

[Inicio](#)[¿Quiénes somos?](#)[Sobre nosotros](#)[Premio Vicente Verdú](#)[Idea, diseña, emprende](#)[IR AL MÁSTER](#)

Medios que producen noticias para niños: Info-k (CMMA), Hetklokhuis (NTR) y Časoris

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 21/01/2025

Las noticias son omnipresentes. Los niños perciben lo que sucede en el mundo a través de la televisión, las películas, los juegos y en las redes sociales. Para ellos, la jerarquía entre las diversas fuentes suele ser totalmente difusa. ¿Cómo saben los niños qué información es correcta y qué fuentes son confiables? ¿Cómo distinguen lo que es verdad y mentira? Los más pequeños son vulnerables y pueden ser fácilmente manipulados. El reto es informarles de manera adecuada a su mentalidad, sin desmerecer rigor ni *edulcorar* los contenidos. En este artículo analizamos tres iniciativas que buscan informar a los espectadores y usuarios más jóvenes: *Info-k* en España, *Hetklokhuis* en Países Bajos y *Časoris* en Eslovenia.



Entradas recientes

Las narrativas más innovadoras de 2024 (3)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/23/25

Fuera de los medios tradicionales: periodistas independientes en la era de la suscripción y los boletines (1)

MIGUEL CARVAJAL — 03/11/25

Las narrativas más innovadoras de 2024 (2)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/11/25



***Info-k*, un informativo para niños producido en la CCMA**

Si los niños tienen derecho a la información, a participar de esa información y a opinar sobre el mundo que les rodea, ¿por qué no tienen un informativo propio? Esta idea tan original no lo es en absoluto porque en muchos países ya existe una cultura de informativos infantiles muy enraizada. El *Newsround* de la BBC británica se emite desde 1972 y el *Jeugdjournaal*, de la NOS holandesa, desde 1981. Ambos sirvieron de modelo al *Info-k*. Este informativo comenzó a emitirse en abril 2001 a través del canal K3 de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CMMA). Se trata de un formato único en la televisión española, dirigido

Las narrativas más innovadoras de 2024 (1)

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 03/04/25

Javier Bardají, consejero delegado de Atresmedia: “La regulación es un aliado de la innovación al servicio de las personas, no simplemente al servicio de las cuentas de resultados de las empresas”

JOSE A. GARCÍA AVILÉS — 02/25/25

Cómo el periodismo de proximidad construye comunidad: cinco estrategias innovadoras

MANUEL ARENAS — 02/18/25

¿Conoces el *Local*

al público infantil y juvenil, inspirado en los modelos de la BBC y de la NOS holandesa, que poseen una amplia tradición en informativos infantiles.

La periodista [Laia Servera](#) se incorporó al equipo del *Info-K* como redactora en 2001, cuando empezó a emitirse en el Canal K3, actualmente [el SX3](#). En enero de 2016 se estrenó como presentadora del programa. En la actualidad, Servera es directora de programas infantiles de TV3. El *Info-k* ha recibido numerosos galardones a lo largo de su trayectoria, como el Premio Unicef para la Defensa de los Derechos de los Niños y el Zapping al mejor programa informativo. En 2018, fue finalista de los prestigiosos *Japan Prize* por el especial “Juntos contra el miedo” sobre los atentados de Barcelona y Cambrils. En 2020, durante el confinamiento forzado por el COVID-19, el *Info-K* fue el espacio más visto en la web de TV3.

Cuando hablas con gente que ha visto el *Info-K* desde pequeños y ahora son adultos, se nota, afirma uno de sus profesionales, el periodista Miquel Piris. “Me siento orgulloso de ayudarles a entender un poco el mundo, a formarse como telespectadores y a no creerse todo”, señala Piris. En el *Info-k* se inventaron un personaje que lleva su nombre en una sección, el *Piriscòpic*, con noticias de ciencia que son entretenidas y con humor.

Data Lab?

Es un seminario integrado por profesionales, profesores y alumnos que producen historias locales apoyadas en datos

Descarga gratis el libro *La crisis del informativo televisivo*

Contribuciones a las XIV Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

El informativo contiene tres tipos de noticias: las que pasan en el mundo de los niños, las que pasan en el mundo en general y les afectan, y las que se deben explicar para que las conozcan los más pequeños. “El objetivo no es solo que lo entiendan los niños, sino entenderlo nosotros para que pueda hacerlo todo el mundo. Es un trabajo muy duro, pero creo que todos los periodistas deberían pasar por aquí. Muchas veces contamos algo y pensamos: “Si lo entienden bien, y si no, ya lo he dicho”, sostiene Piris.



Descarga gratis el libro *Pistas y tendencias sobre innovación en periodismo*

Este libro recoge los mejores post publicados en el blog durante los últimos cinco años

Descarga gratis el libro *Mobile first: comunicación multipantalla*

Contribuciones a las XI Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Info-k cuenta con una plantilla integrada por cinco redactores, un realizador, un ayudante de realización, un productor, un montador y una presentadora y editora. La redacción del *Info-k* genera diariamente doce minutos con información de actualidad, de lunes a jueves. Y con frecuencia producen programas especiales de 30 minutos.

