens vam fer per tenir en ordre totes les aules hospitalàries amb el seu contacte.

Aula hospitalària	Ubicació	Contacte
F. Althaia - Xarxa Assistencial de Manresa - Hospital Sant Joan de Déu	Manresa	93 874 21 12, ext 3475 escola@althaia.cat
Hospital Arnau de Vilanova Rovira Roure	Lleida	973 24 81 00, ext 2588
Hospital Clínic de Barcelona	Barcelona	93 227 91 73
Hospital de la Santa Creu i Sant Pau Sant Quintí	Barcelona	93 553 75 21 escolainfants@santpau.cat
Hospital Dr. Josep Trueta	Girona	972 94 02 00, ext 2590
Hospital Germans Trias i Pujol	Badalona	93 497 84 96 a8055178@xtec.cat
Hospital Sant Joan de Déu	Esplugues de Llobregat	93 280 40 00 ext 73391 escola@sjdhospitalbarcelona.org
Parc Taulí - Hospital Universitari	Sabadell	93 723 10 10, ext 21201 escoladeltauli@xtec.cat
Vall d'Hebron Barcelona Campus Hospitalari	Barcelona	93 489 30 00, ext 3210 aulahospitalariavhebron@xtec.cat

El nostre objectiu era obtenir tanta informació com poguéssim de les aules. Per raons de comoditat a l'hora d'un possible rodatge, vam marcar com a prioritari el contacte amb les escoles pediàtriques de l'àrea de Barcelona, on a més, també s'hi concentren la majoria de centres que ofereixen el servei. Malgrat això, la sobrecàrrega del professorat va fer impossible que ens poguessin atendre de forma individual i presencial, l'opció més apta per poder treballar el multimèdia. Per això, vam haver d'ampliar mires i buscar altres centres com l'Hospital Dr. Josep Trueta de Girona o hospitals de salut mental que comptessin amb aula. Si no, l'única opció possible va ser un format en línia amb xerrades individuals o amb grup amb els docents de diverses aules.

A continuació, un resum detallat dels contactes d'aules hospitalàries als quals, finalment, vam poder accedir i als que no ha estat possible, per ordre cronològic:

Aula hospitalària Sant Joan de Déu: Aquest va ser el nostre primer contacte pràctic amb les aules hospitalàries. Vam assistir a una xerrada adreçada a diferents estudiants organitzada a l'hospital per les docents. El nostre objectiu era aconseguir recollir informació, però també teníem l'esperança de poder aconseguir una entrevista amb alguna de les docents. Un objectiu que va resultar impossible com ja ens van apuntar personalment al·legant falta de temps, i que es va confirmar, tenint en compte que no ens van respondre el correu que els vam enviar a posteriori, tant a l'aula directament com al departament de premsa de l'hospital, tornant a fer-los la proposta.

Parc Taulí - Hospital Universitari: Seguint la tònica del Sant Joan de Déu, l'aula va respondre a la nostra petició d'entrevista enviant-nos la informació i horaris d'una sessió dirigida a resoldre dubtes per a estudiants. En aquest cas la xerrada era en format online. Al final de la reunió vam aconseguir explicar el nostre projecte a les docents i malgrat no poder concedir-nos una entrevista per falta de temps, ens van ajudar a gestionar el contacte amb el departament de premsa, que ens ha facilitat unes fotografies de les instal·lacions i funcionament de l'aula.

Hospital Sant Joan de Déu de Manresa (Fundació Althaia): Vam contactar per correu amb l'escola hospitalària de l'hospital. Com en els dos casos anteriors van declinar la proposta d'una entrevista presencial, ja que ens van explicar que només són dues docents i que els era impossible per falta de temps. Això sí, vam aconseguir dur a terme una entrevista online amb Begonya Villar, una de les docents.

Hospital Germans Trias i Pujol: En un primer moment vam contactar amb el centre per correu, tant a l'aula com al departament de premsa, però no vam obtenir resposta. Vam esperar unes setmanes i ho vam tornar a intentar per telèfon. Però ens vam trobar amb el mateix problema que en els altres hospitals: el servei compta només amb dues docents que es troben desbordades i, per tant, era massa complicat dedicar-nos una estona per poder fer una entrevista. A més, en aquesta ocasió ens vam trobar amb una altra problemàtica i és que se'ns va comentar que accedir a l'aula i gravar-ne les instal·lacions era impossible, ja que es tracta d'un entorn molt vulnerable.

Institut Guttmann, Hospital de Neurorehabilitació: Davant la situació tan complicada en què ens trobàvem, vam decidir intentar obrir mires i apostar per buscar opcions que anessin més enllà dels hospitals pediàtrics convencionals. Per això ens vam posar en contacte amb l'Institut Guttmann.

Vam tenir sort, ja que vam poder fer una entrevista, per videoconferència, a Antònia Enseñat, cap del servei de Neuropsicologia que és qui s'encarrega de coordinar la tornada a l'escola dels infants que tracten al centre. Va ser una conversa molt enriquidora on ens va explicar la seva tasca i històries de superació i èxit d'alguns dels pacients que ha tractat. Ara bé, malauradament, amb el que ens va explicar ens vam adonar que no s'adequava del tot al tema del reportatge.

Hospital Vall d'Hebron: Com que ens va ser impossible contactar amb la Vall d'Hebron, vam investigar si trobàvem alguns dels seus docents a títol personal per Internet. En aquesta recerca, vam descobrir el [blog escrit per Mònica Serarols](#), exdocent de l'aula hospitalària de l'hospital en qüestió i on relatava la seva experiència. Amb l'exmestra vam aconseguir dur a terme una entrevista presencial.

