

Infancias chilenas y multipantalla. Plataforma digital Novasur y su diversidad de contenidos

*Chilean Childhoods and the multiscreen.
Novasur digital platform's contents diversity*

Andrea Villarrubia-Martínez
Universidad de Huelva

Ignacio Aguaded Gómez
Universidad de Huelva

Águeda Delgado-Ponce
Universidad de Huelva

Referencia de este artículo

Villarrubia-Martínez, Andrea; Aguaded Gómez, Ignacio y Delgado-Ponce, Águeda (2020). Infancias chilenas y multipantalla. Plataforma digital Novasur y su diversidad de contenidos. En *adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº20, Castellón: Universitat Jaume I, 21-42. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.2>.

Palabras clave

Televisión infantil; convergencia; multiplataformas; medios de servicio público; televisión de calidad; plataformas digitales.

Keywords

Children's television; convergence; multiplatform; public service broadcasting; quality television; digital platforms.

Resumen

Las plataformas digitales constituyen tanto un desafío como una oportunidad para que los medios de servicio público presenten su oferta en el escenario convergente.

Novasur, televisión infantil del Consejo Nacional de Televisión, ha sido pionera al convertirse en la primera y única plataforma pública digital chilena dirigida a las infancias, contando con un canal vía *streaming*, una videoteca con más de 2.000 audiovisuales y materiales educacionales. Hoy bajo el nombre de CNTV Infantil, enfrenta la transición a la TV digital, el debate sobre el financiamiento estatal a las señales públicas y los cambios en la dieta medial de las infancias asociadas a convergencia: las posibilidades de acceder a contenidos de todo el mundo, como de producirlos. Con el objetivo de conocer la diversidad de Novasur en su misión de servicio público, describimos su oferta de producciones audiovisuales. A través del análisis de contenido se estudió una muestra de 2.264 programas y se realizó un análisis cualitativo de 24 series. Los resultados muestran que Novasur aprovecha la oportunidad que ofrece la multipantalla para mostrar la diversidad de las infancias chilenas al considerar subgrupos etarios, género, la pertenencia a pueblos originarios, condición de migrantes y otros rasgos habitualmente excluidos de la televisión. Concluimos que desarrollar estrategias para mantener esta oferta pública –como rentabilizar sus recursos mediante la coproducción internacional con otras señales latinoamericanas y garantizar la continuidad a través del financiamiento estatal estable–, permitirá reflejar a infancias todavía invisibilizadas y desarrollar una plataforma más participativa acorde con el panorama mundial.

Abstract

Digital platforms have become both an opportunity and a challenge for public service media to share their own offer in the convergent scenario. Novasur, children's television managed by the Consejo Nacional de Television, has been a forerunner by becoming the first and only Chilean digital platform aimed specifically to children with a streaming channel, a video library containing over 2,000 audiovisuals and other educative and media literacy materials. Today under the name CNTV Infantil, must face challenges such as: the transition to digital television, the debate about the public funding for television, and changes in the children's media consumption associated to the convergence: their access and capability to produce contents worldwide. With the purpose of recognizing the Novasur diversity as a public service media, we describe the contents the platform offers. A content analysis was carried over 2,264 audiovisuals and a qualitative critical analysis of 24 television programs. The principal results show that Novasur presents a diverse image of Chilean childhoods at the multiscreen, considering the protagonist children's age, gender, ethnic origins, migrant status, among other characteristics, usually excluded in broadcasting television. We conclude that developing strategies to safeguard this public television, such as enhancing the economic resources through international co-production with other Latin-American public broadcasters and assuring the continuity of public funding, will allow to show less visible childhoods and develop a truly participative platform according to international trends.

Autores

Andrea Villarrubia-Martínez es doctoranda en el Doctorado Interuniversitario en Comunicación, Universidad de Huelva, (UHU)- España. Máster en Educación y Tecnologías de la Información y de la Comunicación por la Universidad de Alicante. Periodista y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Nacional Andrés Bello, Chile.

Ignacio Aguaded es Catedrático de Universidad de Educación y Comunicación en la Universidad de Huelva (UHU). Director del Programa Interuniversitario de Doctorado en Comunicación (UHU, US, UMA, UCA). Editor Jefe de Revista Comunicar. Director del Grupo Ágora. Director del Máster Internacional de Comunicación y Educación UNIA-UHU.

Águeda Delgado-Ponce es Doctora por la Universidad de Huelva (UHU). Profesora del Máster de Comunicación y Educación Audiovisual de la Universidad de Huelva y en Universidad Internacional de Andalucía (UNIA). Máster en Literatura Europea y Enseñanza de Lenguas, Máster en Comunicación y Educación Audiovisual.

Introducción

Novasur nació en el año 2000 con el propósito de mejorar la calidad de los aprendizajes y disminuir la desigualdad del sistema educativo chileno a través de la producción de contenidos audiovisuales –dirigidos a público escolar– y de la capacitación de los docentes en el uso curricular de esos recursos (Martínez, 2004). Desde sus inicios se pensó como un modelo convergente entre televisión e Internet, ya que los materiales que vinculaban los vídeos con una asignatura y un curso se entregaban a través de un portal web. Con el tiempo y ante la disminución de contenidos infantiles en la televisión abierta, se convirtió en la única oferta dirigida al público infantil. Desde 2012, los contenidos que antes estaban restringidos a la televisión abierta y por cable regional, ahora están disponibles para los niños en todo el territorio nacional a través de la plataforma digital. En julio de 2017 se terminó la marca Novasur y se continuó la programación televisiva con un nuevo nombre: CNTV Infantil.

Los contenidos provienen de diversas fuentes: realizaciones propias financiadas por la institución, coproducciones con otras organizaciones públicas y privadas –internacionales y nacionales– y las coproducciones regionales, una modalidad desarrollada entre 2013 y 2016, consistente en la realización audiovisual con productoras locales y cofinanciadas por instituciones a lo largo del país. Además de la donación y la compra, otra forma de adquisición son los programas financiados por el Fondo de Fomento a la Calidad, que es gestionado por el mismo Consejo Nacional de Televisión (CNTV), aunque a través de un ítem presupuestario diferente Novasur no cuenta con un canal propio, sino que se transmite a través de una red de 63 canales regionales, locales y comunitarios de televisión abierta, como por cable a los que se distribuyen gratuitamente 14 horas de contenidos originales mensuales, para ser transmitidas dos horas diarias en conjunto o en bloques de medias horas, de lunes a domingo (Montt y Villarrubia, 2005).

