

UNIVERSITAT DE BARCELONA  
Facultat de Pedagogia  
Departament de Teoria i Història de l'Educació  
Programa de Doctorat: Història de l'Educació Social Contemporània (1991-1993)

TESI DOCTORAL

*EDUCACIÓ, ALIMENTACIÓ, TELEVISIÓ i PUBLICITAT:  
anàlisi de dades i interpretació de resultats (1999-2003)*

M. Teresa Mariano Codo

Director Dr. Conrad Vilanou Torrano

Juliol 2009

# **I. GENERALITATS**

“Un home savi ha d’adonar-se que  
la seva salut és el seu bé més  
preuat”

HIPÒCRATES

## 1. FINALITAT. MOTIVACIÓ

Aquest és un treball bàsicament documental, sobretot pensant en la utilitat que pot tenir el coneixement **dels programes que sobre alimentació emeten les televisions**, en aquest cas, públiques Televisió de Catalunya (TV3 i C33) i Televisión Española (TV1 i TV2); en un principi vàrem contactar amb televisions privades com Tele5 i Antena3; però va ser impossible posar-se d'acord, ja que per ells fer un contrast amb les dades que nosaltres anàvem recollint era una feina en la que havien de posar personal per fer-la i això no era possible; per principi, en cap del llocs consultats ens han deixat que nosaltres poguéssim accedir directament a les seves dades; per aquest motiu vàrem arribar a la conclusió que només tindríem en compte TVC que si que es va avenir a facilitar-nos les referències i TVE Catalunya amb qui tampoc hi va haver problemes, no així amb TVE de Madrid que al principi tot van ser facilitats, però que després concretament en el cas del programa Saber vivir no ens van poder aconseguir tota la informació del programa. Malgrat tot, vàrem creure que aquestes dues televisions, estatal i autonòmica, eren prou representatives de la societat en què vivim i suficients per a una Tesi Doctoral,

considerant que la nostra finalitat era la descripció i constatació d'una situació en concret, els programes que ambdues televisions han tractat sobre alimentació.

Un altre dels fets que hem considerat important són els **anuncis que sobre els aliments es passen a les televisions**. En aquest cas les fonts consultades de les diferents televisions, tant estatals com privades ens porten a la empresa SOFRES que és la que controla el sector i s'encarrega de facilitar les dades a la resta de mitjans de comunicació.

Per a la realització d'aquest treball vàrem tenir en compte l'estudi sobre *Els programes educatius a TV3* d'Avelina Escudero que en la seva tesi doctoral ens diu que "...per la Pedagogia, no n'hi ha prou amb pensar que la televisió, amb els seus més i els seus menys, aconsegueix una tasca informativa, cultural i recreativa, tres grans aspectes o dimensions en sí mateixos i en la seva relació .... No n'hi ha prou, perquè a la Pedagogia li fa falta extreure la dimensió educativa que poden tenir els múltiples programes televisius i aprofitar aquest caràcter amb finalitat formativa i com segueix la mateixa Escudero... la primera tasca que cal per a realitzar aquest propòsit consisteix en recollir i relacionar, de forma fidel i pràctica alhora, els diversos programes televisius que per ells mateixos, directament o indirectament, poden tenir un caire educatiu o formatiu"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> ESCUDERO ROYO, A.: (1990). *Programes educatius a TV3*. Tesi doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació, 07-01-1990, p. 11.

Vàrem observar en la bibliografia consultada sobre aquesta temàtica que no hi havia estudis fets sobre la qüestió que ens ocupa, la qual cosa ens va portar a pensar que seria bo recollir els programes sobre alimentació de les dues televisions a les que hi podíem accedir i veure fins a quin punt es duïen a terme i es retransmetien programes d'alimentació de caire educatiu, i fins hi tot, tenint en compte la gran amplitud que avui podem donar al fet educatiu que comprèn l'educació formalitzada i institucionalitzada, la formació para-escolar i no reglada, i els processos de socialització i de culturització, que poden constituir una educació informal. Al mateix temps totes aquestes dades les volem relacionar amb la **Piràmide de l'alimentació saludable que recomana l'OMS** i així poder constatar si TVC i TVE retransmeten programes que en algun aspecte poden tenir un sentit educatiu.

Podem dir que aquest serà un treball de recerca, d'ordenació, de recollida de materials i, fins on sigui possible, de la seva sistematització, amb finalitat cultural i pedagògica. Al departament universitari de Teoria i Història de l'Educació s'han dut a terme algunes tesis de caire documental semblant com la ja mencionada d'Avelina Escudero i Royo sobre *Programes educatius a TV3*, dirigida pel professor Alexandre Sanvisens i Marfull. Algunes altres com la de Josep González-Agàpito<sup>2</sup>, la de Maria Rosa Muñoz Codina<sup>3</sup> i la d'Eloisa Mérida-Nicolich Camarero<sup>4</sup>. També en algun

---

<sup>2</sup> GONZÀLEZ-AGÀPITO, J.: *Aportació per a una Bibliografia pedagògica Catalana del segle XIX*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació, 12-01-1982.

<sup>3</sup> MUÑOZ CODINA, M.R.: *La premsa pedagògica barcelonesa del segle XIX*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació, 16-07-1984.

altre departament universitari de Barcelona s'hi troben precedents de tesis documentalistes. Així podem qualificar la de Norma Odet Cárdenas Godoy<sup>5</sup> dirigida pel professor Ernest Mascort.

Aquestes tesis, i algunes altres han estat relacionades de manera col·lateral, pel seu propi valor i per la seva significació intel·lectual i la seva utilitat científica i pedagògica, com són la de Dolors Juvinyà Canal<sup>6</sup> dirigida pel professor Paco Jiménez Martínez de la Facultat de Pedagogia de la Universitat de Girona en que es fa una descripció dels fets a partir de l'anàlisi de les dades obtingudes utilitzant el mètode no experimental, o la de Gloria Gómez-Escalonilla Moreno<sup>7</sup> dirigida pel professor Juan Benavides Delgado de la Facultat de Ciències de la Informació del departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I de la Universitat Complutense de Madrid, de caire descriptiu; així mateix tenim la tesi de Marta Castells Cuixart<sup>8</sup> de la Facultat de Farmàcia de Barcelona que demostren ben clarament que es pot realitzar una tasca documental qualitativa i quantitativa en un estudi que inclogui tots els aspectes intel·lectuals i acadèmics.

---

<sup>4</sup> MÉRIDA-NICOLICH CAMARERO, E.: *La Revista de pedagogía y su influencia en el Magisterio Español*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació, 21-12-1978.

<sup>5</sup> CÁRDENAS GODOY, N.O.: *Vocabulario Básico Iconográfico*, Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació, 01-07-1983.

<sup>6</sup> JUVINYÀ CANAL, D.: (1997). *L'educació per la salut a l'escola i el paper del professorat*. Tesis doctoral. Universitat de Girona, Facultat de Pedagogia.

<sup>7</sup> GÓMEZ-ESCALONILLA MORENO, G.: (1998). *La programación televisiva en España. Estudio de las parrillas de programación televisiva española desde 1956-1996*. Tesis doctoral. Universitat Complutense de Madrid, Facultat de Ciències de la Informació, departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat I.

<sup>8</sup> CASTELLS CUIXART, M.: (1993). *Nutrició i premsa*. Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, Facultat de Farmàcia.

Per això, amb l'ajuda efectiva del director de la investigació, vàrem emprendre el treball de recerca que ara presentem, que potser serà modest i tindrà unes limitacions explicables, però que és estimulants i, creiem, esdevindrà una eina útil pels pedagogs i els educadors en general, i en particular, els de la salut, els centres formatius i culturals, els de documentació audiovisual, a TVC i TVE i a la cultura alimentària. Esperem, haver acomplert el nostre propòsit, almenys en un grau suficient.

## **2. ESTAT DE LA QÜESTIÓ I FONTS DE LA TESI**

Com hem esmentat abans, actualment, en la bibliografia existent no hem trobat cap obra sobre el tema d'aquest treball, ni tampoc cap article, ressenya o informe, que estigui relacionat directament amb el tema. Sobre programes educatius a TVE hi ha dos llibres que fan referència a la qüestió: *2000 programas para la Educación*<sup>9</sup> i *3500 programas para la Educación*<sup>10</sup>. En l'obra del professor Victoriano Fernández Asís *Radiotelevisión. Información y*

---

<sup>9</sup> RTVE: (1985). *2000 programas para la educación*. Madrid.

<sup>10</sup> RTVE: (1987). *3500 programas para la educación*. Madrid.

*Programas*<sup>11</sup> es dedica un capítol a “estructura de Programas” (vol. II, 2, pp. 23-34), al que segueixen capítols sobre “Programas Culturales” (id., 4, pp. 55-67), “Educación” (id. 8, pp. 135-159). En aquest últim capítol es parla que “amb la TV l’home ha passat a viure en un univers d’imatges omnipresents anomenat per Jean Wahl *iconosfera*” (id., p.142) i citem l’afirmació del professor Pietro Prini en el Congrés sobre “Escuela i Medis Audio-Visuals”, celebrat a Perusa. “La cultura escolar ... está rodeada por un ambiente cada vez más amplio o denso de cultura, no ya sintáctica, sino sinestésica o del sentido global; no ya gráfica, sino auditiva; no ya sólo contemplativa, sino participativa. Esta es precisamente la cultura de los mass-mèdia –del cine, de la radio y de la televisión–” (id., pp. 142-143) (Fernández Asís, 1985, 1986).

