



## LA TDT IMPULSA LA MULTIPLICACIÓN DE CANALES INFANTILES

*M<sup>ra</sup> Dolores Moreno Rodríguez*

*[mlolacasa@terra.es](mailto:mlolacasa@terra.es)*

*Profesora UNED Dénia*

*Licenciada en Ciencias de la Información*

*Doctora en Didáctica y Organización Escolar*

### RESUMEN

Este artículo pretende dar cuenta de una investigación dedicada al análisis de la programación infantil de la Televisión Digital Terrestre (TDT). Y somete a estudio la oferta convergente entre la ya casi extinta televisión analógica y la incipiente televisión digital donde la multiplicación de frecuencias ampara la creación de los primeros canales de temática infantil.

### PALABRAS CLAVE

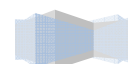
Televisión, digital, niños, oferta, preferencias.

### ABSTRACT

This article seeks to undertake an investigation devoted to the analysis of the children's programs on TDT. Ad it submits to the studio the converging offer between the already extinct analog TV and the new digital TV where the multiplication of frequencies protects the creation of the first children's channels.

### KEY WORDS

Television, digital, children, offer, preferences.



## 1. Introducción

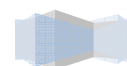
El proceso de tránsito que está experimentando la televisión española de camino hacia el encendido digital empieza a evidenciar algunas de las principales novedades de la Televisión Digital Terrestre (TDT) como es la multiplicación de canales. La ampliación del número de frecuencias conlleva la diversificación de contenidos, y ello se manifiesta en la tematización de parte de la nueva oferta y la segmentación de las audiencias. Un proceso del cual el *target* infantil es, de momento, el principal beneficiado. Pues en el ámbito nacional cuenta ya con dos canales de temática infantil como son Clan TV (TVE) y Disney Chanel. El primero y pionero en cuanto a su llegada a la TDT, es fruto del esfuerzo del ente público RVTE por recuperar un espacio específico para los más pequeños. Mientras que Disney Chanel también se convierte en innovador al trasvasar a la plataforma de la TDT los contenidos anteriormente emitidos en exclusiva en frecuencias de pago. Una nueva opción de la que dispone el público infantil español desde el 1 de julio de 2008. A esta oferta se une asimismo el canal infantil/juvenil de Antena3, Antena.Neox, todavía en proceso de definición como tal aunque desde 2006 muestra dicha orientación temática. Por su parte los programadores de Telecinco, que hasta la fecha habían excluido todo contenido infantil de su parrilla, recuperan la atención de este público con una nueva oferta trasladada a su segundo canal digital. Telecinco2 ofrece contenidos infantiles de la productora estadounidense Turner Broadcasting System que en nuestro país ya distribuye dos canales temáticos infantiles bajo sistema de pago como son Cartoon Network y Boomerang. Mediante dicho acuerdo Telecinco2 incorpora seis horas diarias de programación infantil –actualmente inexistente- que en fin de semana recuperará el primer canal siguiendo la tónica habitual de las televisiones generalistas. Y, finalmente, entre éstas últimas y de emisión exclusivamente digital, cabe destacar el caso de Veo TV que dedica un espacio inusualmente extenso a los niños, especialmente al público de preescolar.

De este modo observamos que la proliferación de canales de temática infantil convierte, de momento, a los más pequeños en objeto/sujeto de los nuevos yacimientos de mercado propiciados por el encendido digital. Un salto cuantitativo, que no todavía cualitativo, que venimos a testimoniar a través de una investigación que globalmente analiza las variaciones de la programación infantil en las modalidades analógica y digital.

## 2. Objetivo de la investigación

Entendemos que el hábito de consumo televisivo de los niños viene condicionado por múltiples factores entre los que también se encuentra la oferta específica destinada a este público. Y este es el motivo por el que hemos considerado necesario realizar un ejercicio descriptivo en el que ubicar, en la parrilla de las televisiones generalistas españolas, los programas infantiles que se emitieron en 2007 por ser éste el momento en que se desarrolla nuestro trabajo. Y de este modo hemos podido definir el perfil de cada medio, en cuanto a su dedicación a la programación infantil. Marco global de la oferta televisiva al que añadimos el análisis específico de unas muestras semanales de los nuevos canales TDT (Clan TV, Antena.Neox, y Veo TV) por ser éstos de temática infantil o dedicar un espacio preferente a este público.

Asimismo, hemos considerado oportuno conocer el *ranking* de los 10 primeros programas seleccionados por los niños como sus predilectos para poder ubicarlos en las cadenas y parrillas de



programación a las que corresponden y completar así nuestra perspectiva general. La opinión de los niños ha sido extraída de una encuesta de cuya elaboración damos cuenta seguidamente.