Hoy cuando en el país existen al menos cuatro plataformas digitales que son gestionadas por instituciones públicas o por universidades estatales, Novasur, ahora con el nombre CNTV Infantil, es la única dirigida a niños. Novasur como televisión infantil ha sido escasamente estudiada. En este artículo caracterizamos esta plataforma dirigida a la infancia, desde el ámbito de la convergencia de la oferta pública, considerando los desafíos presupuestarios y tecnológicos que el momento actual significa. Asimismo, los contenidos disponibles en la videoteca virtual y los protagonistas de las series Novasur fueron analizados desde una perspectiva de la diversidad, entendiendo este aspecto como una dimensión de calidad.

A partir de una lectura integral de la oferta del sector en el momento actual, se propone una mirada que aúna aspectos económicos, sociales y culturales del paso a las plataformas digitales como una estrategia de sostenibilidad del medio televisivo público orientado a las infancias.

1. Televisión infantil en la convergencia tecnológica

La convergencia tecnológica tiene implicaciones profundas en los ámbitos culturales, sociales y económicos. Carlos Scolari en su lectura de Jenkins, Ford y Green (2013) señala que la convergencia afecta a las audiencias –su acceso a ver y producir contenidos en diferentes soportes y lugares–, los géneros –una historia que se inician en una plataforma puede tener relatos paralelos, complementarios y divergentes en otras–, los mercados que ya no están definidos por cercanía física, y las industrias que ahora son deslocalizadas y globales (Jenkins, Ford y Green, 2013). Scolari (2008) ha señalado el momento actual como la transición desde la cultura de unos pocos emisores hacia un modelo reticular, participativo y multimedia. Scolari, Masanet y Lugo (2019) destacan que un aspecto fundamental sería la propagación de los contenidos, y el rol integral de las audiencias compartiendo, resignificando y viralizando contenidos.

Las audiencias infantiles son protagonistas en este proceso, como lo confirman Valerio Fuenzalida (2008; 2011; 2015; 2016) y autores como Orozco, Navarro y García Matilla (2012), quienes han documentado los cambios en los hábitos de las audiencias, desde la introducción de la televisión de pago en los años noventa hasta hoy. Recientemente, estudios como los de Gallardo-Camacho, Lavín y Sierra Sánchez (2020) respecto del consumo de televisión de los niños en diferido y los de Potter y Steemers (2017) en Australia plantean desafíos como rediseñar la medición de las audiencias en este contexto multipantalla. Siguiendo a estos investigadores, se observa cómo los nuevos medios han afectado la cotidianidad de las audiencias infantiles en los siguientes aspectos:

Por una parte, la oferta de contenidos para niños en la televisión abierta ha ido desapareciendo. En Chile, en 2018, solo el 0,9% del total de horas emitidas en la TV generalista fueron destinadas a público infantil y únicamente el 0,1% estuvo específicamente dirigido al público menor de 5 años (CNTV, 2019a: 42). Por otro lado, los niños desde sus propios dispositivos pueden acceder a contenidos ilimitados, más allá de la pantalla tradicional, y producir y compartir materiales que han realizado. En Chile, mientras en 1999 solo el 10% de las personas declaraba tener acceso a Internet, en 2017 ya el 70% de los encuestados señalaba estar conectado (CNTV, 2018: 9). Además, el 48% de los niños hasta de 17 años posee móvil con acceso a Internet (CNTV, 2017). Los padres señalan que sus hijos ven audiovisuales en medios móviles más que en medios fijos como la televisión o en la computadora. Los teléfonos inteligentes serían los medios más utilizados por todos los subgrupos etarios, el 61% de los niños hasta los 5 años los usaría, así como el 72% del segmento entre 6 y 12 años y un 90% de los mayores de entre 13 y 17 años (CNTV 2019b: 9). Internet ha cambiado la forma de vincularse con el audiovisual ya que es un espacio sin restricciones de horario, contenidos o temáticas. A diferencia de la televisión, no tiene regulación estatal. Livingstone, Stoilova y Nandagiri (2019) y Livingstone (2020) han señalado que la red es un espacio

desregulado, lo que supone tomar resguardos para que no sean vulnerados derechos como la privacidad, la integridad física de los niños pero que ello no limite su Derecho a la comunicación y a la libertad de expresión.

La misma infancia ha experimentado cambios asociados a los procesos culturales y sociales propios de la globalización y de la convergencia, como una superación de la modernidad, como sugiere Buckingham (2000). En esta línea, Jeanette Steemers (2016) ha descrito la experiencia de la transición del visionado televisivo al uso más participativo. Rydin y Sjöberg (2010) analizaron el uso de Internet de los niños y jóvenes en Suecia, señalando que en Internet tiene lugar parte del proceso de formación de la identidad de los niños y adolescentes y que la tecnología está modelando nuevos hábitos sociales. Se pone de manifiesto la relevancia actual de la educación que tiene lugar en contextos informales, entendiendo a agentes como la familia, los pares, los medios e Internet como fuentes de conocimiento vitales en las etapas evolutivas de los jóvenes (Pereira, Fillol y Moura, 2019). De este modo y de acuerdo con Crescenzi-Lanna, Valente y Suárez-Gómez (2019), cabe mencionar que el uso mediado de la tecnología promueve el aprendizaje desde edades tempranas y supone una herramienta potencial para favorecer la educación inclusiva.

Según Amador-Baquiro (2012: 80), hoy es posible hablar de «infancias», una categoría que responde a una visión que dista de la psicología evolutiva y que se asienta en consideraciones propias de los estudios sociales y culturales y educativos, y «pretende reconocer la urdiembre de experiencias que le dan sentido a la existencia de estos sujetos, en relación con sus relaciones con la sociedad, la política, la economía y la cultura».

Paéz-Treviño (2016) detalla las diferencias entre la televisión tradicional y la televisión por Internet, que la autora llama TV-OTT (por la unión de televisión con la sigla de los servicios *over the top*), señalando que un aspecto central es la desprogramación de contenidos, es decir, que a partir de la existencia de un catálogo establecido ya no existen franjas horarias y publicitarias. Otras características serían la dependencia de la TV-OTT de la conectividad a Internet, la ausencia de licencias para operar, la posibilidad de recepción en múltiples dispositivos. Los medios de servicio públicos tienen el desafío de adaptarse y entregar una oferta digital acorde con su misión, en este nuevo escenario convergente. Enli (2008) propuso que la participación puede ser la vía por la cual la televisión pública puede servir a las audiencias en este momento de la convergencia. Asimismo, Debrett (2009: 810) sugirió que contar con «un acceso flexible y bajo demanda a una amplia variedad de plataformas» podría fortalecer la universalidad y también generar formatos innovadores, como los relatos transmedia. Más recientemente Anna Azurmendi (2018: 931) reafirma esta propuesta al apoyar la postura del Tribunal de Justicia y la Comisión Europea para el servicio público audiovisual digital señalando que los servicios multiplataforma desarrollados por los medios públicos deben servir «a las

necesidades sociales, culturales y democráticas de una sociedad. Deben aportar un valor añadido de servicio público».