## **2.1 Televisió i cultura**

Quant a la relació **televisió i cultura**, a la que ara fèiem referència, hi ha un article força significatiu de Josep Gifreu, “TV i Cultura: Notes sobre unes relacions conflictives”. En aquest article. Que considerem important, s’intenten examinar “les línies de reflexió i d’investigació més interessants dels darrers anys” (p. 9). L’autor diu que “resulta difícil de trobar alguna crítica televisiva que es pugui considerar *genuïna*” (p. 10) i que “en el camp pròpiament acadèmic, la falta de paradigmes teòrics consolidats i la provisionalitat de les metodologies d’anàlisi emprades –a causa, en

---

<sup>11</sup> FERNÁNDEZ ASÍS, V.: (1985-1986). *Radio-Televisión. Información y programas. Las incógnitas de los medios electrónicos*. R.T.V.E., Madrid, 2 vls.



part, de l'extraordinària dinàmica del mitjà- no han ajudat ni a la unificació d'esforços ni a l'obtenció de conclusions indiscutibles almenys en alguns terrenys més estudiats" (p. id.). I afegeix "... el mitjà TV s'està estudiant des d'aproximacions interdisciplinàries i pluridisciplinàries que en fan veure la seva gran complexitat, com a mitjà de mitjans, com a discurs de discursos, i, alhora, com a instrument tecnològic únic de mediacions fonamentals en les societats contemporànies" (pp. 11-12). En aquest sentit, l'autor conclou: "La TV és vista com el lloc de mediació central entre societat i cultura, mediació que, mitjançant la forma narrativa, aporta avui la principal capacitat d'expressió, de producció i de reproducció dels sistemes culturals propis de cada comunitat social o nacional" (p. 12). En aquesta línia voldríem moure'ns en el present treball. I no falten publicacions que s'ocupen dels diferents aspectes i de les recerques més significatives sobre "les sempre conflictives relacions entre televisió i cultura" (p. id.).<sup>12</sup> Algunes d'aquestes publicacions les indiquem en la bibliografia.

## **2.2 Televisió i educació**

Pel que fa referència al tema concret de les relacions entre **televisió i educació**, la bibliografia existent és abundant, fins i tot en el nostre país, on s'han publicat sobre la qüestió llibres i articles, s'han realitzat investigacions força interessants i s'han elaborat tesis i tesines universitàries (per exemple, la Universitat

---

<sup>12</sup> GIFREU, J.: (1989). "TV i cultura. Notes sobre unes relacions conflictives" a *Revista de Catalunya*, núm. 29. Nova etapa, abril 1989. Barcelona, Fundació Revista de Catalunya, pp. 9-24.

de Barcelona), algunes encara inèdites. Voldríem mencionar a M. McLuhan que en *El medio es el mensaje*<sup>13</sup> va escriure “ Hay una diferencia abismal entre el ambiente del aula y el ambiente de información electrónica que se respira en el hogar moderno. Al niño televidente de hoy se le afina al minuto con el diapasón de las noticias adultas: inflación, disturbios, guerra, impuestos, delincuencia, bellezas en traje de baño... y queda perplejo cuando ingresa en el ambiente del siglo XIX que caracteriza todavía al sistema educacional, con información escasa pero ordenada y estructurada por patrones, temas y programas fragmentados y clasificados (...) El niño de hoy está creciendo absurdo, porque vive en dos mundos y ninguno de ellos le impulsa a crecer. Crecer; ésta es nuestra nueva tarea; y ella es omniabarcante, total. La mera instrucción no basta”; o el que ens diu Célestin Freinet en *Las técnicas audiovisuales*<sup>14</sup> “Este desorden cultural persistirá mientras la escuela pretenda educar a los niños con instrumentos y sistemas válidos hace cincuenta años, pero desbordados por la técnica contemporánea. Subsistirán, por una parte, en la escuela, las lecciones, los brazos cruzados, las memorizaciones, los ejercicios muertos, y fuera de la escuela, la borrachera de imágenes, de ilustraciones y de cine”.

A la Bibliografia final, resumirem les publicacions referents a aquest assumpte que ens semblen més importants o més útils a la nostra temàtica.

<sup>13</sup> Mc LUHAN M. I FIORI, Q.: (1967). *El medio es el mensaje*. Paidós, Buenos Aires, p. 14.

<sup>14</sup> FREINET, C.: (1974). *Las técnicas audiovisuales*. Laia, Barcelona, p. 19.

### **2.3 Televisió i salut**

De la consulta a nivell bibliogràfic que hem fet sobre **televisió i salut** creiem important ressaltar el que ens diu Jesús Contreras "... las prescripciones alimentarias de la medicina moderna son de orden profiláctico y no sólo terapéutico, como antaño. Se trata de prescripciones de uso colectivo y no ya sólo individual. Se transmiten a través de los medios de comunicación de masas y no únicamente a través de la consulta médica particular, así como por las políticas estatales de prevención y no solamente por las clínicas. Así pues, el Estado tiende, cada vez más, a imponer la aplicación de reglas alimentarias, ordenadas por los médicos y por los economistas"(p. 6), més endavant ens diu "... ignorancia que puede provocar el fracaso de determinadas actuaciones, en el campo de la salud pública o en el económico, y conducir a la inhibición de los organismos públicos en relación a los contenidos de la publicidad de los alimentos, hasta el punto de hacer inútil una política de prevención sanitaria cuyos objetivos, por ejemplo, estén en contradicción (algo perfectamente plausible ) con determinados mensajes publicitarios". Posteriorment continua dient "En EE.UU., los niños ven un promedio de 22.000 anuncios televisivos por año, de los cuales el 50 por ciento son de alimentos, muchos de ellos de baja calidad nutritiva. Diversos experimentos han demostrado que los niños expuestos a esta publicidad prefieren comer o comprar estos productos. Por otra parte, esta tendencia no se contrarresta

con una mayor información nutricional, ni aunque ésta también les sea suministrada a través de anuncios por televisión”<sup>15</sup>(p. 7).

Pel que fa a la televisió, hem de fer referència al programa de TVE *Saber vivir* que té una vocació intencionada de millorar la qualitat de vida dels telespectadors; també entraria dins d'aquest apartat *La cocina de Karlos Arguiñano* en la que Salvador Gómez, director del Centre Territorial de TVE en el País Basc, ens diu en el pròleg del primer llibre d'aquest cuiner “Los medios de comunicación y fundamentalmente la televisión, confirman la puesta de largo de la gastronomía. Se nos hace familiar el ver todos los días al cocinero como una estrella en la pequeña pantalla. .... Puede parecer, para alguno, a simple vista un tema poco importante. Nada más lejos de la realidad. Los humanos nos distinguimos , o así debería ser, del resto de los animales entre otras cosas por hacer de la alimentación algo más que una cuestión biológica. .... Nunca se valorará en su justa medida lo que Karlos está haciendo por algo tan importante como es “comer bien”. Al decir comer bien no me refiero a comer mucho, sino más equilibrado, buscando los aportes vitamínicos, esa indicación del “maestro”, dejando al espectador la suficiente capacidad para transformar en su justa medida el plato, poniendo a trabajar su imaginación. ... Existirá un antes y un después. Hasta ahora, los cocineros, los grandes maestros de las

---

<sup>15</sup> CONTRERAS, J.: (1993). *Antropología de la alimentación*. Eudema, Madrid, pp. 6-7.

ollas y los fogones vivían encerrados en su cueva de Alí Babá. La élite encarnada en ellos dejará de ser privativa de genios para descender a la creatividad como elemento de cualquier cocina. Se está popularizando, la élite ya somos todos. Karlos esta consiguiendo que cocinar haya dejado de ser una rutina diaria para convertirse en un ejercicio de imaginación, de creación. Creación incluso para acometer la cocina tradicional, la heredada, la "cocina de nuestros padres". Sólo la televisión podía conseguir dar un nuevo sentido a los antiguos recetarios. Es el único medio capaz de transmitir la letra y el espíritu para conseguir así una emoción nueva: disfrutar cocinando. ... es necesario que los restauradores descendan al pueblo, den charlas, conferencias y coloquios, se metan de lleno en una labor pedagógica tan fundamental como el transmitir su saber y hacer partícipes a los demás de su sabiduría"<sup>16</sup>.