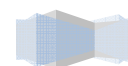
### 3. Metodología desarrollada

Los niños han de ser nuestro punto de partida pero también de llegada. Por lo que nuestro primer paso supone efectuar el análisis de contenido de la parrilla de programación infantil que ofrecen los múltiples canales españoles. Canales analógicos autonómicos y nacionales, públicos y privados a los que se añaden nuevos canales TDT infantiles o que dedican una atención especial a este *target*. Los programas que conforman las parrillas de los diferentes canales de emisión analógica y digital que actualmente conviven se convierten, así, en las unidades de base no gramatical objeto de nuestro estudio. De este modo trataremos de obtener la frecuencia con la que las televisiones programan productos específicos para los niños, cual es su proporción respecto a la programación global del medio, y si el espacio que por ley se les adjudica a los niños se encuentra ocupado por contenidos no aptos para este público. De manera que nuestras unidades de contexto serán los canales de televisión, y consideraremos como unidades de registro cada uno de los programas que emiten los distintos canales. Atendiendo a los criterios de clasificación establecidos por el profesor García Llamas (2003), según los objetivos de la investigación nuestro estudio tiene un fin preferentemente descriptivo en tanto que trata de identificar y catalogar la realidad empírica de unos documentos como son los programas infantiles y su grado de representatividad en el conjunto de la programación que actualmente se emite en abierto. Por otra parte, los parámetros de medida y evaluación que aplicamos son frecuenciales puesto que principalmente hemos contabilizado el número de ocurrencias de las diferentes categorías.

Para ello, nuestro análisis de contenido se desarrolla atendiendo a una serie de variables descriptivas organizadas en dos grupos. Datos de identificación como el nombre del programa, su canal de emisión, y su origen geopolítico. Datos a los que añadimos aquellos otros que catalogamos como características audiovisuales: género televisivo, *target*, horario, duración y resumen.

Una vez desgranada la oferta infantil existente, es decir la televisión a la que tienen acceso nuestros niños, nuestro siguiente paso nos lleva a preguntarles directamente a ellos. Elegimos con este fin una muestra no aleatoria de 2.098 niños de edades comprendidas entre los 6 y los 12 años, matriculados todos ellos en los centros de primaria de Dénia (Alicante). Muestras intencionales, no probabilísticas, directamente condicionadas por nuestra finalidad investigadora; por razones de economía y facilidad de acceso. Pero, a su vez, muestras íntegras que tratan de evitar sesgos y nos permiten la generalización de resultados en el ámbito local en el que inicialmente quedan acotadas. Para determinar la validez de los cuestionarios como instrumento para la recogida de información apelamos a la validez de contenido mediante el juicio de expertos, que valorará la adecuación de las preguntas al rasgo que pretenden medir, a sus objetivos. Pero igualmente recurriremos a la realización previa de un pre-test o aplicación piloto, que nos permite corregir los cuestionarios y observar el modo de respuesta ante los mismos.

En esta segunda fase es el cuestionario la herramienta utilizada para la obtención de información en relación con las dimensiones: TDT, programación y servicios. Y la información obtenida se transforma en datos significativos al someterse a la prueba de validez interna conocida como el



Alfa de Crombach que trata de comprobar si el instrumento que se está evaluando recopila información defectuosa y por tanto nos llevaría a conclusiones equivocadas, o si se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes. Así comprobamos que nuestros cuestionarios poseen una consistencia interna del 0'997. A este análisis incorporamos la prueba no paramétrica Xi Cuadrado según la cual en todas las preguntas de nuestros cuestionarios aparecen 0 frecuencias esperadas menores de 5. Esto significa que todas nuestras opciones de respuesta, estructuradas como una escala nominal, son válidas y los cuestionarios (basados en nuestras hipótesis) han sido bien formulados.

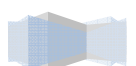
#### 4. Perfil resultante de los canales autonómicos y nacionales

Los canales autonómicos, por norma general, tienden a dedicar un espacio mayor que los nacionales a la programación infantil. Tanto es así que, en la semana analizada como muestra, las televisiones autonómicas han concentrado hasta el 26% (la que más) de la programación infantil emitida en todo el ámbito español, mientras que las televisiones generalistas en ningún momento han superado el 10%. Sirvan como muestras más representativas los casos del segundo canal de TV3 (33/K3) que dado su carácter temático infantil-juvenil acumula, entre semana, 4.070 minutos de programación específica para los niños. Mientras que el canal nacional que más se ocupa de esta franja poblacional es La 2 de RTVE y al acumular 1.635 minutos semanales se sitúa 3 veces por debajo del canal autonómico arriba reseñado.

En segundo lugar, cabe distinguir la política de programación infantil aplicada por aquellas televisiones que cuentan con más de un canal. En todas ellas se ha seguido una misma tendencia, en los últimos años, que pasa por eliminar por completo la programación infantil en sus primeros canales, en la parrilla semanal, y desplazarla a su segundo canal. Es por ello que TV3 (Cataluña), Canal Sur (Andalucía), TVAM (Madrid), y Canal 9 (Valencia) no dedican ni un solo minuto de su programación semanal a los niños. Pero, por el contrario, sus segundos canales son con diferencia los que ofrecen un mayor número de contenidos infantiles. De manera que el canal 33/K3 (Cataluña) emite el 26% del total de la programación infantil, seguido por Canal Sur 2 (Andalucía) con un 15%, Punt 2 (Valencia) con un 11% y CMT (Madrid) con un 5%.

Por regla general, como veremos a continuación, no apreciamos grandes variaciones en cuanto a la política seguida por los canales autonómicos y los nacionales en materia de programación infantil. Pues ambos parecen regirse por dos principios básicos comunes como son el hecho de agrupar buena parte de sus contenidos infantiles en el fin de semana, y entre semana trasvasarlos a su segundo canal en caso de que éste exista. Pero vamos a ver las particularidades que hemos observado en nuestro análisis.