Las señales públicas europeas han incursionado en la última década en la generación de contenidos a través de nuevos soportes digitales, interactivos, *crossmedia* y *transmedia* en el desafío de captar audiencias. Ejecutivos de la televisión como Rosa Cullell (2010) han señalado la dificultad de este proceso de adaptación, como se ha constatado en el estudio de Medina y Teresa Ojer (2011) respecto de RTVE y BBC. Azurmendi (2018: 938) analizó el uso de narrativas *transmedia* por parte de la televisión de servicio público en Francia, España, Alemania y Reino Unido, como una forma de apelar a los jóvenes televidentes. La autora reconoce el esfuerzo creativo de las televisiones públicas y estima que los programas *transmedia* tanto en el género informativo, como en la entretención «son experimentos de innovación narrativa en el entorno mediático» y cumplirían con la noción de servicio público.

Respecto de audiencias infantiles, los estudios de Vázquez-Barrio (2009) y Sánchez-Labela (2016) analizaron la calidad de los contenidos, la primera de los programas infantiles y la segunda de los contenidos en las plataformas digitales españolas dirigidas a niños, considerando la participación como un desafío. Lafaurie (2011: 155) siguiendo a Jensen, puntualiza que la interactividad más que un tema técnico es más bien un *continuum*, un grado mayor o menor en el que las audiencias pueden incidir en el contenido. Dhoest y te Walvaart (2019) analizan el ejemplo de la marca multiplataforma flamenca Ketnet, y plantean, de manera similar a lo señalado por Lafaurie (2011), tres formas de participación de las audiencias: la interacción, que sería la posibilidad de seleccionar y compartir contenidos, la co-creación que permite aportar a la generación de contenidos y la participación como tal, en la que las audiencias pueden participar en la toma de decisiones en la producción de contenidos. Los autores concluyen que en Ketnet, pese a ser definida como una experiencia 360, predomina la interacción y la co-creación y casi no se observa la participación en su forma máxima.

2. La diversidad como una dimensión de la calidad en los medios públicos hoy

Pujadas (2011) plantea que la diversidad y calidad a menudo se utilizan como sinónimos. La investigadora considera que la diversidad estaría representada no solo por un amplio número de programas en una grilla programática, sino que deben existir géneros, formatos y técnicas variados, así como deben presentar distintas visiones y temas. Para Fuenzalida (2016) la calidad significaría una nueva representación de los niños en pantalla considerando que son audiencias activas, que requieren interactividad, que hacen uso de múltiples plataformas, que son curiosos y deben poder reconocerse en las historias y personajes. La noción de «niño audiencia» es profundizada por el autor, señalando que se trata de personajes activos y competentes:

«La concepción de un niño audiencia competente ante la emisión televisiva fue permeando los programas infantiles. El análisis semiótico de la representación infantil en la realización televisiva muestra cambios tanto acerca del niño-audiencia en el hogar como al interior del texto. La representación del niño dentro de los programas televisivos ha introducido personajes competentes y activos; la evolución desde el formato modular de breves sketches (Plaza Sésamo) hacia el formato de historia ha permitido que el niño se transforme en el protagonista de la ficción narrada» (Fuenzalida, 2016: 230).

Hace más de una década Maya Götz *et al.* (2008) realizaron un estudio global en el que se preguntaron acerca de lo que caracteriza la programación y cómo son los principales personajes. Los investigadores concluyeron que existe una subrepresentación de las niñas y que a menudo son caracterizadas como menos intrépidas, menos líderes y que también se asocian a estereotipos de belleza y de comportamiento más bien tradicionales. En 2017, otro grupo de investigadores, también liderados por Götz (2018) realizaron un segundo estudio para ver cómo evolucionaba la situación, con desalentadores resultados. La dimensión del género ha sido estudiada también en otros países, constatando similares diferencias en el tratamiento de personajes femeninos y masculinos, correspondientes a las distintas visiones culturales. Los estudios de Cabello y Ortega (2007) que analizaron las relaciones de género en dibujos animados de la televisión chilena; el de Reig y Mancinas (2010) que investigó sobre el género en animaciones norteamericanas y japonesas en la televisión española, y más recientemente el de Frontera-Sánchez, *et al.* (2019) sobre los dibujos animados históricamente más vistos en España, concuerdan con Götz *et al.* (2018) respecto del tratamiento del género en los contenidos infantiles.

3. Método

El primer objetivo de la investigación fue describir la oferta de contenidos de la plataforma Novasur en función de su misión de servicio público, para lo cual se utilizó la técnica de análisis de contenido de variables cuantitativas, que fue realizado sobre la Base de Datos de Programas proporcionada por el CNTV en julio de 2017. Para lograr el segundo objetivo de estudiar las producciones audiovisuales de Novasur desde los estándares de calidad y el enfoque de derechos de la infancia, se realizó un análisis de contenido cualitativo. El método escogido fue el Modelo de análisis crítico de contenidos audiovisuales infantiles, MACCAI, desarrollado por Yamile Sandoval (2016) que está sustentado en las premisas de calidad planteadas por Fuenzalida (2008, 2011, 2015). El autor profundizó, en 2016, estos criterios de calidad basados en la diversidad de la representación infantil (como protagonistas, audiencias activas, sujetos competentes). Para la selección muestral del análisis se seleccionó una muestra de 2264 programas. Respecto de la diversidad de los personajes protagónicos, la medición se realizó únicamente sobre los programas relacionados (producción propia y coproducciones) dirigidos a los niños hasta 12 años (456 en total).

La selección muestral para el análisis cualitativo se realizó considerando los criterios de: accesibilidad a los contenidos y que estuvieran disponibles en la plataforma, la variedad (de su financiación y técnicas audiovisuales), el público objetivo de los programas (general, juvenil, infantil hasta 6 años y entre 7 y 12 años) y la actualidad, seleccionando contenidos adquiridos entre 2016 y 2017, año en que se termina la marca Novasur y se pasa a CNTV Infantil. Si bien se analizaron cualitativamente 24 series, en este artículo se ejemplifica el estudio cualitativo realizado con uno de los contenidos más premiados de la oferta de la plataforma Novasur, el programa *Pichintún*.