Hospital Arnau de Vilanova Rovira Roure: En aquesta ocasió vam trobar el contacte d'Antonia Castillo Meléndez. Castillo és coordinadora del grup d'investigació de pedagogia i salut, professora del màster de Pedagogia Hospitalària de la Universitat de Barcelona i responsable de l'aula hospitalària de l'hospital Arnau Vilanova de Lleida. Com a context, cal mencionar que aquest centre sanitari compta també només amb una sola docent. Així doncs, vam aconseguir parlar amb la pedagoga a finals de març, però ens va comentar que era mal moment per fer una entrevista perquè amb el final del trimestre estava desbordada de feina. Vam optar per tornar a contactar amb ella passada la Setmana Santa, però ja no tinguérem resposta. Vam trucar a l'hospital, però van al·legar les mateixes raons de falta de temps i sobrecàrrega.

Hospital de Sant Pau: En aquest cas, igual com als anteriors, vam poder contactar amb l'única docent de l'aula, però no ens va poder concedir cap entrevista perquè en ser ella sola, era impossible dedicar-nos una estona a causa de la sobrecàrrega de feina i la manca de temps.

Hospital Dr Josep Trueta: L'últim hospital que va contactar va ser el de Girona. En aquest cas vam trucar per telèfon i vam parlar directament amb l'únic docent de l'aula. A diferència del que havíem estat veient fins aleshores, no va tenir cap inconvenient a concedir-nos una entrevista presencial. Vam confirmar que es podia dur a terme amb el departament del centre i en donar-nos el vistiplau vam posar data a una trobada a més d'una visita a les instal·lacions, renovades fa relativament poc.

Per complementar hem fet un recull de tots els contactes no estrictament de l'àmbit docent, però també fonamentals per l'elaboració del reportatge i amb qui vam intentar contactar, a vegades amb èxit i a vegades no.



Anna Enric, infermera pediàtrica de l'hospital Vall d'Hebron: Vam aconseguir el seu contacte a través de coneguts. Ens interessava especialment la visió dels professionals sanitaris sobre l'impacte de continuar amb l'educació en els pacients. Vam aconseguir dur a terme una entrevista presencial, tot i que no a l'hospital.

Georgia Sarquella-Brugada, cap de la unitat d'arrítmies pediàtriques, malalties cardíaques hereditàries i mort sobtada a l'hospital Sant Joan de Déu: Per complementar la visió de la infermera, volíem tenir també l'opinió d'algun pediatre. En aquest cas, també vam recórrer a coneguts per aconseguir el contacte. Vam aconseguir parlar amb la metgessa per correu, però pel seu horari ocupat amb operacions i guàrdies va ser impossible quadrar una entrevista tant presencial com telefònica, malgrat intentar-ho en nombroses ocasions. Després d'uns quants intents fallits, va acabar declinant la proposta de participar en el reportatge.

AFANOC: Vam apostar pel departament de premsa de l'entitat per parlar amb algun dels responsables de la seva àrea educativa. La nostra idea, a més d'aconseguir informació, era intentar trobar el contacte d'algun usuari de l'educació hospitalària que ens pogués explicar la seva experiència. Ara bé, només ens van oferir com a opció disponible una xerrada informativa que organitzen periòdicament per resoldre els dubtes d'estudiants que hi estan interessats.

George Drutu: George Drutu és un jove ampostí de 18 anys que es dedica a les xarxes socials on comparteix la seva vida i explica com va ser créixer amb càncer de medul·la òssia. Aquesta malaltia li van diagnosticar amb només dos anys i va fer que durant l'educació infantil i primària estigués ingressat diverses vegades. Vam contactar-hi a través de les xarxes socials, i després d'unes quantes trobades per explicar-li el nostre projecte, es va mostrar encantat de participar-hi amb una entrevista presencial. El seu testimoni és especial perquè va estar ingressat fa més de deu anys; per tant, és interessant saber com se sent respecte a l'educació que va rebre a l'hospital mirant-s'ho amb la perspectiva dels anys que han passat.

Joana Cervera, Ànnia Font i Cristina Ferrete: Malgrat que no volíem caure en el tòpic: infants hospitalitzats = pacients amb càncer; en veure que ens estava costant aconseguir testimonis, vam optar per fer una recerca a Internet sobre aquest grup. Per una banda, vam trobar l'usuari de George Drutu a les xarxes. I, per l'altra, el llibre *Els vuit mil estels de l'Ànnia*, un conte escrit per Meritxell

Margarit i il·lustrat per Txell Darné que retrata la història d'Ànnia Font, una nena a qui, amb només 6 anys, els metges van detectar un tumor cerebral.

Vam trobar la seva fundació *8000 estels*. Així vam poder amb la seva mare, la Joana Cervera, que de seguida es va mostrar disposada a ajudar-nos amb el projecte. Amb ella vam organitzar una trobada a casa seva per parlar amb l'Ànnia; ella i el seu marit; i amb la Cristina Ferrete, la mestra domiciliària que va seguir tota l'educació de l'Ànnia mentre estava malalta. L'Ànnia va tenir atenció domiciliària perquè li van detectar el càncer en ple confinament i per evitar infeccions li van desaconsellar l'ingrés total. És cert que no es tracta d'una aula hospitalària en el sentit més estricte de la paraula, però amb el reportatge ens interessa veure l'educació en infants amb problemes de salut.