TVE es la única televisión de ámbito nacional que cuenta ya con varios canales en el sistema de emisión analógico, de modo que TVE2 estructura sus franjas de programación atendiendo de manera específica las necesidades de varios *targets* como son el infantil y juvenil. Por ello TVE elimina por completo el tiempo destinado a este tipo de contenidos y es su segundo canal el que programa, entre semana, para los niños. De hecho TVE2 es el canal nacional analógico que incluye un mayor porcentaje de programación infantil, el 10% del total semanal. Asimismo, en fin de semana, ambos canales invierten sus papeles de manera que TVE recupera la programación



infantil alcanzando un 5% y La 2 reduce estos contenidos pasando del 10% semanal a un 1% en fin de semana.

Esta misma tendencia la reproduce TV5 pero con la gran salvedad de que este canal privado se limita a aportar el 5% de la programación infantil a su parrilla y únicamente durante los fines de semana. Es por ello el medio que menor espacio dedica a los niños, un contenido que resulta completamente nulo de lunes a viernes. Antena3 es, en cambio, el canal privado de carácter generalista que incluye un mayor porcentaje de programación para el público infantil, con un 4% semanal que se incrementa hasta el 9% durante los fines de semana.

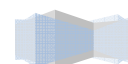
Desde 2005 y hasta 2007 se incorporan dos nuevos canales a esta oferta analógica (programación que tiene su réplica en la TDT). Por una parte nos encontramos con Cuatro que sí dedica a los niños los primeros tramos diarios de su parrilla alcanzando el 3% de la programación infantil semanal. Un porcentaje que se incrementa hasta el 8% durante el fin de semana. En cambio, la Sexta alcanza también un 3% semanal pero porque hemos decidido contabilizar como infantil algunas series de dibujos animados que pese a su formato no están directamente destinadas a un público tan joven. Y a pesar de ello vemos como todavía los fines de semana este porcentaje se reduce hasta un 2%.

Del mismo modo, las televisiones autonómicas sitúan también sus contenidos infantiles en las mañanas de los sábados y domingos, y prácticamente todos ellos se estructuran en torno a contenedores o clubes contenedores. Fórmula a modo de cajón de sastre que, mediante el único recurso propio de unos presentadores, hilvana la emisión de productos adquiridos en los grandes mercados internacionales. La modalidad del club permite además complementar los productos estrictamente televisivos con una página *web* que sirve de apoyo al programa y permite la interacción de los chavales con propuestas de juegos, agenda de actividades o incluso descuentos para asistir a determinados eventos. Así vemos como casi todas las televisiones cuentan con su macro contenedor como; TV3, *Club Super 3*; Canal Sur, *la Banda*; TVAM, *Ciberclub*; CMT, *Kosmi Club*; Canal 9, *Sambòrik*; Punt 2, *Babalà Club*; TVG, *Xabarín Club*; y ETB, *Betizu*. Además, muchos de estos contenedores coinciden en la adquisición de las mismas series, en la misma o en temporadas consecutivas, lo que es posible dado el limitado ámbito de cobertura de estos canales que lógicamente se corresponde con sus autonomías y por tanto no se contraprograman. Así, en distintas programaciones aparecen repetidos títulos como las series *La Princesa Xena* o *Sabrina*, o los dibujos animados *Dragon Ball Z*, *Doraemon*, *Marsupilami*, *Hércules*, *Popeye*, etc.

Como elementos distintivos destacaremos, por ejemplo, que Punt 2 cuenta con un espacio de cocina para niños *Per a xuplar-se els dits*, que ETB1 ha recuperado la presencia del circo en la TV con *Tik Tak Circus*, y que varios canales autonómicos cuentan con espacios didáctico-divulgativos de creación propia como: *Mira sa tele* (IB3), *La Destilera* (TV Canaria), *Preescolar na casa* (TVG), y *Zagales* (AragonTV).

## 5. Clan TV, Antena.Neox y Veo, precursores de la TDT

Pero a la hora de analizar cuales han sido las nuevas aportaciones que, hasta el año 2007, ha ofrecido la TDT en relación con la programación infantil únicamente podemos referirnos a Clan TV,



Antena.Neox, y Veo TV, por lo que hemos decidido que sean sus programas infantiles los que constituyan nuestro objeto de estudio en esta etapa de la investigación.



Clan TV es el primer canal temático, destinado en exclusiva a los niños, que surge en el panorama de la televisión española como canal infantil gratuito. Aunque en su primer año de emisión (temporada 2005-2006) a partir de las nueve de la noche se transformaba en un canal de memoria histórica dedicado a recordar los cincuenta años transcurridos desde que RTVE efectuó su primera emisión televisiva. Una condición de doble temática que desaparece ya en su segunda temporada.

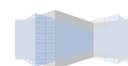
La programación de Clan TV (RTVE, 2007) es, o pretende ser, amena, divertida y participativa y, al tiempo, resultar educativa e informativa. Ámbitos en los que intenta subrayar valores éticos y democráticos como la amistad, el respeto a los demás, la defensa de la naturaleza y del medio ambiente, la colaboración y el esfuerzo.

Aunque la programación de Clan TV ha tomado como trampolín el que actualmente es el programa infantil emblema de TVE, *Los Lunnis*, éstos solo ocupan la primera franja de mañana de la oferta del canal, pues a continuación toma el relevo el contenedor *Comecaminos*. En este gran contenedor comparten espacio todo tipo de series animadas y microespacios de creación propia que se estructuran en torno a distintas secciones: de cocina y nutrición, moda, manualidades, humor, cuentos, nuevas tecnologías, etc.