El instrumento de análisis de variables cuantitativas consideró la procedencia de los contenidos, el modo de adquisición –se llamó «relacionada con Novasur» si se trata de programas propios, coproducciones nacionales (realizadas desde la capital) y coproducciones regionales–. Y se denominó «programación externa» a los contenidos obtenidos a través de la compra, donaciones o por medio del Fondo de Fomento del CNTV. Respecto del formato, se cuantificaron los programas de ficción y de no ficción y si corresponden a programas de animación o de acción real. Entre los que se consideró su edad, género, pertenencia a pueblos originarios, discapacidad y condición de migrantes. En la Tabla 1 se describe el instrumento de análisis con las variables y categorías utilizadas.

Tabla 1. Instrumento de análisis de contenido variables cuantitativas

Variable	Categorías		
País	Argentina Brasil Canadá Colombia	Corea Chile España Estados Unidos	México Perú Uruguay Venezuela
Público	- Infantil (niños menores de 6 años) - Niños (entre los 7 y 12 años) - Jóvenes (entre los 13 y los 18 años) - -General (mayores de 18 años o público familiar).		
Procedencia	- Nacionales - Extranjeros		
Adquisición	- Producción propia - Coproducción nacional - Coproducción regional		- Donación - Compra - Fondo CNTV
Tipo de contenido	- Relacionada (propia y coproducciones)		- Externa (Fondo CNTV, Donación compra)
Personajes protagónicos	- Personajes protagónicos: Sí o no - Tipo de personajes protagónicos: humanos, animales, robots o no aplica. - Edad personajes protagónicos: adultos, niños, familias o jóvenes. - Presencia personajes migrantes: Sí o no.		- Género protagonista: femenino: masculino, mixtos. - Presencia pueblos originarios: Sí o no. - Presencia personajes con discapacidad: Sí o no.
Género audiovisual	- Ficción - No ficción		
Técnica audiovisual	- Animación - Acción real		

Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la Tabla 2, el análisis cualitativo realizado con el método MACCAI que consta de cuatro módulos: el análisis objetivo incluye el nombre del programa y del capítulo, público destinatario, duración, finalidad, tema, sinopsis, descripción de personajes y estructura dramática. El análisis morfológico describe el escenario en el que transcurre la acción, el género y la técnica audiovisual. El tercer módulo es el análisis crítico que describe el tipo de programa, los esquemas narrativos descritos por Fuenzalida (2016): como niño competente-adulto torpe, lucha del débil contra el fuerte. También se incluye la representación ficcional: niños representando niños, niños en mundos fantásticos, adultos como conductores del programa, etc. Finalmente, los criterios de calidad permiten al investigador describir la contribución del programa: si entrega mensajes positivos, resolución de conflictos, imagen positiva de la infancia, adecuado tratamiento según la edad, dar a conocer otras culturas, fomento de valores como la identidad, el respeto, sana convivencia, hábitos saludables, tolerancia, mediación y diálogo, uso de la creatividad (Sandoval, 2016).

4. Resultados

La plataforma cuenta con una videoteca de más de 2000 contenidos, para ver y descargar en el territorio nacional, programación *streaming* y materiales educativos. También dispone de buscadores semánticos para acceder por una palabra o conceptos; según videos, series y otro que permite encontrar los audiovisuales por temática, asignatura, nivel y curso. En la interfaz es posible acceder a los materiales complementarios que lo acompañan como la guía pedagógica o algunas de las cartillas de educación en medios audiovisuales. Si se está en territorio nacional es posible ver y, en algunos casos, descargar los audiovisuales. En el apartado TV para todos se incluyen los programas inclusivos, doblados a lengua de signos. No existe una sección más interactiva con comentarios de parte de los usuarios u otras formas de participación.

4.1. Diversidad de programas

A partir del análisis de contenido de variables cuantitativas fue posible constatar que, respecto de su procedencia, tipo de adquisición, género y técnica audiovisuales, los programas en la plataforma Novasur son variados. Tal como se resume en la Tabla 3, la plataforma cuenta principalmente con producción nacional (86% de los contenidos correspondientes a 1947 programas son chilenos). De ellos, 914 (equivalentes al 46,9%) están de alguna manera vinculados con el Programa. De los contenidos externos, los programas financiados por Fondo de Fomento a la Calidad de CNTV constituyen la mayor fuente de contenidos de Novasur (44,1%). Este mecanismo financia los programas que se emiten por la televisión abierta en el país: el 40,1% de los contenidos infantiles que transmitidos por TV generalista

Tabla 2. Instrumento análisis de contenidos cualitativo MACCAI

Análisis objetivo	Nombre del Programa Nombre de Capítulo Público objetivo Duración Finalidad	Tema Sinopsis Personajes Estructura dramática
Análisis morfológico	Escenario donde se desarrolla la historia Género Técnica Subgénero	
Análisis crítico	Tipo de programa educativo/formativo	
	Desarrollo Psicosocial. Desarrollo cognitivo Estímulo a la imaginación y a la creación Convivencia, valores, resolución pacífica de conflictos Cuidado del Medioambiente, conservación de los recursos naturales Competencias Básicas (matemáticas, ciencias naturales, lenguaje) Hábitos de vida saludable Mitos y leyendas Exploración de entorno desde una perspectiva turística y cultural, formas de vida desde una perspectiva cultural, diversidad, inclusión Temas de actualidad e interés para los niños	Promoción de la lectura y/o escritura Juegos y deportes tradicionales/culturales/ancestrales Derechos de los Niños Acontecimientos históricos Reconocimiento de las personas con necesidades especiales y fortalecimiento de la autoestima Destaca talentos de niños y jóvenes, expresiones artísticas Formación musical Formación ciudadana Vida cotidiana de los niños (entornos naturales, familia, barrios, escuela) Habilidades culinarias
	Esquemas narrativos lúdico-simbólicos	
	Niño hábil-adulto torpe Lucha del débil contra el fuerte	
	Representación Ficcional	
	Personajes fantásticos Niños representando niños Niños en mundos fantásticos Adulto conduce el programa y orienta a los niños Proyección de cualidades en adolescentes que conducen el programa Adultos representando personajes fantásticos Adultos representando niños Otro, describa	
Criterios de calidad	Brinda una atmósfera en la que los niños participantes se sienten seguros y protegidos Se promueve la autonomía de los niños brindando opciones para que ellos mismos resuelvan los conflictos o situaciones, a través de las actuaciones de los personajes. La historia aporta un mensaje positivo. Los personajes centrales resuelven un conflicto mediante sus propias experiencias El final del programa entrega un mensaje adecuado al conflicto presentado. Los temas que se exponen son tratados de una manera adecuada para la edad del público objetivo El programa invita a que niños sigan hábitos saludables físicos o psicológicos Los contenidos proponen al niño el respeto hacia el otro Fomenta y facilita la convivencia a través de las acciones de sus personajes Estimula la tolerancia Se concentra especialmente en situaciones que promueven la no discriminación racial Promueve la cultura de la mediación y el diálogo para la resolución de conflictos Educa en el análisis crítico Representa situaciones cotidianas y personajes con los que sentirse identificados Al exponer situaciones de otras culturas y contextos, ayuda a la conciencia social y cultural Estimula el desarrollo creativo mediante actividades artísticas del que el niño es protagonista Cierra adecuadamente las historias o contenidos, considerando la edad.	