Per altra banda tenim comentaris a la premsa escrita que fan referència als programes de cuina a la televisió des d'una vessant saludable, en aquesta ocasió també és referit a Karlos Arguiñano en el que el periodista Joan Barrera en diu "... es un buen comunicador y, además, transmite cultura. Él nos introduce en los secretos de la cocina sin pretensiones, como los grandes pedagogos. Su espacio, en TVE-1, se ha convertido en un modelo,

---

<sup>16</sup> GÓMEZ FERNÁNDEZ, S. (Director del centre Territorial de TVE en el País Basc): al pròleg de ARGUIÑANO, K.: (1993). *El menú de cada día*. Serbal, Barcelona, pp. 11-12.

que refrenda a diario una numerosa y fiel audiencia. ... definiendo este tipo de programas, como los que realiza TV3, porque hay que poner freno a estos hábitos nefastos, donde las comidas rápidas, semipreparadas, congeladas y liofilizadas campan a su aire. Una sociedad incapaz de apreciar las bondades de la buena cocina es, por mucho que duela la expresión, una sociedad que pierde la sensibilidad por su entorno”<sup>17</sup>.

En quant a TVC fem referència al programa *Cuina x solters* que també tindria aquesta finalitat al incidir en les propietats que tenen els productes que intervenen en el plat que ofereixen a més d’altres consells a nivell informatiu dels diferents ingredients; el mateix Isma ens diu en l’edició del llibre que recull una part important de les receptes del programa televisiu “ Una bona alimentació és sinònim de menjar sa i variat, i no de menjar car o plats molt elaborats. Incorporeu aquesta premissa en el vostre dia a dia i en notareu els resultats. Mireu de no deixar-vos vèncer per les presses o la mandra; no és gens complicat seguir una alimentació equilibrada i els resultats són del tot beneficiosos per l’organisme. Si, a més, cuineu amb imaginació, no només contribuïreu a dur una vida més saludable, també gaudireu del fet d’alimentar-vos<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> BARRERA, J.: (2003). “Y cierre” a *El Periódico*, (24-08-03), diumenge, p. 61.

<sup>18</sup> PRADOS SOTO, I.: (2005). *Cuina x solters*. La Magrana, Barcelona, p. 14.

Com a pròpiament gastronòmic tenim el programa "Cuines" que té un llarg bagatge a TVC i en el que els directors del programa en Miquel Sen i Joan Vinyoli han fet el llibre *Cuinar pels amics*<sup>19</sup> basat en receptes amb la intenció que ens ho passem tan bé a la cuina com a la taula; o el programa Karakia<sup>20</sup> que ens introdueix en el món dels vinguts de fora amb costums de diferents menes de menges que es tradueixen a nivell pràctic en la introducció de nous productes que sens dubte afavoreixen que la gent del país tingui cada vegada més l'opció d'una alimentació rica i variada.

Dins dels productes de TVC també tenim *Caçadors de bolets. La Cuina*<sup>21</sup> un llibre pràctic que ressegueix el procés de tractament dels bolets des que entren a la cuina fins que en surten en conserva o cuinats. Inclou les receptes de més èxit del programa, tècniques per cuinar bolets, receptes tradicionals, etc.

A nivell escrit hi ha nombrosos llibres de la cuina d'Arguiñano, de l'Isma o de Saber viuir, aquest últim, amb revista inclosa. En aquest apartat no hem trobat un material més representatiu que incideixi en la temàtica televisió i salut.

---

<sup>19</sup> VINYOLI PLADEVALL, J. i SEN, M. (2002). *Cuinar per als amics*. Planeta, Barcelona.

<sup>20</sup> [www.tv3.cat/karakia/](http://www.tv3.cat/karakia/)

<sup>21</sup> VV.AA.: (2006). *Caçadors de bolets. La cuina*. RBA/La Magrana, Barcelona.

## **2.4 Televisió i publicitat**

Últimament hi ha veus que diuen que la raó de ser de la **televisió** és la **publicitat**; de la molta bibliografia que hi ha al respecte hem escollit el que ens diu Joan Ferrés a *Televisión i educación. Claves para la comprensión del medio* (Ferrés, 1994) "la publicidad está presente en todos los programas, al principio, en medio y al final. La presencia de la publicidad es el elemento unificador de las programaciones, lo único que confiere unidad y apariencia de coherencia a una programación dispersa y aleatoria" o més endavant quan el mateix Ferrés ens afegeix ".. porque, cada vez más, todos los programas incorporan los parámetros expresivos propios del discurso publicitario"<sup>22</sup>.

Tanmateix volem ressaltar el que diu Juan Antonio González Martín a *Fundamentos para una teoría del mensaje publicitario* "a través de la publicidad es la propia sociedad la que exhibe y consume su propia imagen"<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> FERRÉS, J.: (1994). *Televisión y educación. Claves para la comprensión del medio*. Paidós, Barcelona, pàg. 12.

<sup>23</sup> GONZÁLEZ MARTÍN, J.A.: *Fundamentos para una teoría del mensaje publicitario*. Forja, Madrid, pàg. 31.

<sup>24</sup> RICARTE BESCÓS, J.M.: (1998). *Creatividad y comunicación persuasiva*. UAB/Universitat Jaume I/UV. Bellaterra; Castelló de la Plana; València, pàg. 208.



En canvi per Ricarte<sup>24</sup> "... no cabe duda de que la creatividad es el producto específico de la publicidad. Un producto –la creatividad– cuya única misión es la de hacer sorprendente lo que es evidente. Una misión, claro está, persuasiva, ya que una campaña creativa es aquella que posee la fuerza para impactar al público objetivo y, en su caso, generar las ventas previstas"

Com podem veure hi ha moltes i variades opinions y teories que giren al voltant de la publicitat.

Finalment, sobre TVC i TVE hi ha alguns treballs i reflexions que convé tenir presents per la qual cosa fem esment del llibre de Coromines i Llinés, *La Televisió a Catalunya* on després d'una introducció general sobre el mitjà televisiu, el procés televisiu i la televisió a l'Estat espanyol, es descriu el procés i els aspectes de la televisió a Catalunya, amb una àmplia referència, com és natural a TVC<sup>25</sup>. També fem consideració a Gómez-Escalonilla, citada anteriorment que explica àmpliament els començaments de la televisió a Espanya fent especial menció a la fundació i evolució de TVE i al·ludint molt de passada a TVC.

L'estat de la qüestió ens assenyala, que la bibliografia sobre televisió és molt extensa, sobre televisió i cultura, televisió i educació i televisió i publicitat, en canvi, els treballs sobre

---

<sup>25</sup> COROMINES, M. i LLINÉS, M.: (1988). *La Televisió a Catalunya*. Els llibres de la frontera, Barcelona, pp. 67 ss. i 107 ss.

programes d'alimentació, i, en els que és possible la seva relació amb la Piràmide de l'Alimentació saludable; així com la relació que hi ha entre els anuncis que s'emeten per televisió sobre alimentació i la seva relació amb la ja esmentada Piràmide de l'alimentació saludable són escassos i podem dir que pràcticament no existeixen, almenys nosaltres no els hem trobat en la nostra recerca.

D'altra banda, fan falta cada cop més, en un món informatitzat com el nostre la necessària recollida i ordenació dels materials i programes que en aquest sentit puguin interessar, al món de l'educació.

També podem dir que els treballs sobre programació educativa que fan referència a programes alimentaris no són gaire abundants. Tanmateix, cada vegada més, els programes educatius en l'àmbit de la salut relacionats amb la televisió poden acomplir millor la tasca de la funció formativa i de culturització. Junt amb això, del que cada moment són més conscients els medis educatius i també els mitjans de comunicació, és de la necessària recollida i ordenació dels materials i programes que, en aquest sentit interessin, al món de l'educació. Per això es pretén oferir aquest estudi en el camp cultural i educatiu.

### **3. OBJECTIUS DEL TREBALL**

Del que hem dit en els apartats anteriors es dedueix fàcilment que la idea central de la tesi és ben simple es tracta de ***conèixer els programes i espais publicitaris de TVC (TV3 i C33) i TVE (TV1 i TV2) que ofereixen un contingut informatiu, educatiu o cultural respecte als productes alimentaris***. Creiem que aquesta idea ens permetrà d'intentar definir i esquematitzar uns *objectius*, suficientment comprensius perquè s'entengui la seva intenció científica i la seva dimensió pedagògica i cultural.

Dividim aquests objectius en "generals" i específics", segons el seu caràcter generalitzador i les propostes que se'n deriven. En la nostra anàlisi tenim ben delimitats, quatre objectius generals i vuit específics que passem seguidament a definir:

#### **3.1 Objectius generals**

1. Obtenir una relació el més completa possible dels programes d'alimentació de TVC i TVE, això ho fem recollint

ordenadament els programes sobre alimentació que TVC (TV3 i C33) i TVE (TV1 i TV2) han emès entre 1999-2003 ambdós inclosos, anotant les dades tècniques indispensables per la seva catalogació i utilització a posteriori.