Por lo demás, la programación se complementa con series de ficción. Mientras que, para los fines de semana, se ha creado una sección titulada *¿Lo ves conmigo?* con la intención de que padres e hijos se sienten juntos a ver programas que significan un hito en la historia de la televisión como *La Bola de Cristal*, *Cajón de sastre*, o *el Gran circo de la TV*. El canal cuenta también con su propia página web ( [www.clantve.es](http://www.clantve.es) ) donde se pueden consultar las series en emisión, las secciones de *Comecaminos* o realizar cualquiera de las múltiples actividades que allí se proponen.

El aporte que realiza RTVE, en la temporada 2005-2006 y con la implantación de Clan TV, es el más significativo en cuanto a la programación infantil ofertada por la televisión pública española, pues se trata del único canal gratuito de temática exclusivamente infantil que existe en el panorama televisivo nacional. Es por ello que a nivel cuantitativo ofrece el máximo de su potencial, 24 horas de contenidos para niños. Aunque, de momento, la mecánica de funcionamiento del canal pasa por ofrecer un bloque de 4 horas de contenidos nuevos que se repiten en bucle hasta completar la programación diaria. De modo que los contenidos que se emiten por la noche ya se incluyeron previamente en la parrilla matinal y de tarde.

Como ya explicamos, en su momento, Clan TV estructura toda su programación en torno a dos grandes contenedores como son *Los Lunnis* y *Comecaminos*. Pero nosotros hemos disgregado nuestro análisis teniendo en cuenta sus secciones y contenidos específicos. Por ello contabilizamos un número elevado de espacios de creación propia al día, 11, aunque éstos son sólo distintos apartados de su contenedor por lo cual estas cápsulas ocupan menos tiempo en la programación que otros contenidos. Como vemos, los productos de elaboración nacional que incluye en su





parrilla son muy pocos pues de hecho es todavía escasa la producción audiovisual infantil que se genera en España. En cambio, sí vislumbramos un interés especial por acudir preferentemente al mercado europeo (Francia, Italia, Gran Bretaña) para la adquisición sobretodo de series de dibujos animados. De este modo, los programadores se aseguran una mayor correspondencia sociocultural entre el público de Clan TV y los contenidos que aglutina este medio. En cambio, tratan de reducir al máximo la presencia de programas creados en los que son, por contra, los grandes mercados internacionales de programas infantiles (EEUU y China/Japón).

En cuanto a los géneros con mayor presencia en este canal, en un primer y destacado lugar, doblando a sus más inmediatos seguidores, se encuentran los dibujos animados. El formato infantil por excelencia, más económico pero también más demandado por los chavales. Hasta la fecha, asimismo, las series de ficción tienen una presencia minoritaria en Clan TV. Un género por el que TVE sí apuesta, en cambio, cuando pretende dirigirse a un público juvenil como al que destina sus franjas vespertinas en La 2.

Y finalmente, en lo que se refiere a la duración de los programas infantiles, observamos, ante todo, un gran dualidad entre series animadas que tienen una duración media de 20' y pequeñas capsulas, de creación propia, que nunca superan los 10 minutos de duración a fin de asegurar la mayor atención y comprensión por parte de los pequeños telespectadores.

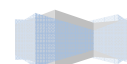


Antena3 centra buena parte de su programación infantil en el contenedor *Megatrix* que se emite de lunes a domingo desde las 07:30h hasta las 09:30h y que lleva 10 años en antena. Pero dos de sus programas baluarte son, además, los más controvertidos del actual panorama televisivo español. Se trata de las dos series de dibujos animados más criticadas por las asociaciones de consumidores y de padres, pero a su vez las más vistas por los niños españoles y que éstos sitúan entre sus favoritas; *Los Simpson*, de factoría americana, y la japonesa *Shin Chan*.

Ahora, además, la oferta infantil de Antena3 se ha visto reforzada con la inauguración, el 30 de noviembre de 2005, de dos nuevos canales digitales Antena.Nova y Antena.Neox. Ambos, junto a un tercero que duplica en digital la programación analógica del canal madre, componen la oferta actual de televisión digital terrestre (TDT) de Antena3. De este modo, Antena.Neox está dedicado al público infantil y juvenil, y Antena.Nova tiene un perfil familiar con una amplia oferta de espacios de ocio y estilo de vida.

Antena.Neox es, pues, el canal destinado a los más jóvenes por parte de Antena3, pero cabe señalar que en 2007 todavía se encuentra en un periodo de adaptación. Emite dibujos animados, series juveniles, cine sin cortes publicitarios y ha utilizado el contenedor *Megatrix* como plataforma de sus contenidos infantiles. Desde entrado 2006 cuenta con programación exclusiva además de adquirir los derechos de las series de EEUU, producidas y emitidas por la CBS.

