# INTRODUCCIÓN

De manera social, comercial y política, la televisión adquiere un desarrollo y un poder que hace inviable e imposible su erradicación. A nivel socio-cultural se debe admitir que, se quiera o no, la sociedad se desenvuelve en un mundo en el cual la televisión impera. La escuela encuentra en la televisión un adversario importante en cuanto a lo que el desarrollo infantil se refiere pues del tiempo dedicado a estas dos actividades (mismas que contribuyen en el desarrollo), muchas veces crean barreras de atención en los niños.

Los hogares de hoy están abiertos a todos los acontecimientos del mundo; alrededor de la televisión se organizan las noches familiares en el tiempo libre. Reflejo de la vida social, este medio masivo es, al mismo tiempo, uno de sus elementos. Todo acontecimiento encuentra ahí su lugar, y adquiere, gracias a ella, su dimensión: especialmente la vida política: ningún hombre público imagina gobernar sin ella. Es posible equivocarse en el modo de ser utilizada y negar los efectos que provoca; lo que no es posible, es considerarla cuantitativamente desdeñable.

Es evidente que hablar de una sociedad “televisualizada”, olvidándose, por descuido o con intención, de otros aspectos trascendentales que acompañan a tal característica, implica una simplificación grave. No cabe aludir a esta sociedad “prensada” por la televisión, su motorización, de las condiciones de vida en las grandes ciudades, del grado de dependencia

internacional, del valor de la información a nivel de las relaciones de empresa o de conflictos bélicos entre bloques políticos. Algunos de estos aspectos colaboran de forma notoria a que incluso se establezca en los ciudadanos un creciente proceso de tele-adicción.

En el caso concreto de la televisión es preciso plantear si, por su propia naturaleza, merece un tratamiento analítico específico. Y cuando se habla de "su propia naturaleza" se hace con la intención de diferenciar claramente el hecho mismo de la presencia de la televisión en la sociedad y el hecho de que se utilice de tal o cual modo.

¿Se puede pensar seriamente que la televisión por cable puede cambiar las tendencias actuales? *A priori* hay algo paradójico en querer superar una cierta saturación al crear nuevos canales y, por lo tanto, más programas. ¿El éxito de la televisión no se debe mucho a su aspecto irreal y a la proeza que significa lograr que día y noche introduzca en casa de los espectadores un pedacito de la vida del planeta? La tele-distribución no busca sistemáticamente lo opuesto, pero también quiere ofrecer, al menos localmente, la información más familiar, la más cercana y cotidiana.

La alianza de la televisión con la enseñanza da, parcialmente, una luz de cierta pedagogía original. Se afirma que la presencia de diez o veinte programas transmitidos por cable –siempre que lo sean realmente- conduce inevitablemente a la obligación de elegir un programa.

La televisión tiene una influencia en la estructura de la vida diaria mayor que todas las demás novedades aparecidas en el presente siglo[1]. La dependencia que este medio masivo crea al anular sus referidas propiedades semi-hipnóticas, no es milagrosa ni misteriosa y no se desvincula de otros fenómenos sociales. La tele-distribución no transforma toda la televisión con su programación, pero al menos hace algunos cambios. Si dos o tres programas hacen demasiada pedagogía, es posible que la nivelación se haga por lo bajo. En cambio, si diez de ellos encuentran más libertad, la pedagogía se enlista por lo alto.

La originalidad televisiva no es fácil de definir. No debe ser confundida ni con las palabras esotéricas ni con las elucubraciones reservadas para algunos iniciados.

La tele-distribución presenta posibilidades muy atractivas, pero la televisión tradicional ya instalada, crea hábitos que difícilmente son vencidos. ¿Las posiciones de la televisión se ven fijadas de un modo irreversible? Actualmente, hay una conquista del universo, lo cual la convierte en su "ventana abierta". Hombres y mujeres, sin importar raza o edad y otros factores sociales, se instalan todas las noches frente a la "caja mágica", misma que los fascina y les hace soñar. El mundo que ven en ella es tanto real como imaginario, pero deviene su universo, aquel en el que viven. En algunas ocasiones se percibe a la televisión como droga: no es dudoso que la televisión sea actualmente un objeto indispensable de vida. De manera frecuente la

[1] J.P. Robinson: *Televisión´s impact of everyday life,* citado por Liebert, Neale y Davidson en la TV y los *niños.* Barcelona, Fontanella, 1973, pp. 39, 40 y 43.

compra de este medio a crédito aparece en las clases socio-económicas más modestas, en comparación con otras inversiones aparentemente más necesarias para una vida confortable.

La función de los medios de comunicación es servir al auto-movimiento social administrado unilateralmente por quienes están a cargo, también de manera paralela, la "comunicación". Ningún sector social puede escapar, entonces, a esta gigantesca labor integradora. En palabras de Gaviria, M. la cuestión se resume así:

> Al confundirse la libertad con el consumo de mercancías, y la posibilidad de elegir libremente con la posibilidad de comprar objetos libremente (siempre y cuando se tenga dinero), se acaba convirtiendo al vecino de las grandes ciudades en productor en las fábricas, consumidor en la tienda y espectador ante la tele y en turista pasivo si quiere salir de la ciudad. Entre la producción, el consumo y el espectáculo, entre la fábrica, el centro comercial y la sala de televisión, quedaría la calle, aquel otro espacio dominado actualmente por el poder[2].