2. Obtenir una relació el més completa possible dels anuncis, el temps i les audiències tant de les mestresses de casa com de la resta de la població que tracten d'alimentació, per aconseguir-ho recollim ordenadament els anuncis, el temps d'emissió i les audiències, tant de les mestresses de casa com de la resta de població (a partir de 4 anys) que sobre alimentació han emès les televisions estatals i autonòmiques objecte d'estudi entre els anys 1999-2003 ambdós inclosos.
3. Establir grups, seccions o apartats de tots els programes i anuncis, tot relacionant els programes sobre alimentació amb diferents apartats de caire cultural-pedagògic, i fer constar el nivell escolar a què es poden destinar : educació formal, no-formal i informal.
4. Contrastar els programes i els anuncis que sobre alimentació passen per televisió versus Piràmide de l'alimentació saludable que recomana l'OMS, per comprovar en quina

mesura la TV contribueix en l'educació alimentària recomanada per aquest organisme.

Pretenem, doncs, no sols augmentar la informació sobre els programes i els anuncis quan els classifiquem, sinó també realitzar una interpretació i una valoració qualitativa, i quantitativa dels mateixos. Per això, creiem que aquest tractament aparentment elemental, té el seu sentit metodològic i epistemològic i la seva repercussió informativa i qualitativa.

### **3.2 Objectius específics**

1. Classificar els programes d'alimentació tenint en compte programes, canal, producció, hora d'emissió, dia de la setmana, periodicitat, gènere, participació i educació.
2. Definir àrees temàtiques amb un llistat dels programes que la conformen.
3. Relacionar les àrees temàtiques amb els diferents continguts i el nombre total d'entrades.
4. Relacionar l'àrea temàtica amb el temps d'emissió.
5. Classificar els programes segons els percentatges.

6. Classificar les receptes de cuina dels programes segons la piràmide de l'alimentació saludable.
7. Ordenar i classificar per anys la publicitat televisiva els anuncis, el temps i les audiències.
8. Relacionar els productes alimentaris de consum ordinari amb la piràmide de l'alimentació saludable.

Aquestes 8 objectius és refereixen a la classificació, a la interacció temàtica, a la cultura i a la pedagogia, per tant els poden considerar complementaris dels objectius generals.

D'aquesta forma creiem que s'acompleix la intenció fonamental del treball, que és constatar i sistematitzar els programes que sobre alimentació han emès entre 1999-2003, ambdós inclosos, les televisions estatal i autonòmica TVC i TVE en el seus respectius canals TV3, C33, TV1 i TV2, així com els anuncis que sobre alimentació s'han passat per les diferents televisions i la seva relació amb la Piràmide de l'Alimentació saludable que recomana l'OMS (Organització Mundial de la Salut).

Els objectius assenyalats van verificant-se, seguint el seu ordre a través del treball. L'ordre es seguirà estrictament. La relació entre els objectius es comprèn fàcilment i es poden establir connexions que posin de manifest la seva finalitat investigadora i la seva unitat d'intenció i servei pedagògic.

#### **4. HIPÒTESI DE LA TESI**

D'acord amb els objectius anteriorment descrits formulem una hipòtesi de caràcter general:

- Veure la relació que tenen els programes i els anuncis publicitaris que sobre alimentació es passen per televisió amb la Piràmide de l'alimentació saludable que recomana l'Organització Mundial de la Salut i en quina mesura la televisió contribueix a l'educació alimentària sana a través de la seva programació i publicitat.

## 5. **METODOLOGIA APLICADA A L'ESTUDI**

### 5.1 **Metodologia**

La metodologia del treball que emprem està d'acord amb les modalitats d'investigació educativa; ens hem proposat seguir la d'Arnal, del Rincón i Latorre<sup>26</sup> (p.84) que dins de les grans perspectives metodològiques que presenten i d'acord amb els nostres objectius, utilitzem la metodologia **no experimental**, perquè el que pretenem és obtenir informació dels programes i dels anuncis, sense cap mena de modificació o d'intervenció que d'alguna manera alteri la situació objecte d'estudi; la nostra serà una actitud d'evitar modificacions.

Dins d'aquesta metodologia no experimental (ídem, 170) hi ha diferents mètodes, nosaltres hem triat el **mètode descriptiu** que recull i analitza les informacions amb finalitat explicativa.

El que pretenem és descriure el tractament que rep l'alimentació per part de les televisions en el nostra cas TVC (TV3 i C33) i TVE (TV1 i TV2), recollir informació, i analitzar sobre determinats aspectes que estan reflectits en els objectius. Com que aquesta informació la recollirem en un moment determinat, i no canviarà, podem definir l'estudi com a **transversal**.

---

<sup>26</sup> ARNAL, J.; DEL RINCÓN, D.; LATORRE, A.: (1992). *Bases metodològiques de la investigació educativa*. GR92, Barcelona, pp. 84, 51-91, 170 i 173-196.



## 5.2 Descripció de la mostra

En el procés de recerca hem partit de l'elaboració d'una **mostra**, que per l'estudi que pretenem l'hem subdividida en:

- Programes sobre alimentació que s'emeten per:
  - TVC (TV3 i C33) --- 18 sèries
  - TVE (TV1 i TV2) --- 24 sèries
- Anuncis publicitat sobre alimentació que s'emeten per les diferents televisions --- 46 anuncis tipus

Aquesta recerca és la que constitueix la primera tasca del treball, on s'esbrinen les dades puntuals dels programes tècnic-cultural-educatius emesos per TVC i TVE, en les quatre cadenes d'estudi, i dels anuncis publicitaris que referits a l'alimentació han passat per les diverses cadenes. Es tracta d'obtenir les dades prèvies sobre els programes i els anuncis, seguint un ordre tècnic, cronològic i documental. Aquesta metodologia es completa amb un criteri **no aleatori** ja que s'han tingut en compte tots els programes i tots els anuncis que s'han emès durant el període estudiat.

Aquesta mostra la presentem de dues maneres:

- Totes les fitxes dels programes d'alimentació i anuncis publicitaris en un CD com un annex.
- Una mostra reduïda de les fitxes dels programes alimentaris les introduïm dins de l'apartat de resultats.

### 5.3 Definició de les variables

Referent als programes hem confeccionat una *fitxa presentació* amb les següents **variables i dades d'identificació**:

- **D.I.**      Sèrie: títol genèric del grup de programes.
- **D.I.**      Duració: temps.
- **V.**        Producció: si es producció pròpia, compartida o aliena.
- **V.**        Emissió: canal en què s'emet la sèrie.
- **D.I.**      Duració de la sèrie: període de temps que s'emet la sèrie.
- **V.**        Dia de la setmana: dia en que esta prevista l'emissió.
- **V.**        Hora d'emissió: hora del dia.
- **V.**        Periodicitat: diària, setmanal, mensual o puntual.
- **D.I.**      Gènere: cultural, informatiu o miscel·lània.
- **V.**        Nivell educatiu: *educació formal, no-formal i informal.*

Partint d'un concepte ampli de cultura, i també, d'un concepte ampli d'educació –incloem l'educació formal, la no formal i la informal-, els programes televisius sobre alimentació que ofereix aquest estudi, tots ells, per una raó o un altra, són de caràcter educatiu.

Característiques generals o indicadors dels programes:

a) Els programes que apareixen com a pròpiament *educatius* (cursos formals, estudis, continguts instructius, institucions escolars...)

b) Programes que serveixen per a la *socialització* (formes i processos socials, manifestacions de convivència, actituds que poden conduir a adquirir hàbits socials...)

c) Programes estrictament culturals, és a dir, que serveixen per a la culturització (tradicions, costums, ...)

S'hauria pogut analitzar una per una aquestes característiques indicatives (indicadors generals), destriant els seus trets específics i singulars, com per exemple, tot allò que caracteritza l'educació (pròpiament dita), la socialització i la culturització. Però essent la nostra finalitat més aviat documental hem preferit partir d'una concepció àmplia i sintètica de l'educació, englobant l'educació formal, la no formal i la informal i, per tant, l'educació, la socialització i la culturització.

Hi ha casos que un programa pot escaure a diversos graus i nivells educatius, i així es fa constar en la fitxa.

- **D.I.** Resum contingut: Que explica de què anirà la sèrie a més hi afegim una relació de l'equip tècnic.

I per cada un del programes també hem construït una fitxa amb les **variables i dades d'identificació** següents:

- **D.I.** Títol del programa: de que tracta.
- **D.I.** Sèrie: a quina sèrie pertany.
- **D.I.** Duració: temps d'aquest programa en concret.
- **V.** Producció: qui la produït.
- **V.** Emissió: canal.
- **V.** Hora d'emissió: hora del dia.
- **V.** Periodicitat: diària, setmanal, mensual o puntual.
- **V.** Tema: de què tracta el programa.
- **V.** Participatiu: hem tingut en compte les següents variables: adreça, públic, telèfon fix, web, e-mail, fax, teletext, no.
- **V.** Resum contingut: del programa del dia.

En quant als anuncis, al fer les classificacions dels diferents productes alimentaris hem tingut en compte el que mana la llei, per això ens hem basat en:

- BOE núm 308<sup>27</sup> de miércoles 25 diciembre 1991: REAL DECRETO 1809/1991, de 13 de diciembre, por la que se modifica la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de preparados alimenticios para regímenes dietéticos y/o especiales, aprobada por el Real Decreto 2685/1976, de 16 de octubre.