Sempre que s'ha mencionat que es va poder dur a terme una entrevista presencial, aquestes es van enregistrar en vídeo i estan incloses en el reportatge. L'única complicació va ser l'entrevista de la exdocent hospitalària Mònica Serarols, que per problemes amb el micròfon, no es va poder captar l'àudio adequadament. El programa d'edició de vídeo que s'ha utilitzat és *Adobe Premiere Pro*, per intentar millorar l'àudio d'aquesta entrevista que mencionàvem vam optar per *Adobe Podcast*, que és una eina que permet aïllar la veu del soroll de fons. El problema és que és un programa relativament nou i encara presenta la limitació de la llengua, per això no va acabar de millorar correctament l'àudio en català. Encara així, hem pogut utilitzar un vídeo seu al reportatge. Pel que fa als àudios inclosos dins el reportatge, tots de les xerrades en format no presencial, hem utilitzat eines d'Intel·ligència Artificial per millorar la qualitat del so.

Cal esmentar que pels casos de l'Hospital Parc Taulí, que ens va facilitar les fotografies que il·lustren la major part del reportatge; l'entrevista a Roger Ferrer, docent de l'Hospital Josep Trueta; i el cas de l'Ànnia i la seva família, que s'han convertit en alguns dels testimonis principals de la peça, vam demanar ajuda al Diari de Barcelona. Tenint en compte les experiències prèvies, vam demanar poder fer servir el nom del diari com a porta d'accés a aquestes fonts. El diari ens va donar el vistiplau a canvi de publicar un article. Un article diferent al qual estàvem plantejant pel TFG, ja que per les condicions del públic objectiu del mitjà no podia anar adreçat a infants. L'article en qüestió, [\*Aules hospitalàries. un oasi per aprendre i tornar a ser infants\*](#), es va publicar el 13 de maig, coincidint amb el Dia Internacional dels Infants Hospitalitzats.

És important tenir en compte que el resultat final del reportatge s'ha adaptat a les fonts de les quals hem obtingut resposta. Per tant, l'esforç més gran i un dels aprenentatges que ens enduem d'aquest exercici periodístic és com ens hem hagut d'adaptar a poc a poc a la realitat que ens hem anat trobant i repensar la idea inicial que era un reportatge molt més vivencial que retratés l'acció dins de les aules hospitalàries, però no ha pogut ser així per la complicació d'accedir als hospitals, i la impossibilitat de fer el seguiment i tractar amb infants malalts, ja que es considera un grup especialment vulnerable. Així i tot, s'ha treballat per trobar

recursos alternatius que permeten construir una història que compta amb el màxim de veus i testimonis possibles. Com a avantatge, a l'haver plantejat el producte en format multimèdia, hem pogut combinar tots els recursos i adaptar-nos a les fonts.

## 2.2. Eines i recursos

Pel que fa a les eines, a banda de *Genially*, també s'han utilitzat altres plataformes en línia per completar la maquetació. Pel disseny, en els casos en què les dues eines principals ens oferien limitacions vam optar per utilitzar el *Canva* i descarregar-ne les creacions per incloure-les. Ens va semblar una bona opció per la facilitat de programari que presenta i per tenir més riquesa estilística en el reportatge.

A part de la gamificació, un aspecte de gran importància són els recursos gràfics, més enllà de les entrevistes en vídeo. Són imprescindibles per il·lustrar la història i prenen especial rellevància a l'hora d'editar i presentar la informació de forma atractiva pels infants.

Aquests recursos es poden dividir en dos grans blocs: d'una banda, les imatges cedides per familiars i centres sanitaris i, d'altra banda, il·lustracions a mida per al nostre reportatge. En el primer cas, un reportatge- sigui del format que sigui- resulta incomplet sense fotografies de qualitat. Per això, vam optar per demanar al gabinet de comunicació de l'Hospital Taulí de Sabadell fotografies actuals de l'aula, sempre respectant el dret a la privacitat, intimitat i d'imatge dels infants, per poder utilitzar-les per al reportatge. La família de l'Ànnia també va ser de gran ajuda en aquest sentit, ja que ens va proporcionar un dossier molt complet amb fotografies i vídeos del procés de la nena, fent èmfasi en el material relacionat amb l'educació. Gràcies a aquests dos recursos, hem pogut construir plenament el reportatge sense perdre força en l'aspecte visual. Al mateix temps, hem respectat sempre les directrius ètiques de no vulnerar la privacitat dels infants o fer èmfasi de la seva situació de vulnerabilitat.

Pel que fa a les il·lustracions han estat un punt de suport bàsic per adaptar el producte al nostre públic. Quan vam plantejar la idea que el reportatge es pogués convertir en un producte amb continuïtat, *Napbuf*, vam tenir clar que necessitàvem un punt d'unió entre reportatge i reportatge que ens ajudés a aconseguir aquest seguiment, i així van néixer els dos protagonistes. La majoria dels reportatges interactius tenen una estètica única i atractiva, per això vam demanar a un il·lustrador gràfic que ens fes uns dibuixos únics i personalitzats que captessin l'essència del projecte i aportessin aquest grau d'elevació estètica. Hem comptat amb els dibuixos dels dos protagonistes fent diversitat de gestos com assenyalar, anotar o fer fotografies. Tot això, ens ha servit per donar dinamisme a les seqüències i a la part interactiva. També, hem tingut il·lustracions d'hospitals tant per dins com fora, inspirades les aules hospitalàries reals per poder transmetre als infants com són sense vulnerar la privacitat d'aquests espais.