En definitiva, la televisión como medio de convivencia tiene una importancia abundante en las sociedades actuales, el "ver" televisión acompañado o no, se convierte en una actividad determinante y casi

---

[2] M. Gaviria: *Prohibir, vigilar, educar y hacer trabajar a la plebe.* "El Viejo Topo", extra, núm. 5.

establecida para el ser humano actual. Lo que ve y percibe a través de ella y el captar los mensajes emitidos, le crean al ser social un espejo en el que cada vez que deseen escapar de sus problemas con sólo presionar un botón puede huir de esa realidad que tanto incomoda.

Como medio de comunicación, la televisión cada día se propaga aún más, y en definitiva, se mantiene como el “preferido” entre las masas. Cabe señalar que, gracias a la tecnología y al mundo tan globalizado en el que se encuentra la sociedad actual la TV. se considera como factor fundamental de la vida cotidiana, las horas dedicadas y “gastadas” en este medio aumentan en niveles considerables día a día.

Son precisamente los altos niveles de audiencia (a través de los televidentes) quienes han propiciado el incremento de programas y canales con enfoques específicos para cada tipo de público. De ahí que los dueños de algunas cadenas televisivas, a través de ciertos canales, han decidido tomar en cuenta al público infantil y crear tanto productos como programas dedicados a los niños.

Así pues, para entender este análisis se han incluido los diferentes puntos que engloban este trabajo, los cuales son:

**Tema de la Tesis:** El tema es la descripción de la programación del canal *Discovery Kids* de la televisión de paga, así como los mensajes que éste tiene mediante su diferente programación especializada.

**Importancia de la Tesis y sus Implicaciones para las Ciencias de la Comunicación:** Este proyecto es importante pues en la televisión abierta no existen canales dedicados 100% a transmitir programas dirigidos a niños de entre seis a diez años. Por ello se pretende analizar las diferentes características que este canal propone; tales como: contenido, mensajes y programación. Factores que han hecho de este canal un producto tan exitoso para este medio masivo.

**Delimitación del Campo de Investigación y / o Producción:** Este proyecto de investigación considera seis programas junto con sus cortinillas del canal *Discovery Kids* a lo largo de una semana. La transmisión de los diferentes programas son las 24hrs, por ello a lo largo de la semana se escogen días al azar sin preferencia de horario, y por supuesto los programas serán sorteados de igual forma.

**Objetivo General:** Analizar de manera teórica el contenido propuesto por los diferentes programas para niños de entre seis a diez años en su conducta, aprendizaje y comportamiento; esto a través de la diversa programación especializada que este canal tiene.

**Objetivos Específicos:**

- Estudiar el género y características específicas (duración, colores, tipo de animación, etc.) que cada programa tiene
- Analizar el mensaje primordial que cada programa transmite

- Explorar la procedencia de cada producto
- Considerar a qué público va dirigido cada emisión
- Describir brevemente cada programa y la función que tiene dentro del canal

**Marco Teórico Conceptual:** Este proyecto encuentra su base en las diferentes teorías psicológicas y de comportamiento de Jean Piaget sobre los niños, se pretende estudiar si es que existe una relación entre la programación, sus mensajes y el objetivo que este canal tiene hacia el público que desean. A esto, se le agregarán otros autores dedicados al estudio de los niños. Por otra parte se acudirá a la propia página del canal *Discovery Kids* (tudiscoverykids.com) la cual hace referencia a las diferentes etapas de la infancia, describiéndolas y aportando algunos ejemplos. Se toman en cuenta también, algunos teóricos sobre la televisión, la influencia que este medio tiene sobre el público infantil, y cómo es que este propio medio en el formato de paga / cable se ha vuelto un fenómeno entre el tele-auditorio.

**Metodología o Diseño de Modelos de Producción Audiovisual:** Se toman seis programas al día (media hora de duración cada uno); dicha selección será sin “orden” de horario. El análisis de cada producto se realiza con reloj en mano para detallar la duración tanto del propio programa (en el contenido integral) como aquello que abarca cortinillas, comerciales etc. Por otra parte, se hacen notas primordiales sobre cada producto televisivo, colores, lenguaje y características de los personajes, para así tener un panorama general de la distinta programación que se transmite por este canal.