En su primera temporada de emisión, los niños han sido los protagonistas de la primera hora de la mañana y de la tarde. Para ello, a partir de las 07:00h y a las 18:00 horas se han podido ver series como *Capitán Tsubasa*, *Historias de medianoche*, *Stuart Little* o *Lizzie*. También dirigido al público menudo, Antena.Neox emitió programas educativos como *Art Attack* y divulgativos como *Pelopopata* o *Zoorprendente*. Por su parte, los jóvenes han podido disfrutar de series de gran éxito, nacionales e internacionales, como: *Compañeros*, *Nada es para siempre*, *Canguros*,



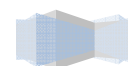
*Hermanos de leche, Rex, o El príncipe de Bel Air*. La oferta juvenil de *day time* se completa con espacios como *Homo zapping, la Batidora, y TV on*, mientras que el *prime time* cuenta como protagonistas con la familia más famosa e irreverente de la TV, *Los Simpson*, por ser éste el producto que tal vez le ha reportado mayores alegrías económicas a la cadena. Serie que, por otra parte, ha convertido Antena3 en el primer canal de referencia entre el público infantil español.

La aportación que realiza Antena3 a la oferta de contenidos infantiles, con la creación del nuevo canal Antena.Neox, resulta en sus inicios cuantitativamente escasa. Así lo es porque amparándose en su doble condición de canal infantil y juvenil de momento, intuimos que por razones económicas, le resulta más rentable sustentar buena parte de la parrilla de Antena.Neox en la reposición de series de la cadena destinadas a un público adolescente o familiar. De modo que los contenidos esencialmente destinados a los más jóvenes de la casa se reducen a la apropiación del formato de contenedor infantil que en los años 90 implantó Antena3, ya bajo el nombre actual de *Megatrix*. Este contenedor, que se prolonga durante hora y media, incluye el espacio didáctico de mayor aceptación de los últimos tiempos, un programa de manualidades de factoría británica que tras 20 años de éxito en su país llega a España de la mano de Antena3 bajo su título original *Art Attack*. En la temporada 2006-2007, el contenedor *Megatrix* también ha incluido series de dibujos animados como *Daniel el Travieso*, pero fundamentalmente ha apostado por las series infantiles de la firma Disney como es el caso de: *Hotel Dulce Hotel, Lizzie Mc Guire, Familia Salvaje, o Malcom*, preferentemente destinadas a niños de edades comprendidas entre los 6 y los 12 años. Y ello reduce considerablemente los contenidos destinados a los niños con edades inferiores a esta franja. Además de *Megatrix*, para los más pequeños también se programó en el tiempo observado por nosotros, la serie didáctica sobre el mundo animal *Pelopiscopata*, y la reposición de la serie española *Manolito gafotas*. El desigual reparto de *targets*; los escasos programas de producción propia; las dobles sesiones de dibujos animados para adultos en horario infantil como *Los Simpson*; y la reducida presencia de dibujos animados infantiles dificultan el que ya podamos hablar de un canal para niños, con suficiente contenido infantil o con un contenido infantil de calidad. Condición que no ha sido óbice para que, paradójicamente, como veremos al analizar las encuestas formuladas a los niños, Antena.Neox sea el canal de TDT más conocido y consumido por los pequeños.

Así pues, en lo relativo al *target* preferente al que se dirige Antena.Neox, cabe señalar que éste queda principalmente conformado por los niños con edades comprendidas entre 6 y 12 años. En los seis meses analizados, se han programado 12 espacios para estos chavales frente a tres (cuatro veces menos) destinados a los niños de entre 0 y 6 años, lo que les sitúa en una posición francamente desigual. Más cuando el resto de los espacios que ha emitido Antena.Neox son claramente para adolescentes, como la serie española *Canguros* o la mexicana *Rebelde*.

Sobre el reparto de programas, en función de las franjas horarias en que se ubican, poco podemos decir. Únicamente destacar que los escasos espacios destinados a los más pequeños se concentran en las franjas despertador y de tarde, siendo en esta última donde durante un tiempo se apostó por nuevos capítulos de la que fuera obra maestra de la televisión infantil, *Barrio Sésamo*. Asimismo, también consideramos que los nuevos canales infantiles que surgen a través de la TDT favorecen la recuperación de la franja vespertina como una de las más adecuadas para el público infantil.

En el caso de Antena.Neox son 26 los espacios que hemos analizado. Una pequeña muestra que nos permite observar que al menos, en sus primeras etapas, han sido productos procedentes del





mercado nacional y producidos por la propia cadena madre los que han estado presentes en la parrilla de programación, 10 de 24, y podemos decir que todos ellos son series de situación y cómicas. En cuanto al mercado internacional, al contrario que ClanTV que apostaba preferentemente por la adquisición de programas europeos, Antena.Neox muestra especial predilección por la factoría americana Disney a la que compra buena parte de sus series infantiles.

A lo largo de este análisis de categorías, también hemos venido observando que el género televisivo que mayor espacio ha ocupado en las primeras temporadas de Antena.Neox han sido las series de situación, donde las estructuras familiares (*Malcom*, *Familia salvaje*, *El inquilino*, *Lizzie Mc Guire*) y las pandillas de amigos (*Compañeros*, *Rebelde*) han sido la opción más desarrollada. En cuanto a los espacios didácticos se ha apostado claramente por la creatividad, *Art Attack*; el aprendizaje de valores y el refuerzo escolar, *Barrio Sésamo*. Mientras que los divulgativos tienen a los animales de compañía como principales protagonistas tanto en *Zoorprendente como en Pelopicopata*. Fórmulas más cercanas al *zapping* o al *magazine* que al documental.