Fuente: Elaboración propia con datos de Sandoval (2016).

DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.2>

en 2018 fueron programas del Fondo (CNTV, 2019a: 5). Si bien en 2019 otorgaron 3154 millones de pesos, equivalentes a 4 millones de dólares, hay que considerar que se trata del monto más bajo asignado desde 2010. Para 2020 se ha presupuestado entregar el monto más alto en la historia del Fondo CNTV, asignando más de 4.500 millones de pesos.

La mayor parte de los contenidos nacionales están dirigidos a los niños de hasta 12 años (42,6%). Los programas están orientados a subgrupos etarios: hasta 6 años (344 capítulos) y entre 7 y 12 años (620 episodios). La plataforma cuenta con contenidos para público general (758 vídeos) y en menor medida para jóvenes de entre 13 y 17 años (225 audiovisuales).

En relación con los géneros y técnicas, los programas nacionales son principalmente de no ficción 46,7% (1057 capítulos) y el 39,3% corresponden a ficciones (890 programas, de los cuales 617 son animaciones). Respecto de los programas del Fondo CNTV, 400 programas son contenidos de ficción, 328 de ellos animaciones y 72 de acción real. Los programas de no ficción, en su mayoría dedicados al público general, equivalen a 458 capítulos.

Tabla 3. Cuadro Resumen Programas Nacionales Plataforma Digital Novasur, en número y porcentaje (Base 2264 programas)

Programas Nacionales		Número	Porcentaje
		1947	86%
Tipo de adquisición	Relacionada	914	40,4%
	Fondo CNTV	858	37,9%
Público	Niños 0 - 12 años	964	42,6%
Género y técnica audiovisual	No ficción	1057	46,7%
	Acción real	1033	45,6%
	Ficción	890	39,3%
	Animación	646	28,5%

Fuente: Elaboración propia.

4.2. Los niños como protagonistas

El análisis sobre los protagonistas de los programas vinculados con Novasur indica que 395 programas cuentan con al menos un personaje protagónico. Como se puede apreciar en la Tabla 4, ellos son principalmente humanos (78,9%), aunque además existen otras caracterizaciones como animales (11%). Los personajes fan-

tásticos –como robots y extraterrestres– corresponden al 2,5% de los contenidos. Otros programas mezclan tipos de personajes como humanos con animales o personajes de fantasía (7,3% de los capítulos). En términos etarios, los niños son los principales protagonistas (en 48,6% de los programas) más que los adultos (57 programas correspondientes a 14,4%). Las familias protagonizan 35 programas, equivalentes a 8,8%.

Respecto del género, la mayoría de los programas –225 capítulos correspondientes al 57%– tiene protagonistas de ambos géneros, femenino y masculino. En otros programas se incluyen episodios que son protagonizados por un niño y otras veces por una niña, como el caso de la serie *Cuéntame un cuento*. En otros programas el personaje principal cuenta con un compañero o compañera del otro sexo, como es el caso de *Lyn y Babas*. Pese a este esfuerzo, entre los programas que no son mixtos existe una mayor cantidad de protagonistas masculinos (135 episodios) sobre roles exclusivamente femeninos (35 programas que equivalen solo al 8,9%). Cabe señalar que la mayoría de las mujeres protagonistas son niñas (25 programas), así como la mayoría de los personajes masculinos no tienen una edad reconocible (52 capítulos), o bien, son adultos (42 episodios).

La pertenencia a pueblos originarios es uno de los aspectos más relevantes en términos de visibilidad, ya que varios episodios de la destacada serie *Pichintún* y otros programas, como la coproducción *Suni Cautín, la niña de mis ojos*, han obtenido reconocimientos en festivales por aporte a la diversidad. Esta oferta no es tan numerosa como podría suponerse, ya que solo 23 programas –correspondientes a 5,8%– tienen a niños de pueblos originarios entre sus protagonistas. La gran mayoría de ellos pertenece al pueblo mapuche (10 programas), si bien también hay presencia de niños aymara, quechua, rapanui y diaguíta.

Los protagonistas con discapacidad aparecen en 20 programas (5,1%). Entre ellos destaca Manuel, que tiene síndrome de *down* y que junto con sus hermanos Pascual y Jacinta protagonizan la serie animada *En la Punta de la Lengua*. Otros personajes con dificultades motoras y auditivas protagonizan algunos capítulos de las series de acción real *Investigamigos* y *Reporteros 3.0*.

Desde 2015, la inmigración es un fenómeno que ha adquirido una alta visibilidad en el país. En el caso de Novasur, solo 11 capítulos (2,8% de los programas analizados) tienen protagonistas migrantes. Entre estos contenidos, destaca la premiada serie *Un Mundo de Amigos*, realizada en coproducción con el Consejo de la Cultura (hoy Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio). En cada capítulo el programa cuenta la amistad de un par de niños, uno chileno y otro migrante, en el que comentan las cosas que les unen, los gustos que comparten, los temas que los diferencian.

Si bien la presencia de programas con protagonistas diversos es positiva, ello no es garantía de que los niños estén siendo vistos como sujetos de Derechos, ya

Tabla 4. Cuadro resumen personajes protagónicos series Novasur producción propia, coproducción nacional y regional, dirigidos a niños hasta 12 años (Base 395)

	Protagonistas	Número	Porcentaje
Tipo de personaje	Humanos	312	78,9%
	Animales	44	11,1%
	Personajes fantásticos	10	2,5%
	Varios tipos	29	7,3%
Edad	Niños	192	48,6%
	Adultos	57	14,4%
	Familias	35	8,8%
	Jóvenes	26	6%
	Varias edades	33	8,4%
	Edad no definida	52	13,2%
Género	Hombres	135	34%
	Mujeres	35	8,9%
	Mixtos (hombres y mujeres)	225	57%
Discapacidad	Sí	20	5,1%
Pueblos originarios	Sí	23	5,8%
Mapuche	Sí	10	2,5%
Migrantes	Sí	11	2,8%

Fuente: Elaboración propia.

que existen muchas formas de representar a las infancias en la pantalla. Desde la óptica de calidad que propone Fuenzalida (2016), es posible constatar que en general los programas ofrecen una imagen activa de sus jóvenes protagonistas, tanto en los materiales dirigidos a los más pequeños (menos de 6 años) y de entre 7 y 12 años, de género de ficción como de no ficción y con las técnicas más diversas (animaciones, acción real, formatos mixtos).