“Art. 2º **Productos alimenticios destinados a una alimentación especial.**- Los productos alimenticios destinados a una alimentación especial son aquellos que, por su composición peculiar o por el particular proceso de su fabricación, se distinguen claramente de los productos alimenticios de consumo corriente, son apropiados para el objetivo nutritivo señalado i se comercializan indicando que responden a dicho objetivo.

2.1 Una alimentación especial debe satisfacer las necesidades nutritivas particulares de:

2.1.1 Los lactantes o los niños de corta edad, con buena salud.

2.1.2 Determinadas clases de personas cuyos procesos de asimilación o de metabolismo se encuentran alterados.

2.2 La naturaleza o la composición de los productos a que se refiere este artículo debe ser tal que los mismos sean apropiados para el objetivo nutricional especial al que están destinados.

2.3 Estos productos deberán ajustarse igualmente a las disposiciones obligatorias aplicables a los productos alimenticios de consumo corriente, salvo en los que respecta a las modificaciones que se hayan hecho a estos para adecuarlos a las exigencias previstas en este artículo.”

“TÍTULO III – Información de la Comercialización de los Productos –

“Art. 20. *Etiquetado y publicidad.*- En los envases de los productos alimenticios destinados a una alimentación especial será de aplicación lo establecido en el Real Decreto 1122/1988 de 23 de septiembre, por el que se aprueba la Norma General de Etiquetado, Presentación y Publicidad de los productos alimenticios envasados, con las particularidades que se establecen a continuación:

20.1 La denominación de venta de estos productos deberá ir acompañada de la mención de sus características nutricionales especiales. No obstante, en el caso de los productos destinados a los niños de corta edad con buena salud, esta mención será sustituida por la indicación de su destino.

---

<sup>27</sup> Boletín oficial del Estado (BOE): Núm. 308. Miércoles 25 diciembre 1991, pp. 41511-51513.

20.2 Los productos a que se refieren los apartados 2.1.2 i 2.1.3 del artículo 2º podrán caracterizarse por las indicaciones "dietéticos" o de "régimen".

20.3 El etiquetado de los productos que no figuran en el anexo y de aquellos que figuran en éste no tengan legislación específica armonizada con la comunitaria deberán incluir también:

20.3.1 Los elementos particulares de la composición cualitativa y cuantitativa o el particular proceso de fabricación que dan al producto sus características nutricionales especiales.

20.3.2 Valor energético disponible expresado en kj y kcal así como el contenido de hidratos de carbono, grasas y proteínas por 100 g o 100 ml de producto comercializado y referido a la cantidad propuesta para el consumo, si el producto se presenta de esta manera.

No obstante, si este valor energético es inferior a 50 kj (12 kcal) por 100 g o ml del producto comercializado, las indicaciones de que se trate podrán ser sustituidas, bien por la mención "valor energético inferior a 50 kj (12 kcal) por 100 g" bien por "valor energético inferior a 50 kj (12 kcal) por 100 ml"

20.4 En el etiquetado, en la presentación y en la publicidad de los productos alimenticios de consumo corriente estarán prohibidas:

20.4.1 La utilización de los calificativos "dietéticos" o "de régimen" solos o en combinación con otros términos, para designar dichos productos alimenticios.

20.4.2 Cualquier otra indicación o cualquier presentación que pueda hacer creer que se trata de uno de los productos definidos en el artículo 2º

20.5 El etiquetado y las modalidades utilizadas para ello, la presentación y la publicidad de los productos mencionados en el artículo 2º no deberán atribuir a los mismos propiedades de prevención, de tratamiento o de curación de una enfermedad humana ni evocar tales propiedades.

No obstante, lo anterior no impedirá la difusión de cualquier información o recomendación útil, destinada exclusivamente a las personas cualificadas en el ámbito de la medicina, de la nutrición o de la farmacia"

## "ANEXO

Relación de productos alimenticios objeto de legislación específica, a establecer mediante Reglamentaciones Técnico-Sanitarias:

- Preparados para lactantes
  - Leches de continuación i otros alimentos para postlactantes
  - Alimentos para bebés (a base de hortalizas, frutas, carnes, pescados o mezclas de los mismos preparados y zumos infantiles).
  - Productos alimenticios de escaso o reducido valor energético, destinados al control de peso
  - Alimentos dietéticos destinados a usos médicos especiales
  - Alimentos pobres en sodio, incluídas las sales dietéticas hiposódicas o asódicas
  - Alimentos sin gluten
  - Alimentos adaptados a un intenso desgaste muscular, sobre todo para deportistas
  - Alimentos destinados a las personas físicas afectadas de perturbaciones en el metabolismo de los hidratos de carbono (diabéticos)."
- 
- BOE núm. 139<sup>28</sup> de sábado 10 junio 2000 en el REAL DECRETO 1091/2000, de 9 de junio fa referència un altra cop als productes alimentaris destinats a una alimentació especial definint més en els diferents articles el que ja s'havia enunciat en el BOE núm. 308 de 1991.
  
  - BOE núm. 246<sup>29</sup> de martes 14 octubre 2003 REAL DECRETO 1275/2003, de 10 de octubre, relativo a los **complementos alimenticios**.

... Existe una amplia gama de nutrientes y otros elementos que pueden estar presentes en los complementos alimenticios, incluyendo entre otros, las vitaminas, minerales, aminoácidos, ácidos grasos esenciales, fibra, diversas plantas y extractos de hierbas. ....

---

<sup>28</sup> Boletín oficial del Estado (BOE): Núm. 139. Sábado 10 junio 2000, pp. 20732-20736

<sup>29</sup> Boletín oficial del Estado (BOE): Núm. 246. Martes 14 octubre 2003, pp. 36779-36782

Artículo 2. *Definiciones.*

A los efectos de este real decreto, se entenderá por:

a) Complementos alimenticios: los productos alimenticios cuyo fin sea complementar la dieta normal y consistentes en fuentes concentradas de nutrientes o de otras sustancias que tengan un efecto nutricional o fisiológico, en forma simple o combinada, comercializados de forma que permitan una dosificación determinada del producto y que deben tomarse en pequeñas cantidades unitarias.

b) nutrientes: vitaminas y minerales.

- BOE núm. 100<sup>30</sup> de miércoles 27 abril 2005 REAL DECRETO 367/2005, de 8 de abril por el que se desarrolla el artículo 17.3 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista, y se definen los productos de alimentación frescos y perecederos y los productos de gran consumo.

Artículo 2. **Productos frescos y perecederos.**

1. Tienen el carácter de productos de alimentación frescos y perecederos aquellos que por sus características naturales conservan sus cualidades aptas para la comercialización y el consumo durante un plazo inferior a 30 días o que precisan condiciones de temperatura regulada de comercialización y transporte.

Artículo 3. **Otros productos de alimentación.**

1. Tendrán la consideración de productos de alimentación, además de los señalados en el artículo 2, los demás productos de alimentación de cualquier naturaleza, sólidos, líquidos, naturales o transformados que, por sus características, aplicaciones, componentes, preparación y estado de conservación, sean susceptibles de ser habitual e idóneamente utilizados para la normal nutrición humana, como fruitivos o también como productos dietéticos, en casos especiales de alimentación humana. Quedan incluidos en esta definición las bebidas alcohólicas, las aguas envasadas, los refrescos, las sales, las especias, las infusiones, los edulcorantes y los aditivos utilizados para el consumo humano.
2. Quedan excluidos los productos que, aun contando con las características descritas en el apartado anterior, tengan la consideración de medicamentos, de acuerdo con la Ley 25/199, de 20 de diciembre, del Medicamento, y sea perceptiva su venta en farmacias.

---

<sup>30</sup> Boletín oficial del Estado (BOE): Núm. 100. Miércoles 27 abril 2005, pp. 14242-14244.



D'acord amb els BOE esmentats, la classificació que utilitzarem en tot l'estudi dels productes alimentaris serà la següent:

- Productes alimentaris de consum ordinari (on hem inclòs tots els aliments excepte els dels punts 2 i 3)
- Productes alimentaris destinats a una alimentació especial
- Complementes alimentaris
- Restauració
- Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
- Campanyes d'interès públic

Cada *sector* té diversos *grups* per exemple dins del sector:

1. Productes alimentaris de consum ordinari tenim
  - 1.1 aigües,
  - 1.2 aliments congelats i refrigerats,
  - 1.3 Aliments frescos,etc.

i cada *grup* té un o varis *productes*, així tenim a

- 1.1 aigües
  - 1.1.1 aigües minerals
- 1.2 aliments congelats i refrigerats
  - 1.2.1 amanides,
  - 1.2.2 congelats a domicili,
  - 1.2.3 croquetes congelades,etc....

En el tractament de la informació dels productes alimentaris per adaptar-nos a la classificació de SOFRES i d'acord amb l'assessorament del departament de relacions comercials de la mencionada empresa quan en els diferents ítems anomenem:

- “*Altres ...*” hem d'entendre que fan referència a tots els productes que s'han publicitat dins d'un grup, però que explícitament no hi són citats.

o quan diem:

- “*Línia ...*” fem referència als anuncis que publiciten més d'un producte d'un mateix grup.

ja que com hem dit abans no hem pogut tenir accés a totes les dades, només les que hem pogut aconseguir dels anuaris de Sofres Audiencia de Medios dels anys que ens ocupen del 1999 fins el 2003 ambdós inclosos. Malgrat tot, creiem que no distorsionen els resultats del nostre estudi.