Y en cuanto a la duración de los programas, existe una evidente correspondencia con los *targets* y los géneros predominantes. De manera que si no hay apenas programas para niños menores de seis años, no hay tampoco microespacios de menos de 10 minutos. Por el contrario, como lo que predominan son las series, y éstas tienen una duración mínima de 20', los bloques de contenidos más frecuentes superan la media hora.

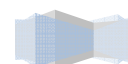


Por su parte, Veo Televisión es una de las dos cadenas de ámbito nacional creadas específicamente para la televisión digital terrestre en España, con una licencia adjudicada simultáneamente a la de Net TV, en 2002. Pertenece a partes iguales al grupo Recoletos, Marca, Qué!, y a Unedisa. Inicialmente tuvo también en su accionariado a la extinta plataforma de televisión de pago por TDT española, Quiero TV (Wikipedia, 2007).

Veo TV surge bajo la firme propuesta de ofrecer como alternativa otra mirada hacia la TV. Pero como observaremos, en sus primeras temporadas ha sufrido importantes dificultades publicitarias que han obligado a los programadores a buscar sustento en la fórmula de la Teletienda. Y en cuanto al público infantil, el grado de aceptación e implantación de su oferta ha sido muy débil. Pero aún y con ello, los programadores de VEO pretenden llegar a todo tipo de público incluyendo a los más jóvenes preescolares pues confían en la futura fidelización de los pequeños sobre este nuevo canal.

En la temporada 2006-2007, VEO TV estrena nuevos contenidos que acompañan a los ya habituales del canal, llegando a las dieciséis horas diarias de emisión. En cuanto a la programación infantil, ésta acerca a los más jóvenes telespectadores a los divertidos personajes de *Hit Kids*, programa diario de entretenimiento, y los monstruos destructores del *Ciclo Gamera* que junto con la serie de *Jester* y *Card Captor Sakura* centrarán esta programación para los más pequeños. La incorporación de este bloque de contenidos infantiles responde a la firma de un contrato entre VEO y Hit Entertainment, una de las principales empresas mundiales en producción y propiedad de derechos de contenidos de entretenimiento para niños.

Desde su inicio, VEO TV ha dedicado dos tramos horarios importantes a los niños mediante sendos contenedores. *El Tobogán*, es el contenedor matinal que desde las 08:00h hasta las 10:00h



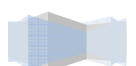
aglutina contenidos preferentemente destinados al público de preescolar con dibujos animados como *Bob y sus amigos*, u *Oswlad*. Mientras que por las tardes, *La hora manga de Arait* ofrece una hora y media de dibujos animados japoneses a los niños de edades comprendidas entre 6 y 12 años. Ello supone dedicar a los pequeños una cuarta parte de la programación semanal y de fin de semana del canal, pues en este caso no varía. Pero, además de esta oferta estrictamente infantil, cabe añadir la presencia de programas didácticos dedicados a la música, la ciencia, la tecnología y los videojuegos, que abren su *target* bajo el concepto genérico de para todos los públicos (TP) y que pueden resultar una alternativa formativa también válida para los chavales.

De los 19 programas emitidos por VEO y que hemos incluido en la parrilla de contenidos infantiles, vemos que 10 (casi la mitad) son programas dedicados a los niños más pequeños, de entre 0-6 años. Algo atípico cuando ni siquiera los registros audiométricos tienen en cuenta a los menores de 4 años y ello supone una dificultad añadida para que se programe y se emita publicidad para ellos. La cadena también contempla a los niños de entre 6 y 12 años, aunque a este sector dedica un género muy específico, el manga, que más allá de la edad restringe mucho las características del público receptor. Y, como ya señalamos, a esta oferta se añaden 4 programas más, destinados a todos los públicos y que, como veremos unas líneas más abajo, poseen una clara vocación didáctica.

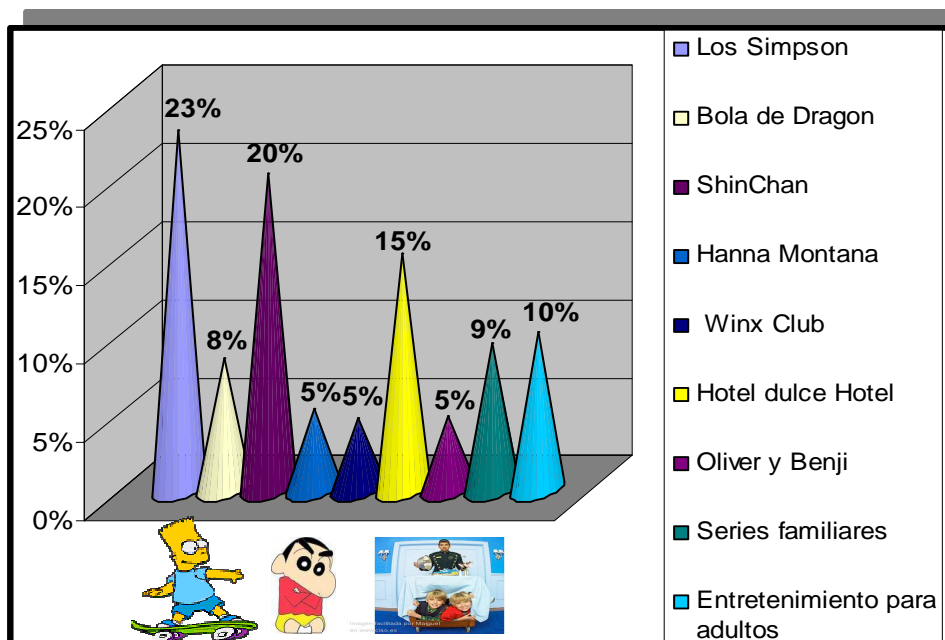
En cuanto a la distribución de los programas infantiles por franjas horarias observamos un reparto condicionado por los *targets* de edad. De modo que al público preescolar se le dedica la franja despertador y matinal, y a los niños de entre 6 y 12 años la franja de tarde.