## VIABILITAT DEL PROJECTE

### 1. Sortides i explotació del producte

Cal deixar clar que el nostre projecte principal és elaborar un reportatge multimèdia complet amb recursos i elements interactius i gamificats, és a dir, modalitat de gran reportatge. Ara bé, com s'ha mencionat, després de parlar amb experts en la matèria del periodisme infantil, vam identificar una oportunitat periodística d'oferir més canals en català de periodisme per a infants.

És per això que hem volgut aprofitar aquest treball per explorar aquesta possibilitat, d'aquí la idea de proposar un producte que faci de casa a aquest reportatge sobre les aules hospitalàries. Per a futurs reportatges, continuariem amb una mirada focalitzada en els nens, en concret, per la segona història hem pensat tractar la realitat dels infants que viuen en famílies d'acollida.

Això sí, els nostres esforços s'han centrat a dur a terme un bon reportatge, aconseguir-ne les millors fonts i presentar uns recursos interactius i gamificats a l'altura de les circumstàncies. És cert que aquesta idea de crear un producte de continuïtat és un afegit que hem explorat i del qual n'hem volgut deixar constància a la memòria.

En comptes de crear un blog o una pàgina web, buscaríem crear un perfil d'Instagram que constituís l'agregador de tots els reportatges publicats. Evidentment, el fil conductor del perfil serien els dos personatges que s'han comentat i que apareixen en el reportatge de les aules hospitalàries. L'única problemàtica és la impossibilitat de publicació del reportatge complet a Instagram, ja que des de Genially no s'admet el format a la xarxa social. Per solucionar-ho, des del mateix Instagram hi haurà un enllaç a la plataforma de Genially, des d'on es podran veure tots els reportatges.

La resta de contingut serà via Instagram, per això s'ha ideat un pla de llançament per promocionar el perfil.

- **Fase de prellançament:**

- Creació del contingut atractiu i de qualitat que representi l'estil del projecte. Aquest pas inclou l'elaboració del reportatge, amb tota la feina periodística que comporta i que s'ha explicat en aquesta memòria.
- Disseny del perfil: amb la finalitat de ser atractiu i professional i reflectir la identitat del projecte. Per això el primer pas va ser crear un nom pel producte: Napbuf. En català significa criatura, després vam crear un logotip. Per fer-ho hem aprofitat les il·lustracions dels personatges i ens hem ajudat del *Canva* per acabar-li de donar forma. El nom del projecte s'ha acompanyat d'una biografia clara i concisa que explica el propòsit periodístic del perfil: "reportatges intrèpids". I, finalment, malgrat que és un vessant que es podria considerar més estètic i superficial, també s'ha

procurat utilitzar una paleta de colors i tipografies atractives pel públic objectiu. A més de colors no esbiaixats dins d'un gènere concret, perquè tots els infants puguin sentir-se part del projecte.

- **Fase de llançament:** Anunci oficial i publicació inicial que explica el concepte del perfil i els seus objectius.
- **Fase post llançament:** Basada en la publicació regular de contingut que vagi més enllà dels reportatges per mantenir l'interès dels seguidors, amb varietat de formes i recursos per evitar la monotonia. Això es pot aconseguir amb tres grans eixos:
  1. Interacció amb els seguidors: a partir d'enquestes, comentaris, suggeriments i responde de forma directa. A més, realitzar enquestes de satisfacció per conèixer l'opinió dels seguidors.
  2. Anàlisi dels resultats: avaluar i monitoritzar els resultats dels reportatges, l'impacte en xifres, el nombre de seguidors, l'abast de les publicacions...
  3. Optimització del contingut: a partir dels resultats de l'anàlisi, millorar constantment el contingut per fer-lo més atractiu i adequat al públic. Al mateix temps, tenint present que les xarxes socials tenen tendències molt canviant, una ràpida evolució, i per tant caldria adaptar-nos a les estratègies que millor funcionin per augmentar la visibilitat del producte.

## 2. Estudi de mercat

Les aules hospitalàries són una temàtica més que explotada periodísticament. Només en una primera aproximació al mercat, ja es pot observar que en els dos mitjans catalans de referència per al públic infantil hi ha reportatges que tracten el tema de l'educació als hospitals.

Pel que fa a l'InfoK, hi ha aquest breu vídeo sobre l'inici del curs escolar des de l'hospital: [Fer classe a l'hospital](#), que relata la història de dos nens que estan vivint l'inici de curs sense poder anar a l'escola. En referència a l'ARA Criatures, l'any 2022 es va publicar el reportatge [L'única aula on els alumnes van amb pijama](#), on es fa un breu repàs molt testimonial sobre la situació d'alguns pacients que reben educació en centres hospitalaris catalans.

En l'àmbit general, també hi ha molts mitjans que s'han fet ressò d'aquesta temàtica. Per exemple, Nació Digital va agrupar sota el paraigua temàtic de "retorn a l'escola" la peça: [Les aules hospitalàries, un oasi de normalitat entre diagnòstics i bates blanques](#), de la mà de la Fundació Althaia, que compta amb docents que es dediquen a l'ensenyament hospitalari. És cert que aquest reportatge és el que a priori més semblant podria ser al nostre, ja que explica el funcionament de l'aula, però ens hem fixat que només se centra en un hospital i que únicament dona veu a les docents, en canvi, nosaltres hem optat per una visió més global.