Respecto a la duración de las piezas, los periodistas del *Info-K* descubrieron un hecho curioso. Normalmente existe el tópico de que los niños, como tienen una serie de *inputs* constantes y son más ágiles a la hora de consumir productos audiovisuales, quieren piezas cortas y de acción rápida. Seguramente es así en la mayoría de los casos; los redactores vieron que es mejor tomarse un tiempo para hacerlos reflexionar. El hecho diferencial del *Info-k* respecto de otros informativos es que dedican mucho más tiempo a explicar las cosas. Por ejemplo, si se informa que el presidente Donald Trump ha decidido que Jerusalén sea la capital del estado de Israel, no ofrecen solo ese dato puntual. Tratan de que los niños entiendan por qué se ha tomado esa decisión y qué consecuencias implica. Para ello, se remontan incluso a la época bíblica si es necesario, y explican la geografía y el contexto.

Según Laia Servera, directora de programas infantiles, abordan temas similares a los que aparecen en los telenoticias de TV3, teniendo en cuenta los intereses y la capacidad de los niños. Tratan asuntos que les afectan directamente, como la educación, y otros que los niños no acaban de entender porque les falta contexto. Con un planteamiento

Descarga gratis el libro *Cómo innovar en periodismo*

Este libro reúne entrevistas a 27 profesionales que han pasado por el Máster

Descarga gratis el libro *Innovar en periodismo*

Contribuciones a las X Jornadas Internacionales de Innovación en Periodismo de la UMH

Ranking de Innovación Periodística 2014

Descubre este informe que analiza las iniciativas periodísticas más innovadoras en España

pedagógico de la información y de la imagen, a los más pequeños se les puede explicar cualquier cosa. La prioridad es que les sea de utilidad a los niños, a sus padres y a los profesores.

Una sección del *Info-K* invita a los pequeños a que elaboren sus propias noticias y las envíen a la redacción. Además, cada semana, un equipo del programa visita un colegio para explicarles qué es un informativo, cómo se hace, cuál es el funcionamiento de los medios de comunicación, sus fortalezas y debilidades. Esta iniciativa es muy útil para intercambiar información, saber qué les interesa y estar al día de las tendencias en su mundo.

El programa **Hetklokhuis** de NTR (Países Bajos)

En la radiotelevisión pública NTR de los Países Bajos nadie duda de la necesidad de que haya informativos dirigidos al público infantil, al igual que algunos diarios que tienen secciones destinadas a menores, aunque no suelen ofrecer información sino entretenimiento: cuentos, dibujos o crucigramas para que se distraigan mientras los adultos leen el resto del diario. Otros formatos similares en Reino Unido, Canadá, Estados Unidos o Australia les sirvieron de inspiración.

Het Klokhuis on Journalism de la radiotelevisión pública NTR es un programa que enseña a los niños cómo funciona el periodismo, su importancia y les explica cómo pueden separar las noticias fiables de las no fiables y las diferentes fuentes. El caso central de la serie de televisión

Consulta el ***Diccionario del cliché***

Un proyecto de innovación docente desarrollado por profesores y estudiantes del Máster y el Grado en Periodismo de la Universidad Miguel Hernández

¿Quieres conocer a otros *periodistas de datos*?

Este innovador proyecto de profesores del Máster te ofrece una lista de profesionales en España y Latinoamérica

de cuatro capítulos es un incendio en un barrio, que se analiza desde diferentes perspectivas. La NTR quiere darle un seguimiento interactivo con el desarrollo de un juego de rompecabezas interactivo en 3D.



Universidad con Sello de Excelencia Europea

La Universidad Miguel Hernández de Elche consiguió el Sello de Excelencia Europea 500+ en 2004, y posteriormente fue renovada en dos ocasiones consecutivas, la primera en 2007 y la segunda en 2009.

La iniciativa Het Klokhuis on Journalism se ha transformado en un amplio programa educativo que incluye cuatro episodios de televisión, un juego online, un paquete didáctico y un encuentro con periodistas en el que explican a los niños qué hace un periodista, qué son las fake news, qué implica el periodismo y la importancia de una prensa libre. Los episodios

se transmiten en NTR, en las redes sociales y YouTube. Además, los episodios se llevan a menudo a las aulas de la escuela primaria. El objetivo es aumentar la alfabetización mediática de los niños de 8 a 12 años y crear así un espacio para una visión “socialmente crítica”.