La mayoría de los programas infantiles de VEO son adquiridos en el mercado internacional preferentemente americano, así sucede en 10 de los 17 programas de los que hemos referenciado su origen, mientras que pertenecen al mercado japonés otros 5 que se corresponden con las series manga a las que antes nos referimos. Y en cuanto a los géneros seleccionados para los niños, son los dibujos animados los que tienen una presencia dominante. Pero sí nos gustaría marcar un inciso sobre la decisión de los programadores de Veo que han apostado por programas divulgativos como *Didavisión*, documentales de creación española y gran éxito internacional, o por los espacios titulados *Tecnociencia*, *Enciclopedia* y *Grandes Conciertos*, que tratan de acercar distintas áreas culturales a todos los públicos.

En relación con la duración de los programas infantiles, vemos que la media predominante se sitúa entre los 15 minutos y la media hora. Distribución lógica en tanto que la mayoría de los programas se destinan a un público muy joven que no es capaz de mantener su atención sobre un producto televisivo durante largos periodos de tiempo.



## 6. Las preferencias infantiles confirman la implantación de la TDT

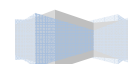


Fuente: Elaboración propia

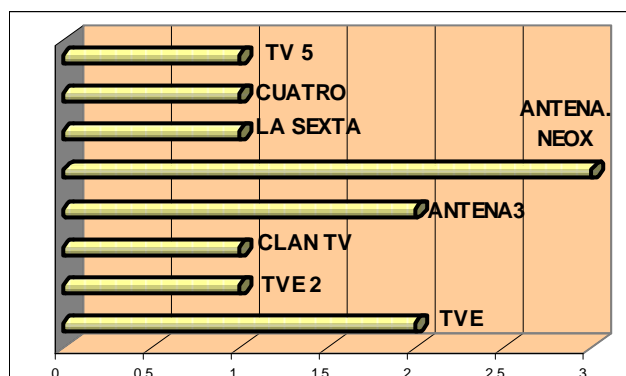
Al analizar las preferencias de los niños, en cuanto a programación, son diversos los elementos que podemos tener en cuenta.

Nuestra primera criba ha pasado por seleccionar las diez respuestas mayoritarias ofrecidas por los niños. Y ello nos sitúa ante un claro predominio de los dibujos animados, entre los géneros o formatos preferidos por los más pequeños. De modo que el programa preferido por el 23% de los niños, que es el porcentaje más elevado alcanzado por una opción, son *Los Simpson*. En cambio, el resto de dibujos animados seleccionados como favoritos, y que por tanto ocupan el segundo, sexto y séptimo lugar respectivamente son todos ellos dibujos de factoría japonesa. Se trata de los títulos *Shin Chan* (20%), *Bola de Dragon* (8%), y *Oliver y Benji* (5%). En cambio, *Las Winx Club* son, con 5% de preferencias, los únicos dibujos animados de procedencia europea seleccionados por los niños como sus favoritos.

Junto con los dibujos animados, el segundo gran género preferido por los niños son las series de ficción; series juveniles como *Hanna Montana* (5%) u *Hotel dulce Hotel* (15%), que con este resultado se sitúa como el tercer favorito. A continuación, y ocupando un cuarto y quinto lugar, en cuanto a las preferencias de los niños, se encuentran dos grandes grupos de productos que hemos querido contemplar como conglomerados en tanto que su agrupación resulta muy significativa en relación a los nuevos hábitos televisivos infantiles. De modo que en cuarto lugar se encuentra el conglomerado que hemos llamado “Entretenimiento para adultos” que engloba programas de humor, magazines y *talk shows*, seguido en quinto puesto por otro grupo al que contemplamos como “Series familiares emitidas en Prime-Time” del que forman parte series como *Los Serrano*, *Ana y los siete* o *Los Hombres de Paco*.



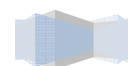
## Los canales TDT, los más vistos por los niños



Fuente: Elaboración propia

Si nos fijamos, en primer lugar, en las cadenas emisoras de los programas preferidos por los niños vemos como la mayoría de espacios se concentran en torno a dos televisiones, Antena3 y TVE. Circunstancia que parece responder a cierta lógica puesto que son las cadenas que dedican más recursos al *target* infantil. Observamos, asimismo, que ambas televisiones cuentan con un segundo canal de temática íntegra o parcialmente infantil y que esos segundos canales también incluyen algunos de los programas más apreciados por los pequeños. Estos canales responden a las nuevas frecuencias de TDT asignadas a sus cadenas madre, y ello nos indica que el grado de implantación de la TDT en los hogares con niños empieza a ser significativo. Como también lo es el grado de conocimiento y aceptación de estas nuevas frecuencias por parte de los niños. Prueba de ello es que la cadena que agrupa un mayor número de títulos de los seleccionados como favoritos es Antena.Neox; donde se emite *Los Simpson*, *Shin Chan* y *Hotel dulce Hotel*. Aunque en los dos primeros casos se trata de reposiciones pues la cadena madre, Antena3, también mantiene en emisión estos programas con capítulos nuevos.