4.3. Análisis cualitativo

La serie animada *Pichintún*, uno programas premiados de Novasur sirve para ilustrar el análisis cualitativo, según los tres ejes, análisis objetivo, análisis morfológico y análisis crítico y criterios de calidad.

Desde el análisis objetivo, se analizó el programa *Pichintún*, específicamente el capítulo Florencia, una niña rapanui. Su público destinatario son niños menores de 6 años. Se trata de un programa breve de 7 minutos y 50 segundos de duración. Su finalidad es educativa, en tanto el programa se vincula con bases curriculares vigentes de educación parvularia. Respecto del tema, en cada capítulo se presenta a un niño o niña que relata en primera persona dónde y cómo vive. En los 6 capítulos de su primera temporada los protagonistas son niños de los pueblos originarios chilenos: Natalia de etnia mapuche, Joel huilliche, Kristel e Isaac aymaras, Florencia y Mana rapanui. La segunda temporada cuenta con 10 episodios, incorporando no solo a niños de otros pueblos originarios, sino también a niños que residen en el extremo norte y sur del país, que presentan alguna discapacidad o que son migrantes.

Sinopsis: el programa muestra a Florencia Araki, una pequeña de 9 años que vive en Isla de Pascua. Ella presenta a su papá, la casa en la que vive y sus actividades familiares cotidianas. También comenta cuál es su vestimenta típica y sus actividades favoritas: andar a caballo y bucear. Los personajes principales son Florencia, una niña de 9 años, que pertenece al pueblo rapanui que habita en la Isla de Pascua. Es alegre y parlanchina a la que le gusta cantar, andar a caballo y bucear. A partir de su relato (contado con su propia voz) conocemos a su familia, quehaceres y actividades favoritas. Para efectos de la animación es caracterizada con su vestimenta típica (falda y tocado de plumas, collares de conchitas, pies descalzos) y pelo y ojos oscuros. Si bien en *Pichintún* solo los niños protagonistas tienen voz, en cada capítulo aparece un adulto significativo, que en este caso es el papá de Florencia. A él lo vemos cultivando y acompañando a Florencia a la fiesta *Tapati*.

La estructura dramática presenta un relato tipo documental, sin un marcado punto de clímax dramático. El programa comienza con la canción y luego un mapa nos sitúa en Rapa Nui (Isla de Pascua) en donde se muestra a Florencia que vive en una parcela y sus actividades diarias. Cuando culmina el vídeo, conocemos a la verdadera protagonista en su imagen real, cantando en su lengua materna. El único elemento que no parece adecuado al rango de edad es el subtítulo final, ya que muchos niños menores de 6 años no han aprendido a leer todavía y pueden desconocer que la niña presentada en vídeo es la verdadera protagonista del programa.

El análisis morfológico considera como primer punto el escenario: la acción ocurre en exteriores en Rapa Nui, en el terreno de la casa de Florencia y en espacios característicos de la isla, como la playa de *Anakena*, los *ahu* donde se encuentran los *moais* y el volcán *Rano Raraku*. El género audiovisual de *Pichintún* es una docuanimación, que parte como una serie de no ficción con un trabajo de seguimiento de un niño o niña, de su entorno, familia, actividades favoritas, juegos, y sueños. Posteriormente es ficcionado convirtiendo a los protagonistas en dibujos animados. Respecto de la técnica audiovisual, la animación de los personajes contribuye a que sean reconocibles y generen identificación en su público objetivo (hasta 6 años).

El análisis crítico considera el tipo de programa. En este sentido, el tratamiento documental da voz y realza el protagonismo del niño «competente», en el sentido que propone Fuenzalida (2016). Ello se refleja en el uso de los nombres, las voces originales y en la aparición de una foto o vídeo del niño real al final de cada episodio. La música compuesta por el cantautor Nano Stern es otro aspecto atractivo. Respecto de la representación ficcional, se trata de una versión ficcionada y animada de un niño real, en este episodio Florencia y de una etnia específica, en este capítulo rapanui, con su vestimenta típica y en su entorno local. Considerando los esquemas narrativos se puede señalar que no existe un gran nudo narrativo que resolver, si bien en cada capítulo se muestra una situación especial, importante en términos culturales e identitarios de los niños. El relato es apropiado a la edad, ya que los temas son tratados con claridad y con humor. Respecto de los criterios de calidad, cabe destacar que existe una finalidad educativa en un sentido amplio, primero, en dar a conocer cómo viven los niños de distintos pueblos originarios y de contextos culturales diversos (en especial al considerar la segunda temporada). También para reforzar valores como la empatía, la autoconfianza, la autoimagen positiva de grupos que habitualmente son poco visibles como son las infancias indígenas, rurales y migrantes. Todo ello se hace desde una perspectiva infantil y que valora el protagonismo de los niños en sus propias historias. El programa ha recibido varios reconocimientos en festivales audiovisuales nacionales como Festival Ojo de Pescado, Chilemonos, Fan Chile y nominaciones en Festivales Internacionales como *Prix Jeunesse Iberoamericano*, *Prix Jeunesse Internacional* y *Japan Prize*.

5. Discusión y conclusiones

Novasur es la única oferta de contenidos –televisivos y digitales– emanados desde el sector público chileno que están exclusivamente dirigidos a las audiencias infantiles con una plataforma exclusiva. Tal como lo han sostenido autores como Fuenzalida (2008) y ha documentado desde 1993 la Encuesta Nacional de Televisión de CNTV (2018), ello responde a los cambios en los hábitos y consumos de este público a lo largo del tiempo.

Existe variedad respecto de la procedencia de los contenidos. Si bien la programación en la que Novasur tiene rol de productor y coproductor es la más numerosa, resulta fundamental el aporte de los contenidos procedentes del Fondo de Fomento a la Calidad del CNTV. Aun cuando los contenidos del Fondo CNTV no son exclusivos y están en otros sitios como *Plataforma Audiovisual*, desde el sitio de Novasur es posible acceder al contenido a través de los buscadores temáticos, por subgrupos etarios, temática e incluso por asignatura si los programas se asimilan a un nivel y curso determinados. Asimismo, es posible ver todos los materiales complementarios (curriculares y educacionales) en la misma interfaz. Los contenidos subsidiados por el Fondo no solo constituyen la mayor cantidad de contenidos de

producción externa de la plataforma Novasur, sino también son la principal fuente de los escasos contenidos infantiles presentes en la televisión abierta.