En el cas d'un dels mitjans televisius referents de Catalunya, TV3, no s'ha trobat cap gran reportatge dedicat exclusivament a la temàtica de les aules hospitalàries. Malgrat això, sí que s'han fet diverses peces informatives que tracten el tema. Per exemple, [L'educació hospitalària en temps de Covid](#), sobre el canvi del

model educatiu hospitalari a causa de les restriccions de la Covid-19 i la seva afectació en espais sanitaris. Si es tira més enrere en la cronologia, l'any 2004 es va publicar un breu en què s'informava de la creació d'aquests espais, [Els hospitals catalans tindran un espai educatiu perquè els nens puguin estudiar des del centre](#). A més, dins el programa Qui els ha parit!, també es va fer un [reportatge sobre l'aula hospitalària de Sant Joan de Déu](#) i el dia a dia dels seus alumnes. Més que ser un reportatge com a tal va ser una peça breu allunyada d'un contingut purament informatiu que durant uns minuts va mostrar com és una aula per dins.

També hi ha els mitjans especialitzats, malgrat que la nostra idea no és centrar-nos en un target tan específic hem de tenir en compte què s'ha escrit i publicat des d'aquests. El Diari de l'Educació i el Diari de la Sanitat, ambdós títols de la fundació periodisme plural, han publicat articles en relació amb la temàtica de les aules hospitalàries. Un exemple publicat en ambdues capçaleres és: [Aprendre en pijama i ensenyar des de la diversitat](#), que tracta sobre la situació general i l'impacte de la Covid-19 en aquest tipus d'educació.

### **3. Creació de contingut a Instagram**

Abans d'esmentar les idees promocionals i de contingut a Instagram, cal deixar clar que el ritme de publicació de reportatges seria mensual, per mantenir l'audiència i, al mateix temps, poder oferir contingut de qualitat.

L'Instagram de Napbuf obrirà amb el primer reportatge llarg, en aquest cas, sobre les aules hospitalàries. A partir d'aquí, s'aprofitarà el contingut i s'aniran penjant petits trossos dels vídeos durant les següents setmanes, per refrescar la memòria. Un altre punt clau és la durabilitat de la interactivitat no només al reportatge, sinó com a part de la marca. Això s'aconsegueix amb la creació de contingut interactiu a Instagram. En aquest cas s'aposta pel següent:

1. Enquestes: preguntar als seguidors sobre els temes preferits, les opinions sobre els reportatges o les idees i suggeriments per a futurs treballs.
2. Qüestionaris: continuant amb la premissa d'adaptabilitat, crear petits qüestionaris divertits i educatius sobre els temes dels reportatges és una molt bona eina per reforçar els diferents conceptes.
3. Jocs: en la mateixa tònica, per reforçar continguts, proposar petits jocs com ara endevinalles, jocs relacionals o de memòria. Fins i tot, es podrien reintroduir els que ja estan inclosos en els reportatges.
4. A banda de tot això, també s'ampliaria la informació dels reportatges amb articles relacionals, vídeos o imatges addicionals i recursos per complementar el producte. Al mateix temps, és important recomanar altres recursos com llibres relacionats, llocs web o vídeos. En aquest primer cas, què millor que aprofitar el cas de l'Ànnia per fer difusió del seu llibre.

#### 4. Promoció i explotació del producte

Fer créixer un perfil d'Instagram des de zero no és una tasca fàcil, per tant, cal explorar tots els recursos i oportunitats disponibles. A partir de les diverses entrevistes que hem anat fent, han sorgit diverses oportunitats d'explotació que contemplem.

1. Col·laboració amb l'ACPEAH: arran del contacte amb l'associació, el seu president ens va proposar enviar-li el reportatge per fer-lo servir com a eina de divulgació de la tasca de les aules. Podríem acceptar aquesta col·laboració a canvi que sempre que s'utilitzi el reportatge se'ns mencioni en els crèdits i així donar a conèixer el projecte.
2. Projectes comuns amb centres educatius: Optar per enviar notes de premsa donant a conèixer el projecte i la seva missió a diferents escoles de Catalunya ens sembla una opció adequada per arribar a l'audiència potencial i fer-la créixer. Es podria proposar que els centres treballin els nostres reportatges a través d'activitats i tallers.
3. Utilitzar el mateix sector periodístic per fer difusió: La nota de premsa es podria enviar també al Col·legi de Periodistes de Catalunya. Per informar-los del naixement d'aquesta iniciativa i que publicuessin una peça a la seva revista *Capçalera*, que explica les novetats del món periodístic. És una oportunitat per posar el projecte al radar dels periodistes catalans, i d'aquí en podria sortir algun article o col·laboració que ens donés a conèixer.
4. Tenint present la modalitat del reportatge i que ja està produït es podria enviar a l'apartat d'Interactius del diari ARA. Podria ser una bona col·laboració, ja que el diari no té cap secció concreta de reportatges de temàtica infantil i introduir-la és una bona idea a mig camí entre els *Interactius* i el magazín *Criatures* que està dedicat especialment a pares i mestres amb contingut sobre l'embaràs, la criança i l'educació.
5. Finalment, en el cas d'aquest primer reportatge, no per publicar de manera unitària, però sí per difondre algunes parts del reportatge, com poden ser entrevistes concretes, hem pensat amb la Fundació 8000 estels, aprofitant la bona relació amb l'Ànnia i la seva família. Col·laborar amb la seva fundació serviria per donar a conèixer el nostre projecte i crear comunitat entre les dues audiències.

#### IMPORTÀNCIA I NOVETAT

Tot i l'existència d'iniciatives en català dirigides a un públic infantil, *Napbuf* destaca en l'actual panorama comunicatiu per diversos motius. En primer lloc, l'enfocament a Instagram, ja que és una plataforma ideal per arribar al nostre públic que és jove i nadiu digital. En segon lloc, la seva aposta pel format de reportatges ofereix un consum d'informació més pausat, curós i atractiu que les notícies convencionals.

