Introducción

La creciente influencia de los medios tecnológicos se vuelve evidente en todos los espacios de la vida humana. Los modos de entender y percibir la realidad han cambiado. La forma de cómo se conoce y se concibe el mundo ya no es igual que antes. Sin duda alguna, los medios han modificado nuestra relación con el entorno.

Jordi Adell, profesor de Ciencias de la Educación de la Universidad de las Islas Baleares afirma que las tecnologías de la información y comunicación han desempeñado un papel fundamental en la configuración de nuestra sociedad y cultura. La tecnología ha transformado al ser humano, lo ha hecho para bien y para mal; las tecnologías ya asentadas a lo largo del tiempo, las que utilizamos habitualmente desde la infancia, están tan perfectamente integradas a nuestras vidas como una segunda naturaleza que se han vuelto invisibles.[1]

> Después de más de cincuenta años de desarrollo, la televisión es uno de los medios masivos de comunicación con más amplia cobertura. La existencia de este medio ha constituido un doble reto: por una parte se considera que el gran crecimiento de la televisión como industria del entretenimiento y el tipo de programación al que ha dado lugar, no solamente no contribuye, sino que se opone a los ideales más altos de la acción educativa. De esta preocupación ha surgido la necesidad, tanto de imponer controles y regulaciones jurídicas a los medios comerciales, como de formar televidentes capaces de desarrollar una actitud crítica ante el televisor.[2]

En cuanto a la población infantil, en muchos países se producen y difunden programas educativos dirigidos a este segmento, aunque no en todos los casos en la cantidad y con calidad deseables.

En este aspecto, el estudio de la televisión y su relación con la sociedad, específicamente la relación niños-televisión, es sin duda una problemática actual,

---

[1] David Kleeman. Los niños y los nuevos medios. Exposición durante el evento de Televisión de calidad en Bogotá, Colombia del 13 al 19 de septiembre de 2000 http://www.comminit.com/la/lact/sld-723.html
[2] Ramos, Rodríguez José Manuel. Propuesta de un marco para la evaluación intrínseca de la calidad de programas de televisión educativa infantil. UDLA-Puebla, 1998, p.1

dado que estamos en un momento clave para el surgimiento de nuevos planteamientos e interrogantes respecto a las acciones que tomamos como seres humanos y a la condición de las sociedades actuales rodeadas de la basta gama tecnológica que “rige” nuestras vidas.

Han sido muchos los estudios sobre la influencia de la televisión en los niños y muchas las investigaciones sobre sus efectos y consecuencias, sin duda alguna la televisión y los niños son un tema inseparable de la polémica actual. Pero ¿qué tanto se ha logrado aportar en realidad al manejo de esta problemática?

Con la intención y la responsabilidad como estudiante de Ciencias de la Comunicación, de poder contribuir de alguna manera a la mencionada polémica, la presente investigación cualitativa, comprendida en cinco capítulos, persigue la finalidad de identificar algunos elementos que puedan ayudarnos, como investigadores, a comprender un poco más el comportamiento de un segmento de la población que decide exponerse a determinados programas de televisión.

En mi primer capítulo, denominado Marco Teórico, he incluido información que nos permitirá conocer el papel de la televisión en la sociedad infantil, así como los diferentes niveles en los que los niños pueden recurrir a este medio como una fuente de información, socialización o entretenimiento, dependiendo del nivel de desarrollo en que se encuentren. Lo anterior, aunado a la importancia de exponer y realizar este tipo de investigaciones.

El segundo capítulo detalla el planteamiento del problema del cual parte mi interés por realizar esta investigación. En este capítulo el lector podrá conocer la barra programática de televisión que se trasmite abiertamente en nuestro país y a la cual los niños tienen acceso, sin importar si esta programación está o no dirigida a ellos.

La metodología está integrada en el tercer capítulo de la tesis. Aquí describo cada uno de los pasos realizados mediante los cuales se llevó a cabo la

investigación. Recalcando la importancia de la investigación cualitativa en este tema.