La disminución del financiamiento del CNTV tiene un gran impacto sobre Novasur como Programa presupuestario y afecta al Fondo CNTV. Si bien está anunciada un alza histórica para el Fondo este año, debe garantizarse la estabilidad de este financiamiento para mantener la calidad de productos audiovisuales que hoy son reconocidos por *Prix Jeunesse* y los premios *EMMY*. En este sentido, la coproducción internacional llevada adelante por Novasur en colaboración con canales y productoras de Latinoamérica, aparece como una oportunidad para potenciar el uso de recursos públicos, siempre escasos y surge como posibilidad de posicionar contenidos latinoamericanos en diversas señales del continente. En este sentido, es una buena señal la ampliación de la categoría de coproducciones internacionales del Fondo CNTV 2019 a todo tipo de programas.

Respecto de la diversidad como una dimensión de la calidad, en el sentido de lo planteado por Pujadas (2011) y por Fuenzalida (2016), aunque se aprecia un esfuerzo por dotar a la pantalla con protagonistas variados, que representen a las infancias chilenas en su complejidad, numéricamente hay categorías que todavía tienen una presencia incipiente, como los programas que consideran a niños con discapacidad, sin descuidar dimensiones como el género, según las recomendaciones de Götz, *et al.* (2018). La representación del niño dentro del texto audiovisual es interesante, en especial en los programas en que ellos relatan sus historias y son competentes, autónomos y diversos, como ejemplifica magistralmente la serie *Pichintún*.

Novasur como plataforma ofrece mayormente a sus usuarios lo que Dhoest y te Walvaart (2019) consideran como interacción, por lo que acceder a un mayor grado de implicación de sus audiencias, como adelantaban Rydin y Sjöberg (2010) y como proponen Scolari, Masanet y Lugo (2019) sería un gran logro. Los desafíos futuros estarían en convertir las plataformas en una fuente de sostenibilidad para este modelo particular de oferta de contenidos públicos, considerando los siguientes aspectos: 1) En cuanto a la oferta, construir una imagen aún más plural, que incorpore y permita que infancias hasta ahora ausentes de la multipantalla chilena, entre ellas, las sexualmente diversas puedan verse reflejadas. 2) Como señala Azurmendi (2018), al tratarse de una señal pública se debe tender a la innovación en el desarrollo de formatos como contenidos de altísima calidad o nuevos formatos transmedia o *crossmedia*. Como ejemplo, cabría estudiar más adelante cómo el éxito de algunos programas –como *Petit* y *Puerto Papel*, ambos realizados con señales públicas y entidades coproductoras de varios países y financiadas con recursos del Fondo CNTV– permiten potenciar los recursos más allá de las televisiones nacionales y desarrollar contenidos con identidad latinoamericana acordes con los actuales consumos mediales infantiles.

Aunque se trata de un trabajo centrado en la televisión infantil de Chile, algo que podría entenderse como una limitación del estudio, la democratización de Internet hace que la recepción de los productos televisivos sea internacional y, por tanto, estos programas infantiles sobrepasen las fronteras del país. No obstante, sería interesante para investigaciones futuras establecer comparativas que enriquezcan los resultados hallados.

Referencias

Amador-Baquiro, Juan Carlos (2012). Condición infantil contemporánea: hacia una epistemología de las infancias. En: *Pedagogía y saberes*, n°37. Colombia: Universidad Pedagógica Nacional, 73-87. doi: <https://doi.org/10.17227/01212494.37pys73.87>

Azurmendi, Anna (2018). Reconectar con la audiencia joven. Narrativa transmedia para la transformación de la televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y Reino Unido. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, n°73. La Laguna, España: Universidad de La Laguna, 927-944. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1289>

Buckingham, David (2000). *Creecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid: Morata.

Cabello, Patricio y Ortega, Camila (2007). Las relaciones de género en los dibujos animados de la TV chilena. En: *Cuadernos.info*, vol.II, n°21. Santiago de Chile: Facultad de Comunicaciones Universidad Católica de Chile, 34-47.

Consejo Nacional de Televisión (2017). *IX Encuesta Nacional de Televisión*. Consultado el 25 de junio de 2020 en <http://bit.ly/2PbftY0>

Consejo Nacional de Televisión (2019a). *Anuario Estadístico: Oferta y Consumo de Televisión 2018*. Consultado el 25 de junio de 2020 en <http://bit.ly/2PAsLDo>

Consejo Nacional de Televisión (2019b). *El consumo audiovisual de los niños vistos por sus padres*. Consultado el 25 de junio de 2020 en <http://bit.ly/349YUa8>

Consejo Nacional de Televisión (2019c). *Fondo CNTV 2018. Oferta y Consumo*. Consultado el 25 de junio de 2020 en <http://bit.ly/34IacIv>

Crescenzi-Lanna, Lucrezia; Valente, Riccardo y Suárez-Gómez, Rafael (2019). Safe and inclusive educational apps: Digital protection from an ethical and critical perspective. [Aplicaciones educativas seguras e inclusivas: La protección digital desde una perspectiva ética y crítica]. En: *Comunicar*, n°61. Huelva: Grupo Comunicar, 93-102. doi: <https://doi.org/10.3916/C61-2019-08>

Cullell, Rosa (2010). La televisión pública frente al desafío ¿Mantener la calidad o la audiencia? En: *Telos*, n°84.. Madrid: Fundación Telefónica, 102-104.

Debrett, Mary (2009) Riding the wave: public service television in the multi-platform era. En: *Media, Culture & Society*, vol.5, n°31. Reino Unido: Sage Publications, 807-827. doi: <https://doi.org/101177/0163443709339466>

Dhoest, Alexander y te Walvaart, Marleen (2018). Convergence and Participation in Children's Television. The case of Flemish Public Television. En: Ferrel-Lowe, Gregory; van den Bulck; Hilde y Donders, Karen (Eds.), *Public Service Media in the Networked Society*. University of Gothenburg: Nordicom.

Enli, Sara Gunn (2008). Redefining Public Service Broadcasting: Multi-Platform Participation. En: *Convergence*, vol.1, n°14. Londres: Sage Journals, 105-120. doi: <https://doi.org/10.1177/1354856507084422>

Frontera-Sánchez, María-Rosa; Sánchez-Jiménez, Álvaro; Poveda-Mora, Pablo-Gualberto; Vayas-Ruiz, Eliza-Carolina y Ortega-Mohedano, Félix (2019). Género y descripción de los personajes en los dibujos infantiles emitidos en España. En: *RISTI, Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, (E20). Portugal: AISTI. Associação Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação.