La participació dels personatges en aquests reportatges afavoreix la connexió amb el públic, creant una experiència de consum més engrescadora. A més, la naturalesa interactiva del producte, amb minijocs

inclosos, aconseguim que destaquem i l'enriqueix amb originalitat. Aquest tipus de periodisme infantil respon a la creixent demanda de contingut educatiu i entretingut adaptat als joves consumidors, omplint una bretxa entre els adults i els infants. Finalment, com s'argumenta en la part teòrica, aquesta iniciativa té un impacte social positiu en fomentar el pensament crític dels més petits a partir d'informació rigorosa.

Pel que fa al reportatge pilot, com s'ha observat en l'estudi de mercat, si bé no és el primer a tractar l'educació hospitalària, presenta aspectes distintius. En primer lloc, proporciona informació actualitzada, ja que molts reportatges existents daten del 2007 o 2008, quan aquest servei va començar a desenvolupar-se. D'altra banda, a diferència dels anteriors, que se centren en testimonis individuals o en situacions específiques com la Covid-19, "*L'aprenentatge que cura: un viatge intrèpid a les aules hospitalàries*" adopta una perspectiva més global. Aquesta perspectiva inclou la narració de testimonis, una visió dels inicis del fenomen i l'opinió dels professionals sanitaris i docents. En definitiva, creiem que el nostre reportatge és rellevant perquè aporta perspectives noves i, a més reuneix la informació d'aquesta educació en una sola història, que fins ara era dispersa i difícil de trobar. Fins a la realització del nostre treball no n'hi havia cap altre que tractés l'educació hospitalària des d'aquest vessant holístic.

## **VALORACIÓ DE L'EXPERIÈNCIA**

El balanç de l'experiència ha estat positiu, a pesar dels diversos reptes i dificultats a què hem fet front, ja que ens ha aportat una dosi de realitat dels obstacles per fer determinades peces periodístiques. Hem après a adaptar el tema per fer front a les diferents barreres que ens hem trobat pel camí. És cert que, no tots els reptes han estat externs, sinó que hem de reconèixer que marxar les dues d'Erasmus al primer semestre ha estat una complicació. Durant l'estada a l'estranger, no ens veiem capaces d'avançar el TFG en cap altra direcció que no fos la purament teòrica. Ara, vist en perspectiva, sabem que hauríem d'haver aprofitat millor aquells mesos i treballar altres àrees del projecte. Pel que fa a les eines, hem millorat molt els nostres coneixements tant amb el Genially com amb l'Adobe Premiere, cosa que creiem que ens resultarà útil en el nostre futur professional.

D'altra banda, el repte més gran ha estat la manca de recursos audiovisuals, pel fet de no poder accedir als hospitals, que també ha provocat que no disposem de testimonis actuals. Com que érem conscients que això suposava un punt feble, vam optar pel format multimèdia que ens permetia molta més flexibilitat de recursos.

Un aspecte cabdal i que hem tingut present en tota l'elaboració del projecte, ha estat l'equilibri ètic entre els drets d'imatge i privacitat dels infants enfront de l'interès periodístic. En el nostre cas, tenint present la vulnerabilitat de la canalla, hem optat per preservar els drets, encara que això pogués restar força al reportatge.

Personalment, estem molt orgulloses del resultat, tot i que hi ha marge de millora. En termes generals, creiem que és una molt bona idea, ja que ofereix una nova opció de periodisme infantil en català.



## BIBLIOGRAFIA

AIMC (Spain) (novembre 7, 2018). Distribución porcentual del tiempo dedicado diariamente por la población infantil al uso de los diferentes dispositivos en España en 2018 [Gráfica] a Statista.

<https://es.statista.com/estadisticas/1058959/reparto-del-tiempo-dedicado-al-uso-de-dispositivos-por-dia-espana/>

Aparici, R., & Davis, B. (1992). La educación para los medios de comunicación. Un Colectivo de autores. European conference about information technology in education: a critical insight. Barcelona, Congreso TIE (p. 546).

Arias Cerón, Pérez Monsalve, Macarena. In II congreso internacional educación mediática y competencia digital (p. 71).

Avilés, J. A. G., Conill, R. F., & García-Ortega, A. (2022). Gamification and Newsgames as Narrative Innovations in Journalism. En Studies in big data (pp. 53-67). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-88028-6\\_5](https://doi.org/10.1007/978-3-030-88028-6_5)

Aznar, Hugo. «El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo». Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, 1997, Núm. 20, p. 125-144,

<https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/14921>

Bitxos, un nou mitjà informatiu pels petits de la casa. (2018, 1 setembre). Núvol.

<https://www.nuvol.com/llobres/bitxos-un-nou-mitja-informatiu-pels-petits-de-la-casa-50204>

CCMA. (n.d.). Codi ètic i continguts en els espais infantils i juvenils. CCMA.

<https://www.ccma.cat/llobredestil/codi-etic-i-continguts-els-espais-infantils-i-juvenils/3099836/>

Carta Europea dels Drets del Nen Hospitalitzat. (1992).

[/https://ajuntament.barcelona.cat/dretssocials/sites/default/files/arxiu-documents/%5BPDF%5D%20Carta%20Europea%20dels%20Drets%20dels%20Infants%20Hospitalitzats%20Lectura%20F%C3%A0cil.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/dretssocials/sites/default/files/arxiu-documents/%5BPDF%5D%20Carta%20Europea%20dels%20Drets%20dels%20Infants%20Hospitalitzats%20Lectura%20F%C3%A0cil.pdf)

Col·legi de Periodistes de Catalunya. (2016). Codi deontològic

<https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>

Generalitat de Catalunya (2007). Marc d'actuació de les aules hospitalàries.