[Het Klokhuis profundiza en la historia holandesa](#) con una serie de 50 episodios. Cada episodio contiene testimonios personales y emocionantes aventuras de los protagonistas de la historia del país. Y como anuncian en el programa, “los niños conocerán hechos fascinantes, secretos, acertijos e historias conmovedoras porque nuestra historia está repleta de ellos”. ‘Het Klokhuis hace Historia’ transporta a los más pequeños a los acontecimientos, personas, objetos y lugares más importantes del pasado. ¿Cuál es el gran secreto del famoso pintor Rembrandt? ¿Quiénes eran los patriotas? ¿Cómo escapó Hugo Grocio de la cárcel? ¿Y quién fue Guillermo de Orange? En esta serie de Klokhuis se analizan acontecimientos ocurridos hace miles de años, como los dólmenes del año 500 a. C., así como episodios de la historia más reciente.

Algunos especialistas en alfabetización mediática advierten sobre la inevitable pérdida de una generación entera de espectadores de televisión y lectores de noticias que están desconectándose de los medios de comunicación, en favor de las redes sociales. “Hay toda una generación de padres que no leen periódicos ni ven TV, lo que da lugar a una generación de niños que no solo no leen, sino que no saben lo que es un periódico”, afirma un profesor de la Universidad de Ámsterdam.

Časoris: reimaginar las noticias para los lectores más jóvenes

La periodista Sonja Merljak Zdovc **decidió crear la próxima generación de lectores de noticias en Eslovenia**. En 2015, fundó Časoris, un periódico gratuito en línea dirigido a niños de entre 6 y 12 años. El nombre es un juego de palabras entre “periódico” (časopis) y “dibujo” (risati). Časoris funciona como cualquier periódico tradicional e incluye secciones sobre política, economía, deportes y entretenimiento. “Somos como cualquier periódico para adultos, pero enfocado en la gente pequeña”, explica Zdovc.



Časoris produce contenidos específicamente diseñados para los más pequeños. Su experiencia puede ayudar a atraer a los niños y a ampliar su base de lectores. Zdovc recomienda que los medios tradicionales incluyan contenidos para los niños y que les ayuden a adquirir habilidades de lectura y alfabetización. “Un periódico para adultos puede aprender mucho de uno para niños: cómo atraer su atención, cómo dirigirse a los pequeños y cómo adaptar el lenguaje para que entiendan lo que pasa. Es lo que hacemos en nuestro día a día, como padres y educadores. Tratamos de averiguar qué es importante y cómo comunicárselo”.

Casoris utiliza cuatro estrategias para comunicar las noticias a los más pequeños:

1. Contenido accesible

Las reglas del periodismo tradicional también se aplican al periodismo para niños. Las frases deben ser breves y sencillas, pero nunca aburridas. Para que los más pequeños se sientan a las noticias, en Časoris recomiendan dirigirse a ellos con cautela. “Escribimos temas de noticias en un lenguaje fácil de entender para los niños, nunca desde un punto de vista condescendiente”, señala Zdovc. Časoris utiliza estrategias de alfabetización mediática. Por ejemplo, en un artículo sobre [las elecciones en Estados Unidos](#) usaron oraciones simples y agregaron publicaciones de Instagram y videos de YouTube. Su [artículo](#)

sobre la COP29 explicaba la conexión entre el calentamiento global y las inundaciones en España, lo que permitió que los pequeños entendieran los temas mejor.

2. Fomentar la interacción

Časoris ofrece a sus lectores un glosario al final de cada artículo. De esta manera, se aseguran de que los lectores se familiaricen con las palabras más difíciles y comprendan el artículo. También agregan tres preguntas al final. El objetivo es alentar a los lectores a involucrarse más con las noticias y discutir las con sus compañeros. Estas preguntas son fundamentales para una clase en la que los maestros pueden animar a los estudiantes a participar en un debate.



3. Incluir a los niños en el proceso de creación de noticias

Los periodistas están convencidos de que los niños tienen mucho que aportar. Por eso los animan a colaborar con el periódico. Zdovc explica que les piden que colaboren cuando les traen alguna noticia o hay un tema especialmente pensado para los niños. Incorporar a los niños ha traído consigo muchos beneficios. El artículo más leído en *Časoris* fue escrito por un estudiante de primero de secundaria sobre una tendencia popular entre los jóvenes eslovenos.

4. Periodismo lento

La fatiga informativa es algo real y puede ser más agobiante para los niños. Por ello, en Časoris publican solo un artículo al día. “No queremos abrumar a nuestros lectores con crisis todo el tiempo”, sostiene Zdovc. Ante las inundaciones en España y Bosnia, decidieron retrasar la publicación de uno de los artículos para evitar el catastrofismo. Los medios lentos fomentan un consumo más consciente de los contenidos.

Časoris cuenta con más de 15.000 usuarios mensuales en su web. Esta cifra no refleja el número de lectores, ya que muchos niños acceden a este periódico online desde la dirección IP de su colegio. El medio funciona forma gratuita gracias a la realización de talleres y a algunas subvenciones. Organiza talleres y eventos de alfabetización mediática, a través del News Equity Fund de Google News Initiative, y ha recibido subvenciones de Internews y la embajada de los Estados Unidos en Liubliana.



Jose A. García Avilés

Coordinador Módulo Audiencias