Pels **anuncis** hem confeccionat un altra *fitxa* amb les **variables i dades d'identificació** següents:

- **D.I.** *Any:* el que es fa l'estudi
- **V.** *Sector:* hem definit per l'estudi 6 sectors:
  1. Productes alimentaris de consum ordinari
  2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial
  3. Complementes alimentaris
  4. Restauració
  5. Cadenes i tendes d'alimentació i begudes
  6. Campanyes d'interès públic
- **V.** *Grup:* Els 6 sectors anteriors els hem destriat en 50 grups:
  1. *Productes alimentaris de consum ordinari:*
    - 1.1 Aigües
    - 1.2 Aliments congelats i refrigerats
    - 1.3 Aliments frescos
    - 1.4 Aperitius
    - 1.5 Arròs i llegums secs
    - 1.6 Begudes alcohòliques varies
    - 1.7 Begudes isotòniques/energètiques
    - 1.8 Begudes refrescants
    - 1.9 Cafès
    - 1.10 Caldos, sopes i plats deshidratats
    - 1.11 Caramels i laminadures
    - 1.12 Càrnies
    - 1.13 Cereals
    - 1.14 Cerveses
    - 1.15 Conserves
    - 1.16 Conyac i brandis

- 1.17 Dolços de Nadal
- 1.18 Espumosos i sidres
- 1.19 Formatges
- 1.20 Galetes
- 1.21 Gelats
- 1.22 Grasses alimentàries
- 1.23 Infusions
- 1.24 Lactis
- 1.25 Licors
- 1.26 Olis
- 1.27 Pa i pastisseria
- 1.28 Pastes alimentàries
- 1.29 Postres frescos
- 1.30 Postres secs
- 1.31 Productes de cacau
- 1.32 Salses
- 1.33 Sucs
- 1.34 Vins
- 1.35 Whiskies
- 1.36 Xocolates
- 1.37 Varis alimentació
- 1.38 Línia alimentació
- 1.39 Varis begudes
- 1.40 Línia begudes

*2. Productes alimentaris destinats a una alimentació especial:*

- 2.1 Alimentació infantil
- 2.2 Aliments per aprimar-se

*3. Complements alimentaris:*

- 3.1 Reconstituents i energètics
- 3.2 Vitamines

#### 4. *Restauració:*

- 4.1 Cadenes de menjar ràpid i/a domicili
- 4.2 Cafeteries i bars
- 4.3 Restaurants

#### 5. *Cadenes i tendes d'alimentació i begudes:*

- 5.1 Cadenes i tendes d'alimentació i begudes

#### 6. *Campanyes d'interès públic:*

- 6.1 Campanyes de consum
- 6.2 Campanyes denominació d'origen

- **V.** *Quantitat d'anuncis publicitaris:* És el nombre d'anuncis de tot l'any d'un grup.
- **V.** *Temps en minuts dels anuncis:* És el nombre minuts anuals referits als anuncis publicitaris d'un grup.
- **V.** *Audiències partir de 4 anys:* GPR'S (punts de rating bruts) són els impactes o exposicions que es poden obtenir amb un conjunt de suports expressats en percentatge sobre la població objectiu o sobre la població total<sup>31</sup>.
- **V.** *Audiències mestresses de casa:* Ídem. anterior

---

<sup>31</sup> ORTEGA, E.: (2004). *La comunicación publicitaria*. Pirámide, Madrid, p. 206.

## 5.4 Instruments

Per efectuar la recerca hem elaborat el **material** que hem d'utilitzar que són unes fitxes (fitxa tècnica) que contenen les *dades tècniques* dels programes i dels anuncis.

Seguidament reproduïm esquemàticament el model de les fitxes dels programes, amb els ítems corresponents:

Fitxa programes alimentació. *Presentació sèrie:*

/
1.1 DADES TÈCNIQUES
<b>Sèrie:</b>
<b>Duració:</b>
<b>Producció:</b>
<b>Emissió:</b>
<b>Duració de la sèrie:</b>
<b>Dia de la setmana:</b>
<b>Hora d'emissió:</b>
<b>Periodicitat:</b>
<b>Gènere:</b>
<b>Nivell Educatiu:</b>
<b>Resum Contingut:</b>
/

- Fitxa programes alimentació. *De cada un dels programes de la sèrie*

/	
1.1.1	DADES TÈCNIQUES
	<b>Títol:</b>
	<b>Sèrie:</b>
	<b>Duració:</b>
	<b>Producció:</b>
	<b>Emissió:</b>
	<b>Data d'emissió:</b>
	<b>Dia de la setmana:</b>
	<b>Hora d'emissió:</b>
	<b>Periodicitat:</b>
	<b>Tema:</b>
	<b>Participatiu:</b>
	<b>Resum Contingut:</b>
/	

A continuació reproduïm el model de les *fitxes* que hem fet pels *anuncis publicitaris*:

/		<b>ANY:</b>
	<b>SECTOR:</b>	
	<b>GRUP:</b>	
	<b>PRODUCTE:</b>	
	- <b>ANUNCIS PUBLICITARIS</b> .....	
		%
	- <b>TEMPS</b> .....	
		%
	- <b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 i més anys:</b> .....	<b>GPR'S</b>
		%
	- <b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa:</b> .....	<b>GPR'S</b>
		%
	<b>OBSERVACIONS:</b>	
/		

Posteriorment, hem aglutinat cada un dels cinc anys que dura el treball en una sola fitxa que transcrivim tot seguit:

/					
<b>SECTOR:</b>					
<b>GRUP:</b>					
<b>PRODUCTE:</b>					
	<b>ANY:</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002 2003</b>
<b>ANUNCIS PUBLICITARIS:.....</b>					
		%			
<b>TEMPS: .....</b>					
		Minuts			
		%			
<b>AUDIÈNCIA. Contactes 4 anys i més:.....</b>					
		GPR'S			
		%			
<b>AUDIÈNCIA. Contactes mestresses de casa: .....</b>					
		GPR'S			
		%			
<b>Observacions:</b>					
/					

Pels objectius de l'estudi, el context en què es desenvolupa i el marc metodològic, utilitzem la "fitxa tècnica" com a instrument per l'estratègia de recerca per recollir la informació que volem obtenir. Aquest sistema ens permetrà, d'una banda recopilar informació i construir un material de consulta a partir de les dades que anem recollint i, d'altra, fer estimacions a partir de la mostra estudiada.

Aquestes fitxes s'han elaborat tenint en compte la tesi d'Escudero (1990) però adaptades al nostre propi estudi després de veure quines eren les variables que realment ens interessaven.



Hem procurat sempre omplir tot el que la **fitxa** sol·licita encara que sigui breument, en altres casos se'ns fa difícil encabir totes les dades que s'obtenen; exceptuant el programa *Saber viuir* que explicarem més endavant acuradament. Però no hi ha dubte que la "fitxa tècnica" és una bona pauta per efectuar la recerca programàtica i documental que ens interessa és una guia eficaç en la primera i llarga etapa de la investigació que ens havíem proposat. Es tracta, és clar, d'un procediment, d'un simple detall tècnic; però el ressenyem perquè forma part del mètode de recerca que hem utilitzat, i que consisteix en cercar sistemàticament les dades útils que són la base del nostre estudi.

En les fitxes avaluem entre variables i dades d'identificació, 27 dades que podem agrupar en els següents apartats:

1. Referides als programes: 13 variables i 8 dades d'identificació.
2. Als anuncis televisius corresponen: 6 variables i 1 dada d'identificació.

## **5.5 Límits del treball**

Una vegada tenim acotada la mostra el període de recollida de dades, es farà en un espai de cinc anys, concretament des del 1 de gener de 1999 fins el 31 de desembre de 2003.

## **5.6 Procediment**

Per realitzar la recollida de dades tant dels programes com dels anuncis publicitaris hem realitzats els següents passos:

### **5.6.1 Els programes sobre alimentació**

Ha consistit durant força temps en recopilar el material de treball, el programes que sobre alimentació hem pogut visualitzat per televisió; ja que cap televisió, ni TVC ni TVE, ens ha permès entrar en les seus bancs de dades, per la qual cosa s'ha demanat a ambdues televisions, TVC i TVE, com hem comentat abans, als seus departaments de documentació un índex dels programes que s'havien emès sobre alimentació; concretament al Departament de Documentació (Servei de còpies i Venda d'Imatges d'Arxiu)

de TVC ens va proporcionar l'índex de programes sobre alimentació que havien emès durant el període esmentat a TVC, ja que en aquell moment encara no tenien el seu web ben estructurat, i així vàrem poder constatar totes les dades.

En quant a TVE va ser una mica més complicat; a TVC de Catalunya també al departament de documentació no va tenir cap problema en facilitar-nos tota la informació que els hi vàrem demanar, però no fou així amb TVE de Madrid, concretament amb el programa matinal i diari de *Saber Vivir*.