[https://www.althaja.cat/althaja/ca/usuarios/unitat-atencio-ciutadania/atencio-educativa/aula-hospitalaria/marc\\_actuacio\\_ah.pdf](https://www.althaja.cat/althaja/ca/usuarios/unitat-atencio-ciutadania/atencio-educativa/aula-hospitalaria/marc_actuacio_ah.pdf)

INE. (novembre 28, 2023). Porcentaje de niños de 10 a 15 años que utilizaron Internet en los últimos tres meses en España entre 2007 y 2023 [Gráfica]. In Statista.

<https://es.statista.com/estadisticas/626570/porcentaje-de-ninos-usuarios-de-internet-en-los-ultimos-tres-meses-espana/>

Manfredi Mayoral, J. L. & Fundación Interamericana de la Comunicación. (17-19 març, 2005). Ética del Periodismo [Discurso]. Cumbre de Comunicadores.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102516/Etica%20del%20Periodismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martin Martinez, A. (1967). Apuntes para una historia de los tebeos. Revista de Educacion-estudios, 66, 98-106.

<https://www.educacionyfp.gob.es/revista-de-educacion/dam/jcr:5e3fe3ea-561f-4cd5-af31-b45af53caf79/1967re194estudios02-pdf.pdf>

Mayoral, C. (2022). Periodisme infantil: creació d'un programa monogràfic sobre feminisme per a l'InfoK [Treball de fi de Grau, Universitat Autònoma de Barcelona]. Dipòsit Digital de Documents de la UAB.

[https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266775/TFG\\_Mayoral\\_Morera\\_Celia.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2022/266775/TFG_Mayoral_Morera_Celia.pdf)

Morduchowicz, R. (2001). Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible. Revista iberoamericana de educación.

Narberhaus Martínez, M. (2016). Children's news: topics, information quality and audience reception around Newsround, Logo and Info K.

Suárez Palacio, P. A. (2018). El papel de la familia en el desarrollo social del niño: una mirada desde la afectividad, la comunicación familiar y estilos de educación parental.

Figueres, J. M. (2019). Universitat Autònoma de Barcelona. (s.f.). Patufet: revista infantil.

<https://www.uab.cat/doc/patufetrevistainfantil>

Venegas, C. M. C. (2004). La disciplina en el aula: reflexiones en torno a los procesos de comunicación. Actualidades investigativas en educación, 4(2).

## ANNEXOS

### 1. Transcripció entrevista Marta Narberhaus

***PREGUNTA:** Em pots explicar com descriuries una mica el format de què és l'InfoK, quina és l'essència?*

Clar, jo penso que l'InfoK, es caracteritza per portar el que són, doncs, temes d'actualitat als nens i nenes. Per això es diferencia també d'altres productes periodístics que potser hi pot haver dedicats aquest públic, però que són més genèrics, no? No tracten tant temes d'actualitat.

La gran clau de l'InfoK és posar en un llenguatge que els nens i nenes puguin entendre perfectament, explicant conceptes difícils, fent servir una redacció clara i molt precisa, ajudant-se també d'alguna infografia o de petites animacions, per transmetre aquests temes d'actualitat més estricta al públic infantil. I això penso que ho ha aconseguit molt bé.

Com vosaltres dèieu, és un referent no només a Catalunya, sinó que és l'única experiència d'aquest tipus a tot l'Estat. I ho demostra que han guanyat moltíssims premis, i que contínuament els reconeixen la bona feina que fan.

***PREGUNTA:** Al final, la teva tesi compares amb altres informatius de tot Europa. Quines característiques diferents i similars vas trobar? Quines són les diferències i similituds?*

El públic infantil a la televisió no és prioritari. A les graelles televisives veiem que els productes que estan destinats a una audiència infantil i juvenil no es canvien sovint. Per què passa això? Perquè la televisió, a poc a poc amb el digital està canviant, però bàsicament té els seus ingressos de la publicitat, i les audiències i no contempen tant el públic infantil. Llavors és com un peix que es mossega a la cua.

Com que les audiències no els contempen, no hi ha productes específics, hi ha anuncis dedicats a la canalla, però són més transversals. Això fa que els productes, com les notícies infantils, són considerats un producte car, perquè a diferència d'uns dibuixos animats, que pots replicar diverses vegades, en ser producte d'actualitat estricta té una limitació en la seva reproducció, i, en canvi, té un cost bastant car, perquè necessites uns equips que vagin a cobrir aquelles notícies, tot i que algunes imatges, com segur que sabeu, també les aprofiten de la redacció d'informatius, però al final és un producte efímer, que dura aquell dia i pot tenir alguna reproducció més a la carta de temes que són més llargs, però en general són del dia i prou.

Quines són les televisions que aposten per aquest tipus de contingut? Les televisions públiques, que tenen molt clar que han d'oferir aquest servei com a servei públic, i perquè el dret a la informació és un dret que tenen totes les persones, incloent-hi els nens i nenes, que això a vegades ens oblidem.

Jo soc una gran defensora d'això, per crear una ciutadania crítica, sòlida, que en un futur sigui capaç de decidir, perquè han de tenir també espais que estiguin destinats a què ells entenguin el món que els envolta d'una manera adequada a la seva edat. I en això els diferents informatius europeus que vaig analitzar a la tesi i que he continuat mirant, tenen una mirada molt comuna de tractar els temes d'importància, política, social, econòmica, cultural, fins i tot, des d'una perspectiva que a ells els interessa i després també, no només temes que també trobem a l'agenda de qualsevol mitjà de comunicació, sinó temes que els interessin especialment.