Fuenzalida, Valerio (2008). Cambios en la relación de los niños con la televisión. [Changes in the relationship between Children and TV]. En: *Comunicar*, n°30. Huelva: Grupo Comunicar, 49-54. doi: <https://doi.org/10.3916/c30-2008-01-007>

Fuenzalida, Valerio (2011). Resignificar la educación televisiva: Desde la escuela a la vida cotidiana. [A New Meaning of Educational Television: from School to Audience's Everyday Life]. En: *Comunicar*, n°36. Huelva: Grupo Comunicar, 15-24. doi: <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-01>

Fuenzalida, Valerio (2015). Formatos Televisión Pública y Cambio Digital. Tecnología TV – Audiencias - Formatos. En: *MATRIZES*, vol.9, n°1. Sao Paulo: USP. 103-126. doi: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v9i1p103-126>

Fuenzalida, Valerio (2016). *La nueva televisión infantil*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

Gallardo-Camacho, Jorge; Lavín, Eva y Sierra-Sánchez, Javier (2019). Los programas infantiles de televisión y su consumo en diferido en España. *Icono 14*, vol.1, n°1. Madrid: Asociación Científica Icono 14, 155-178.

Götz, Maya; Hofmann, Ole; Brosius, Hans –Bernard; Carter, Cindy; Chan, Kara y Donald, Stephanie H., et al. (2008). Gender in children's television worldwide. Results from a media analysis in 24 countries. En: *TelevIZion*, n°21. E. Prix Jeunesse Foundation.

Götz, Maya; Hoffmann, Ole; Mendel, Caroline; Lemish, Dafna; Scherr, Sebastian; Gozansky, Yuval; et al. (2018). Whose story is being told? Results of an analysis of children's TV in 8 countries. En: *TelevIZion*, n°31. Prix Jeunesse Foundation, 61-65.

Jenkins, Henry; Ford, Sam y Green, Joshua (2013). *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.

Lafaurie, Andrea (2011). Interactividad en contenidos multiplataforma (TDT e internet) dirigidos a audiencias infantiles: un análisis a partir de casos de TVE y TVC. En: *Comunicació*, vol. 2, n°28. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 149-170. doi: <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.89>

Livingstone, Sonia. (2020). *Realizing children's rights in relation to the digital environment*. *European Review*. Cambridge: Cambridge University Press.

Livingstone, Sonia; Stoilova, Mariya y Nandagiri, Rishita (2019). *Children's data and privacy online. Growing up in a digital age. An evidence review*. Londres: London School of Economics.

Martínez, Víctor (2004). El proyecto Novasur y su modelo operativo. En: Martínez, Víctor y Souza, María Dolores, (Eds.), *Televisión y educación en tiempos de globalización y convergencia tecnológica*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de Televisión.

Medina, Mercedes y Ojer, Teresa (2011). La transformación de las televisiones públicas en servicios digitales en la BBC y RTVE. *Comunicar*, n°36. Huelva: Grupo Comunicar, 87-94. doi: <https://doi.org/10.3916/C36-2011-02-09>

Montt, Blanca y Villarrubia, Andrea (2005). Novasur, Televisión Educativa de Chile. En: *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, vol.1-2, n°8. Madrid: Asociación Iberoamericana de Educación Superior a Distancia, 209-232. doi: <https://doi.org/10.5944/ried.1.8.1064>

Orozco, Guillermo; Navarro, Eva y García-Matilla, Agustín (2012). Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: La interlocución de las audiencias [Educational challenges in times of mass self-communication: A dialogue among audiences]. En: *Comunicar*, n°38. Huelva: Grupo Comunicar 67-74. doi: <https://doi.org/10.3916/c38-2011-02-07>

Paéz-Treviño, Alejandra (2016). Distribución online. Televisiones convergentes, intereses divergentes. En: Marino, Santiago (coord.), *El audiovisual ampliado*. Buenos Aires: Ediciones Universidad del Salvador.

Pereira, Sara; Fillol, Joana y Moura, Pedro (2019). El aprendizaje de los jóvenes con los medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal [Young people learning from digital media outside of school: The informal meets the formal]. En: *Comunicar*, n°58. Huelva: Grupo Comunicar, 41-50. doi: <https://doi.org/10.3916/C58-2019-04>

Potter, Anna y Steemers, Jeanette (2017). Children's television in transition: policies, platforms and production. En: *Media International Australia*, vol.163, n°1. Londres: Sage Publications, 6-12. doi: <https://doi.org/10.1177/1329878X17693936>

Pujadas, Eva (2011). *La televisión de calidad. Contenidos y debates*. Valencia: Universitat de València.

Reig, Ramón y Mancinas, Rosalba (2010). Dibujos animados: estereotipos de género. En: *Chasqui*, n°111. Quito: CIESPAL, 79-83.

Rydin, Ingegerd y Sjöberg, Ulrika (2010). From viewing to participatory cultures. En Carlsson, U., (Ed.), *Children and youth in the digital media culture*. Göteborg: International Clearinghouse on Children, Youth and Media; NORDICOM e University of Gothenburg.

Sánchez-Labela, Inmaculada (2016). La calidad de los dibujos animados en internet. Clan RTVE, Neox Kidz y Boing: Plataformas de entretenimiento para el público infantil. En: *Index Comunicación*, vol.2, n°6. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos I, Departamento de Comunicación, 173-190.

Sandoval, Yamile (2016). *Televisión infantil en Colombia. Caracterización desde los canales públicos, la audiencia y su programación*. Tesis doctoral. Huelva, Universidad de Huelva.

Scolari, Carlos (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Scolari, Carlos; Masanet, María José y Lugo, Nohemí (2019). Educación transmedia. De los contenidos generados por los usuarios a los contenidos generados por los estudiantes. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, n°74. La Laguna: Universidad de La Laguna, 116-132. doi: <https://doi.org/104185/RLCS-2019-1324>

Stemmers, Jeanette (2016). Production studies, transformations in children's television and the global turn. En: *Journal of Children and Media*, vol.1, n°10,. Londres: Taylor & Francis, 123-131. doi: <https://doi.org/10.1080/17482798.2015.1121893>

Vázquez-Barrío, Tamara (2009). Evaluación de la calidad de la programación infantil de las televisiones generalistas españolas. En: *Revista Latina de Comunicación Social*, n°64. La Laguna: Universidad de La Laguna, 844-861. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-866-844-861>