*Per la seva rellevància en el tema de la tesi tractarem més específicament el procediment utilitzat per l'anàlisi de les dades del programa Saber vivir. En el moment en que ens vàrem posar en contacte amb el departament de relacions exteriors del programa Saber vivir ens van comunicar que la informació que els demanàvem no depenia d'ells; al ser una emissió diària vam creure que no tindríem problemes per obtenir les dades que necessitàvem dels programes que van ser emesos entre al 01-01-1999 fins el 31-12-2003; va ser gràcies a la intervenció de la cap del Servei de Documentació, de TVE Catalunya que vàrem poder contactar amb Gerència de RTVE però només ens van donar informació de 193 programes, la majoria referits a alimentació (131), la resta (62) eren d'altres temes. Al web del programa tampoc tenien les dades*

*ordenades dels anys que ens interessaven. El motiu, era el mateix que ens hi hem anat trobant sempre, era complicat de facilitar-ho per problemes de temps i a nivell individual no podíem accedir a la seva informació.*

*Davant aquesta situació vàrem optar per consultar l'hemeroteca de "La Vanguardia", dia a dia; així vam constatar que s'ha havien fet 918 programes, vam reconstruir l'estructura de les 725 fitxes que faltaven; a les que el diari hi havia posat un títol, s'ha posat i a les que no hi havia res, s'ha indicat "No consta", encara que sí que hi ha hagut programa, i com a tal sí que compta.*

*Malgrat tot, ens mancava el temps dedicat a l'alimentació dels programes no proporcionats per TVE.*

*Ho hem resolt fent dos llistat:*

- *Del llistat "Informació programes Saber viure proporcionada per TVE referits a alimentació" hem extret el "percentatge mig" de temps dedicat als 131 temes que ens parlen d'alimentació = 70,81 %.*
- *Del llistat "Informació programes Saber viure proporcionada per TVE no referits a alimentació" hem deduït:*
  - *El percentatge de temps (x) on hi ha **consells dietètics i recomanacions pràctiques** per aconseguir una*

- *alimentació idònia a totes les edats, i a vegades una demostració a plató d'un menú elaborat seguint criteris nutricionals = 4,14 %.*
- *El percentatge de temps (xx) inclou consells i recomanacions d'acords amb el tema central de **La Consulta** en cada una de les emissions i alguns comentaris "molt puntuals" relacionats amb l'alimentació = 11,42%.*

*Davant la dificultat de poder obtenir totes les dades del programa Saber Vivir creiem que vàrem escollir la millor opció que fou la **de la proporcionalitat** (p.e. si un programa dura 30 minuts el temps dels diferents espais dedicats a l'alimentació no serà el mateix que si dura 40 de minuts) per poder així treballar amb dades el més objectives possible i poder quantificar-les; malgrat tot sempre hi haurà alguna desviació ja que la duració dels diferents espais no ha estat tant exacta, però és insignificant respecte el nombre total de programes, ja que estem parlant de segons, i vàrem optar per no tenir en compte aquestes petites desviacions.*

*El programa ha passat per tres etapes:*

1. *S'emet, per primera vegada, des del 8 de gener del 1997 fins el 28 de juny del 2002 en solitari.*

2. *Passa a formar part del programa Por la mañana, com una secció més, des del 5 de setembre del 2002 fins el 22 de novembre del mateix any.*
3. *El 25 de novembre del 2002 comença una nova etapa com a programa independent.*

*Durant el temps que el programa ha estat inclòs en el contenidor de Por la Mañana, no tenim informació sobre els temes tractats, no obstant, fonts consultades del programa, el departament de relacions exteriors, ens indiquen que van seguir els mateixos criteris de sempre.*

*Tots aquests percentatges els hem aplicat a les fitxes marcades amb \*, que són les que TVE no ens ha proporcionat les dades.*

*En el moment d'enquadrar els continguts de les fitxes dels programes (tema del dia) en àrees temàtiques ens trobem, novament, en que en el programa Saber vivir de TVE hi ha fitxes que no tenim constància del tema -veure CD 2.6 SABER VIVIR – Aclariments (1)- .*

*Hem resolt la situació de la següent manera:*

1. *Fent un llistat del programa Saber vivir on queda reflectida l'àrea temàtica de cada un dels continguts del programa.*

2. Fent un altre llistat (provisional) on els continguts (el tema del dia) estan agrupats per àrees temàtiques.

Les freqüències en que han estat tractats els continguts es poden consultar en la següent taula:

<b>Àrees temàtiques</b>	<b>Freqüències</b>
<i>Dietes i malalties</i>	349
<i>Dietes per aprimar-se</i>	19
<i>Fam</i>	1
<i>Fast food</i>	3
<i>Gastronomia</i>	3
<i>Hàbits alimentaris</i>	286
<i>Informació sobre diferents tipus d'aliments</i>	27
<i>Nous aliments</i>	1
<i>Seguretat alimentària</i>	6
<i>Trastorns alimentaris</i>	15
<i>Tema "No consta"</i>	208
<b>TOTAL</b>	<b>918 freqüències</b>

Quadre 1. Àrees temàtiques/freqüències provisional

- Per la manca de dades que ja hem explicat anteriorment, cerquem una "proporcionalitat estimada" (ja que la temàtica dels diferents programes segueix un ordre repetitiu molt semblant), en freqüències entre el tema "No consta" en relació amb les altres àrees temàtiques on si tenim constància del tema:

<b>Àrees temàtiques</b>	<b>Increment</b>
<i>Dietes i malalties</i>	<i>(710x349/208=102,24 vegades en que s'ha d'incrementar aquest ítem).</i>
<i>Dietes per aprimar-se</i>	<i>(710X19/208 = 5,56 ídem)</i>
<i>Fam</i>	<i>(710x1/208 = 0,29 ídem)</i>
<i>Fast food</i>	<i>(710x3/208 = 0,88 ídem)</i>
<i>Gastronomia</i>	<i>(710x3/208 = 0,88 ídem)</i>
<i>Hàbits alimentaris</i>	<i>(710x286/208 = 83,79 ídem)</i>
<i>Informació sobre diferents tipus d'aliments</i>	<i>(710x27/208 = 7,91 ídem.)</i>
<i>Nous aliments</i>	<i>(710x1/208 = 0,29 ídem)</i>
<i>Seguretat alimentària</i>	<i>(710x6/208 = 1,76 ídem)</i>
<i>Trastorns alimentaris</i>	<i>(710x15/208 = 4,40 ídem)</i>

Quadre 2. Àrees temàtiques/increment

- *Fem un llistat definitiu del programa "Saber vivir" per àrees temàtiques on queden inclosos els temes que abans no en teníem constància, ja que hem incrementat cada una de les freqüències en la proporcionalitat estimada que els corresponia. Les freqüències queden d'aquesta manera:*



<b>Àrees temàtiques</b>	<b>Freqüències</b>
<i>Dietes i malalties</i>	451
<i>Dietes per aprimar-se</i>	25
<i>Fam</i>	1
<i>Fast food</i>	4
<i>Gastronomia</i>	4
<i>Hàbits alimentaris</i>	370
<i>Informació sobre diferents tipus d'aliments</i>	35
<i>Nous aliments</i>	1
<i>Seguretat alimentària</i>	8
<i>Trastorns alimentaris</i>	19
<b>TOTAL</b>	<b>918 freqüències</b>

Quadre 3. Àrees temàtiques/freqüències definitiu

*La tasca ha estat un xic llarga i feixuga, però ha valgut la pena. Amb la informació obtinguda directament, completada amb consultes diverses, amb bibliografia apropiada i amb esforç personal, hem pogut reconstruir bastant acceptablement el curs periòdic del programa Saber Vivir.*

Paral·lelament complimentem les fitxes. Creiem que la "fitxa tècnica" ha estat una bona pauta per fer la recerca programàtica i documental que ens interessa i que ens ha servit com una guia eficaç en la primera i llarga etapa de la

investigació; forma part del mètode de recerca que hem utilitzat i que consisteix en recollir sistemàticament les dades útils per a elaborar un llistat correcte dels programes alimentaris de les dues televisions TVC (TV3 i C33) i TVE (TV1 i TV2).

Per complimentar aquestes fitxes hem utilitzat quan ha fet falta diaris, publicacions i informes, Internet, consultes telefòniques, informacions de les dues televisions, tant de TVC com de TVE i les nostres pròpies observacions. Així hem elaborat una relació de tots els programes en que les dues televisions tracten o han tractat en un moment o altre l'alimentació, sigui a nivell, gastronòmic, antropològic, cultural, etc.

### **5.6.2 Anuncis publicitaris sobre alimentació**

Com hem mencionat abans aquestes dades han estat extretes de l'empresa SOFRES. Vàrem contactar amb el departament de relacions comercials de la seva central a Sant Cugat del Vallès. Aquesta empresa és la que domina el sector i fa unes publicacions anuals en què s'hi pot trobar tot el que fa referència a publicitat i televisió. Per al nostre treball hem utilitzat les que feien referència a alimentació, encara que hem tingut certes dificultats i mancances,

a l'haver-nos d'adaptar en part a les seves classificacions, davant de la impossibilitat de poder obtenir el que els demanàvem, ja que ells no podien dedicar temps la nostra recerca ni tampoc ens podien deixar a nosaltres interactuar en els seus ordinadors.