Això també és una característica comuna d'aquest tipus d'espais que donen veu als nens i nenes, una veu que no trobem normalment en els telenotícies convencionals, perquè sí que alguna vegada són notícia, sol ser com a subjectes passius, que vol dir que se'n parla d'ells, però no se'ls fa protagonistes. Es parla quan alguna llei, alguna mesura a l'escola els afecta transversalment, no se'ls dona veu i en això sí que tenen un gran paper els informatius infantils.

***PREGUNTA:** O sigui, des de la pandèmia hi ha hagut un repunt d'audiència de l'info K, però també és veritat que al final els nens, que és el públic objectiu, no consumeix tant la televisió. Com creus que ha fet la feina l'info K en aquest sentit d'adaptar-se als nous formats?*

S'ha anat adaptant al Super3 també amb tota l'aposta aquesta de reformulació del SX3. Han fet una aposta pel digital, perquè està clar que les noves generacions van a buscar el seu consum audiovisual i també van a buscar les plataformes mirant la tele lineal. Eufòria també va fer un canvi en aquest sentit en què moltes famílies el van veure i van tornar com a la tele convencional, va generar un fenomen fan que feia molt temps que la televisió pública no veia.

Al final els nens i nenes que veuen l'InfoK és perquè les seves famílies són conscients de la importància que això té. Vull dir que en aquest sentit ens trobem també que l'hàbit informatiu de cada llar. Cada entorn familiar condiona molt que aquests nens i nenes s'informin o no. L'altra manera d'arribar-hi és a través de les escoles i de la feina que l'InfoK també ha fet a les escoles. Hi ha mestres que fan servir l'InfoK per explicar determinats temes i també ha anat gent de l'InfoK a algunes escoles amb diferents iniciatives.

Llavors, tot això entra dins d'una feina que seria l'educació mediàtica en què no només cada escola o cada institut té les seves responsabilitats sinó que els mitjans de comunicació també tenen una responsabilitat en aquesta esfera, i per això determinades iniciatives.

L'InfoK ha fet un esforç per adaptar-se a aquestes circumstàncies que és el programa diari, però també és tota la seva web i tot el que promou a la web pel que fa a la reproducció dels temes és superimportant amb espais que tenen de contacte i de què fer si les notícies t'alteren o si et fan sentir malament donar un suport a aquest fenomen que és l'actualitat que a vegades és dur a determinats temes que l'InfoK tracta. És també la clau que temes com la guerra o la violència les tracten a través d'intentar fomentar també determinats valors.

**PREGUNTA:** *Com a experta quins temes consideres que són els més complicats de tractar per a un públic infantil i que l'InfoK ho ha sabut resoldre amb èxit?*

De vegades, tenim com a societat una tendència a sobreprotegir la infància perquè realment és una època de vulnerabilitat que estan exposats a moltes coses i cada cop més. És molt fàcil a través de les pantalles també trobar prematurament alguns d'aquests continguts que poden ser més durs. Al final, món en què vivim és el que és i, òbviament, molt adequat a l'edat, si ells hi poden arribar d'alguna manera, els espais informatius han de tractar aquests temes perquè és la manera que tenen d'arribar a una informació més contrastada, més treballada per ells que no el que troben a internet, que és qualsevol cosa.

Aquests informatius actuen de filtre i recurs, perquè ofereixen alguns consells, de què fer si t'alteren aquestes notícies. Per exemple, vam estudiar l'especial que van fer per la guerra d'Ucraïna quan va estar el conflicte perquè, clar, a les escoles se'n va parlar els nens i nenes van percebre que alguna cosa important estava passant. Totes les guerres sempre ens quedaven molt lluny i el fet que fos Europa i que, a més algunes escoles van acollir gent d'Ucraïna que havien fugit al conflicte, això neguitejava. L'InfoK va fer un paper molt important a l'hora de fer de filtre.

La premissa d'aquests informatius és que es pot parlar de tot, però no de qualsevol manera, s'ha de fer d'una manera determinada sobre la base del respecte, posant molt clar quins són els conceptes claus i, si cal, explicar-los perquè ells els entenguin. Parlar dels problemes però potser evitant les imatges més crues i també el conflicte.

Hi ha un reportatge molt interessant sobre la pornografia d'InfoK que davant de les dades últimes de què cada cop accedeixen aquests continguts més joves. Cal parlar sense pèls a la llengua, però d'una manera molt clara i constructiva ja partint de certs perills i també d'això sempre donant consells de què fer si aquells continguts generen alguna incomoditat o t'inquieten.

**PREGUNTA:** *Amb el tema de la guerra, per exemple, s'intenta agafar des de la perspectiva dels nens?*

El que busquen són les històries que ells es puguin sentir més identificats, més que els protagonistes siguin els nens i nenes i com ells ho viuen. Igual que les històries periodístiques també intentes buscar l'empatia i identificar-te amb l'altre. Amb els reportatges és el mateix si són nens i nenes el que els fa connectar més és trobar aquest tipus de protagonistes.

Alhora també el que fan és quan parlem de polítics de personatges importants en l'actualitat no és un periodisme de declaracions de què ha dit el polític sinó que també van a buscar qui és la connexió aquella que li agrada o els seus hobbies per poder connectar directament amb aquest públic i no posar una declaració que probablement no escoltem i res, que es quedin escoltant. En la majoria dels casos funciona i és el que els diferencia.