En seguida, el análisis detallado de los resultados arrojados por la investigación se encuentra en el cuarto capítulo. Aquí se conocerán los gustos y preferencias de un segmento de la población infantil que decide exponerse cotidianamente a la programación televisiva.

Posteriormente, en el último capítulo se encuentran las conclusiones, que no son más que el análisis de toda la información obtenida a lo largo del desarrollo de esta investigación, aunada a mi inquietud por poder generar una propuesta que permita el desarrollo de un producto televisivo con las características adecuadas para la población a la cual será dirigido.

El objetivo general de esta investigación es proponer una guía que permita desarrollar programas mexicanos de televisión infantil, adaptados a las necesidades cognitivas y educativas de niños entre 6 y 9 años de edad, de clase socioeconómica media-baja y baja.

Siendo esto posible mediante los objetivos específicos: conocer el rol de la televisión en la audiencia infantil mexicana de acuerdo con análisis de contenido existentes; identificar las características cognitivas y necesidades de la audiencia infantil de clase media-baja y baja; describir de manera general la barra programática de televisión abierta en México; identificar la programación que genera mayor interés en la audiencia infantil y porqué; proponer una guía que permita desarrollar programas de televisión que respondan a las necesidades cognitivas y educativas de los niños entre 6 y 9 años de edad de clase media-baja y baja.

La justificación que otorgo a la realización de esta investigación radica en que, a pesar de la amplia gama de programas infantiles de televisión que se transmiten durante poco más de 12hrs diarias, México es un país con insuficiente programación televisiva infantil de calidad. En nuestro país los términos educativo

y cultural son sinónimo de aburrimiento, por lo cual, todo programa de televisión con ese enfoque se considera poco atractivo.

La audiencia infantil está catalogada como un mercado consumidor en potencia, de ahí parte el hecho de que los programas de televisión enfocados a estos tengan un giro 100% comercial y no educativo, ya que lo importante es vender.

Debido a esto existe un notable desinterés por parte de autoridades gubernamentales y empresas particulares para la producción de programas infantiles de esta índole, pues la adquisición de programas extranjeros con giro comercial ha sido una opción que a la fecha funciona muy bien para vender y por lo tanto, ha alimentado esta postura.

Todo indica que las posibles necesidades de la audiencia poco interesan al gobierno y empresas particulares; generar una necesidad de consumo parece ser el punto primordial de la programación televisiva a la que los niños están expuestos. Si bien, ésta es la única finalidad que se le ha atribuido a la TV, tristemente se demuestra un notable desaprovechamiento del medio

Es por ello que considero necesario hacer un análisis de lo que la audiencia infantil espera ver en un programa de televisión, de qué manera busca satisfacer algunas de sus necesidades cognitivas o sociales y, mediante esta investigación de índole cualitativo, proponer criterios que ayuden a la elaboración de productos televisivos pensados y dirigidos a las características y necesidades de la audiencia meta, con temas que ayuden a elevar una cultura televisiva sana en niños.

Creo firmemente que ‘publicidad’ y ‘calidad educativa’, son dos tópicos que pueden funcionar muy bien juntos si se trabajan como una nueva propuesta de producción televisiva en México.

Por ello, esta investigación busca desarrollar una guía o modelo, que permita la elaboración de proyectos de televisión infantil, en donde se expliquen cada uno de los pasos a seguir y los elementos que se deben considerar para poder elaborar una propuesta de televisión educativo-divertido, enfocada a la audiencia infantil mexicana.

Sin embargo, una limitante es que esta investigación no consiste en el diseño de una propuesta específica de producto televisivo, sino en la elaboración de un modelo que podrá ser aplicado únicamente a nivel regional, facilitando el desarrollo de proyectos televisivos enfocados a la audiencia infantil pertenecientes a un nivel socioeconómico medio-baja y bajo, que además se encuentre entre los 6 y 9 años de edad.