Abans de poder efectuar un veritable anàlisi de contingut i una mesura quantitativa de la documentació volem fer referència al gran lògic i excel·lent semàntic d'aquest segle, que va pertànyer a l'Escola de Viena, és a dir Rudolf Carnap, qui ens diu que hi ha tres conceptes de la ciència que en certa manera coincideixen amb la vida quotidiana, aquests són: *classificatoris, comparatius i quantitatus*. Afegeix. "Per concepte classificatori entenc simplement un concepte que situa un objecte dins d'una certa classe... Varien en la quantitat d'informació que ens donen sobre un objecte... Quan situem l'objecte en una classe més restringida, augmenta la informació respecte d'aquest..."<sup>32</sup>.

Anomenem metodologia significativa la que fa referència no només a l'enunciació o indicació dels programes, amb els diversos ítems fins arribar al seu contingut, com es feia en la fitxa tècnica, sinó que a partir d'un *índex temàtic*, que prèviament hem establert *l'hem correlacionat qualitativament amb el contingut de cada una de les fitxes*; també ens ha semblat oportú saber el *nombre d'entrades de cada una de les àrees temàtiques*. Posteriorment

---

<sup>32</sup> CARNAP, R.: (1985). *Fundamentación lógica de la física*. Orbis, Barcelona, p. 51.

hem tractat el *temps de les diferents àrees temàtiques per programes* per saber-ne els *percentatges*. Tot seguit hem establert la *relació entre l'Àrea temàtica i el temps*; després passem a agrupar el *temps dels programes en percentatges* per acabar aquesta part amb un *resum del temps total dels programes que s'han dedicat a l'alimentació entre 1999-2003* en les televisions amb les quals fem el treball.

Un dels puntals del treball és la *relació que hi ha en els programes en què hi ha una recepta de cuina amb el que es recomana en la Piràmide de l'alimentació saludable de l'OMS*; en aquest apartat hem tingut en compta la variabilitat en més o menys en els anys en que esta referit l'estudi.

També hem comparat els *anuncis amb la Piràmide de l'alimentació saludable entre 1999-2003* (per anys).

De cadascun dels anys (1999-2003) hem fet una anàlisi de les dades que ens informen sobre la publicitat televisiva per veure la *diferència que hi ha a nivell global entre la publicitat que es dedica a alimentació i la resta de publicitat*; també hem cregut interessant veure la totalitat de *publicitat televisiva per sectors i any*, aquest mateix criteri l'hem seguit per els *sectors/grups* per finalment *relacionar els productes alimentaris de consum ordinari classificats segons la Piràmide de l'alimentació saludable*. Per últim, hem especificat la publicitat televisiva de tots els anys de l'estudi 1999-2003 confeccionant les següents taules:

- Resum publicitat televisiva.
- Variabilitat percentatges publicitat televisiva 1999-2003 (anual i global).
- Resum publicitat televisiva per sectors 1999-2003.
- Variabilitat percentatges publicitat televisiva per sectors 1999-2003 (anual i global).
- Productes alimentaris de consum ordinari classificats segons Piràmide alimentació ANUNCIS.
- Productes alimentaris de consum ordinari classificats segons Piràmide alimentació TEMPS.
- Productes alimentaris de consum ordinari classificats segons Piràmide alimentació AUDIÈNCIA A PARTIR DE 4 ANYS.
- Productes alimentaris de consum ordinari classificats segons Piràmide de alimentació AUDIÈNCIA MESTRESSES DE CASA.

En cada un dels esquemes, resums o taules hi figuren anotacions a peu de pàgina que aclareixen els possibles dubten que puguin sorgir en el moment de la seva consulta.

## **5.7 Anàlisi estadística**

Finalment, volem assenyalar que, encara que la metodologia d'aquest treball és qualitativa hem aplicat una anàlisi més profund transformant les variables en dades que permetin un tractament quantitatiu, ja que es considera que aquesta tècnica aporta més profunditat a l'anàlisi i és per aquest motiu que l'hem aplicat. El tractament estadístic de les dades s'ha fet amb el programa EXCEL avançat que ens ha permès:

1. Fer una entrada de dades de forma ràpida i senzilla
2. Generar gràfiques
3. Crear fitxers de dades que simulen un full de càlcul.

Els resultats s'han expressat en forma de percentatges tant en els cas de les variables que són qualitatives com les que són quantitatives.

## 6. ESTRUCTURA. CONTINGUT

L'estructura que hem donat al treball és simple, com que el material és abundant hem procurat no complicar la quantitat de dades organitzant-les difícilment de manera poc clara, hem cregut que calia simplificar l'estructura del treball, la indicació ordenada del seu contingut, per a poder facilitar el seu maneig i el seu aprofitament documental i instructiu. Per això, des de bon començament vàrem voler remarcar que es tractava d'una investigació explicativa i documentalista en l'aspecte audiovisual i educatiu-cultural, i que convenia organitzar les dades i les classificacions que se'n desprenien seguint la pròpia relació documental objecte de la recerca i els índexs classificatoris escollits com a més adients al caràcter cultural-educatiu dels programes. Diem sempre cultural-educatius (o viceversa) per significar , com hem indicat breument abans, la referència, no ja tan sols a l'*educació formal* i la *no formal*, sinó també, i potser principalment, a la *informal*. Aquesta última sintetitza els processos de socialització i de culturització. D'aquí que el nostre treball, a més d'una investigació descriptiva-documental pedagògica o educacional, és una investigació culturalista.

La nostra recerca està constituïda per 4 apartats que passem seguidament a descriure:

**a. Primera part:**

En primer lloc, donem compte d'unes *generalitats* prèvies al treball pròpiament dit, es corresponen amb aquesta *introducció*, per explicar breument la finalitat de l'estudi, l'estat de la qüestió, els objectius, la metodologia emprada i l'estructura, i el contingut.

**b. Segona part:**

En aquest apartat fem una exposició resumida sobre els temes que serveixen per ubicar-nos com són *l'educació, l'alimentació, la televisió, la publicitat, i l'educació en informació i comunicació*, en la que intentem clarificar conceptes que creiem són bàsics per introduir-nos en el cos del treball.

**c. Tercera part:**

Una vegada fetes les "fitxes tècniques" i introduïdes les dades s'obtenen els resultats de la investigació. Tot seguit, es comprova si s'han acomplert els objectius proposats i si s'accepta o es refuta la hipòtesi plantejada. Es correlacionen les dades, es calculen els percentatges i



es construeixen les taules i les gràfiques per així donar pas a les conclusions.

#### **d. Conclusions:**

La tesi es tanca amb l'apartat de conclusions, on es revisa l'objecte d'estudi, els objectius i es replanteja i verifica la hipòtesi de treball formulada a l'inici de la investigació.

Capítol I. 1	Capítol I. 2	Capítol I. 3	Capítol I.4	Capítol I.5	Capítol I.6	<b>II. Marc teòric</b>				<b>III i IV. Investigació</b>		
						Capítol II.1	Capítol II.2	Capítol II.3 i 4	Capítol II.5	Capítols: III.1 i 2 IV.1 i 2		1
<b>I. Generalitats</b>  .Revisió bibliogràfica .Objectius i hipòtesi de recerca .Metodologia .Fitxa tècnica						.Introducció temàtica				.Recollida de dades  .Resultats  .Interpretació dels resultats		<b>V. Conclusions</b>

Quadre 4. Procés de la investigació.

### **e. Bibliografia**

La bibliografia s'agrupa segons una disposició alfabètica de caràcter general i una webgrafia.

### **f. Annex (format CD):**

Finalment, completa el treball un annex on hi ha totes les fitxes tant del programes com dels anuncis que s'han utilitzat per l'estudi, així com tot el procés que s'ha seguit en el programa Saber viure.

Per tancar aquesta presentació introductòria sobre l'estructura i el contingut documental de la recerca, vull fer menció d'una cita del pedagog documentalista E. Ekman<sup>33</sup>, quan parla de la documentació en la investigació educativa. Diu així: "La

---

<sup>33</sup> EKMAN, E.: (1990). "La documentación en la investigación educativa" a *Enciclopedia Internacional de la Educación*, vol. 3. Vicens Vives/Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid-Barcelona, p. 231.

documentació consisteix en la col·lecció, la classificació, la recuperació i la distribució de tot tipus d'informació. Implica no tan sols l'anàlisi i la utilització de la informació, sinó també l'estudi dels mètodes que faciliten la recerca d'informació i les diverses formes d'utilitzar els documents" (Ekman, 1990). Seguint això, voldria que aquesta recerca (aquí de documentació audiovisual televisiva) servís per estimular l'estudi metodològic per trobar i sistematitzar informació cultural i educativa, al servei de l'ensenyament, de la cultura i de la societat. Aquest estudi vol aportar elements de reflexió en aquest sentit.