**Planteamiento General del Problema:** Actualmente cuando se habla de programación para niños se piensa en dibujos animados y cómo es que ésta los pueden “entretener”. Sin embargo, a lo largo de estos últimos diez años el público infantil ha tomado una importancia palpable. Los dueños de las grandes televisoras nacionales siguen transmitiendo programas y Dibujos Animados sin pensar en el contenido, el horario ni mucho menos los comerciales que se anuncian en los programas que, en teoría son exclusivos para niños. Por ello es que en estos tiempos es muy poca la producción de programas con mensajes positivos a nivel nacional dirigidos a los niños; es así que sólo aquellos quienes tienen acceso a televisión de paga / cable pueden estar en contacto con canales como *Discovery Kids* enfocados exclusivamente al público infantil, los cuales transmiten no sólo animaciones, sino que cada un de éstas tiene un mensaje característico.

**Justificación:** Es innegable que vivimos en una época en la cual las nuevas generaciones cada vez son más “despiertas”, por ello el canal *Discovery Kids* promueve toda clase de conocimientos y explora la mayor cantidad de valores y relaciones humanas y sociales con el mundo que rodea a los niños.

**Alcances:** La tesis aborda el canal *Discovery Kids* como producto innovador, bien planeado, y con objetivos claramente palpables. La diferente programación cuenta con características específicas a través de las cuales fomenta el aprendizaje de los niños y apela a diversas características

psicológicas de este público. Por otra parte, este análisis estudia si es que los mensajes propuestos por los seis diferentes programas tienen el efecto deseado en el público infantil. Del mismo modo, y para tener un panorama aún mayor de aquello que la tesis es, a continuación se resume el contenido de cada capítulo presentado en este análisis:

Capítulo 1: Para esta parte "introductoria" se decide tomar en cuenta a la Televisión como el medio masivo que es; sus características, y los diferentes conceptos que la envuelven. Así mismo, se toca el tema de las diferencias en cuanto a contenido y programación entre la televisión de paga/cable y la abierta.

Por otra parte se discute el como es que los niños han crecido como tele-auditorio; esto, al crearse con mayor frecuencia productos televisivos dedicados a ellos, a través de sus diversos contenidos y mensajes. Continuando con el punto de los niños como público, se considera también la importancia y el propio significado que a diversos niveles (psicológico y social) que los dibujos animados o Dibujos Animados tienen.

Capítulo 2: Continuando con la temática de los niños, se presentan las características que éstos presentan a lo largo de los primeros diez años de vida, sus etapas de aprendizaje y desenvolvimiento social entre otros factores que comprenden esta etapa del crecimiento humano.

A sí mismo, se toman en cuenta los diversos procesos psicológicos y conductuales por los cuales la infancia se caracteriza; enfocándose, como ya se ha mencionado en los primeros diez años, edades en las que de acuerdo a teóricos (mismos que se mencionarán párrafos posteriores) son los más importantes para la formación de una persona.

Al contextualizar el comportamiento infantil, en este trabajo se presentan las diversas maneras en las que un niño puede entender el mundo que le rodea, una de ellas es el juego y el estar en contacto consigo mismos. En específico y para objetivos de este análisis uno de los entretenimientos que el niño puede tener es ver programas televisivos, por ello, es que se decide valorar el papel que este medio “juega” sobre los menores y cómo es que a estos les afecta o no la poca o mucha exposición que puedan tener.

Capítulo 3: Siguiendo la temática de la televisión junto con la relación que tiene con los niños, el contenido de esta parte del análisis, se enfoca en describir la programación del canal *Discovery Kids,* Como primer punto, y para partir de cómo es que los productos televisivos se presentan, se mencionan los diferentes puntos y concepciones en que los programas se basan para transmitir sus mensaje (principalmente teorías del comportamiento y aprendizaje infantil). Las concepciones que los niños pueden obtener a lo largo de sus diferentes etapas se realizan con el fin de orientar principalmente a los padres de familia.

Por otra parte se discuten aspectos generales del canal analizado, cómo es que concibe su programación, así como algunos datos precisos que sirven de base para enriquecer este análisis. También se discuten las diferencias entre los programas infantiles nacionales, el cómo es que son transmitidos y el escaso “cuidado” que se tiene al programar dichos productos dedicados a los menores. Se analiza la clara diferencia que existe en cuanto a la programación infantil entre los canales nacionales actualmente existentes y aquellos que pueden ser sintonizados por televisión de paga / cable

Capítulo 4: Para esta última sección del trabajo se analiza a fondo el canal *Discovery Kids*; características primordiales, cómo es que se emite la programación, en base a qué factores se escogen las producciones transmitidas y de aquello que consta cada programa.

Se describe la historia y los procesos por los que el canal ha pasado. Cabe señalar que, entre otras características que se mencionan son las razones por las cuáles este canal diseña su programación de acuerdo a las edades y define sus metas y objetivos de cada animación.

Así mismo, se define cada uno de los programas por los que está compuesto este canal, esto, para tener un mejor panorama de lo que esta emisora propone a través de su programación.

En cuanto a la metodología realizada en esta tesis, se decide hacer una pequeña comparación entre los programas infantiles dividiéndolos en bloques

de acuerdo a la audiencia a la que van dirigidos, las metas y objetivos de cada uno. Por otra parte se realiza un pequeño monitoreo de cada producto, y así hacer una breve comparación entre los canales infantiles de televisión abierta con los de paga/cable.