A continuación, entre las cadenas más vistas se encuentra TVE. Un caso singular, en tanto que la primera cadena del ente público sólo programa para los niños durante las mañanas de los fines de semana. Pero, puesto que este es uno de los momentos de mayor consumo por parte de los pequeños no es de extrañar que se localice en esta franja, y en la parrilla de TVE, no sólo uno sino dos de sus programas preferidos. Aunque en realidad podríamos hablar de un único programa puesto que un grupo de niños ha seleccionado como su espacio favorito el contenedor *ZonaDisney*, que incluye distintas series y dibujos animados, y otro grupo de niños ha señalado con mayor concreción una de las series que incluye este mismo contenedor, *Hanna Montana*. La 2 de TVE también cuenta con uno de los programas más vistos por los niños, los dibujos animados *Campeones*. Mismo registro que obtiene el canal exclusivo de programación infantil en TDT, ClanTV, con la emisión de los dibujos *Las Winx*. En la encuesta realizada, algunos niños han manifestado creer que Clan TV es un canal sólo para los más pequeños y a partir de los 7 u 8 años muchos ya no lo toman como un canal de referencia. Tal vez éste sea uno de los motivos por los que Clan TV, a pesar de su condición de temática infantil, no reúne más que uno de los 10 programas favoritos de los niños.



El resto de los programas más vistos, que son tres de una muestra de diez que hemos seleccionado, se reparten entre las tres cadenas generalistas de ámbito nacional aunque sus casos son bien distintos. TV5, como ya explicamos, ha eliminado por completo cualquier espacio destinado a la programación infantil pero no por ello el canal deja de ser visto por los niños a diario. Es más, el programa que han seleccionado, entre la oferta de TV5, es una serie presentada como un espacio familiar, o para todos los públicos, que se emite fuera de la franja de protección reforzada para niños. De modo que con el caso de *Los Serrano*, queda confirmado que los niños son un grupo significativo entre los telespectadores en horario de *prime time*.

La Sexta, que sólo se recibe mediante el sistema digital, tampoco incluye de momento programación infantil. Pero sí es cierto que muchos niños conocen y ven algunos de sus dibujos animados para adultos e incluidos en la parrilla en horario de protección reforzada. Así sucede con uno de los espacios destacados por los niños en su *ranking* de preferencias, *Padre de Familia*, que ni siquiera es una serie animada para todos los públicos sino para un público adulto, pero que se emite en horario de sobremesa cuando muchos niños se encuentran frente al televisor.

La nueva frecuencia del grupo Prisa conocida con el nombre de Cuatro, bajo su formato generalista, sí ha mostrado en cambio una voluntad de programar para todos. De modo que los niños tienen su espacio en la franja despertador diaria. Tramo en el que se ubica el contenedor *Cuatrosfera* que incluye una de las series de dibujos animados con mayor implantación y seguimiento entre los niños, en los últimos años, *Bola de Dragón Z*.

Atendiendo a la información recabada y, a modo de conclusión, reseñar que los gustos televisivos de los más pequeños no parecen cambiar en demasía como tampoco lo hacen los nuevos contenidos que se les ofrece. Aunque de momento, los nuevos canales TDT de temática infantil ya han conseguido dar un primer salto importante respecto a la oferta analógica. Un salto cuantitativo, pues la oferta se multiplica, pero no cualitativo. A pesar de lo cual los niños ya incorporan la programación infantil TDT a su dieta televisiva.

## **Bibliografía**

Aguaded Gómez, J. I. (2000). *Televisión y telespectadores*. Huelva: Grupo Comunicar.

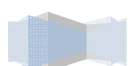
Cebrián Herreros, M. (2003). Contenidos infantiles en TV. Nueva técnica analítica global. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 15, 51-65.

García Llamas, J. L. (2003). *Métodos de investigación en educación. Volumen II. Investigación cualitativa y evaluativa*. Madrid: UNED Madrid.

García Matilla, A. (2003). *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona: Gedisa.

Mattelard, A. (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación*. México: Siglo XXI.

Marta Lazo, C. (2005). *Análisis de la audiencia infantil: de receptores de la televisión a preceptores participantes*. Tesis doctoral dirigida por Agustín García Matilla. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.



Núñez Ladevéze, L., Gómez Amigo S., y Vázquez Barrio T. (2007). La audiencia infantil en la CAM. Ámbitos: revista andaluza de comunicación, 16, 257-281. Disponible en: <http://www.lnladeveze.com>

Núñez Ladevéze, L. y Pérez Ornia, J. R. (2006). La audiencia infantil en España. Cómo ven los niños la televisión. Telos, 66, 105-106.

Núñez Ladevéze, L. y Pérez Ornia, J. R. (2005). Lo que los niños ven en la televisión. Zer, 20, 133-177.

Núñez Ladevéze, L. y Pérez Ornia, J. R. (2005). Cómo ven los niños la televisión. Telos, 66, 105-116.

Núñez Ladevéze, L. y Pérez Ornia, J. R. (2003). Programación infantil en la televisión española. Inadecuada relación entre oferta y demanda. Madrid. Telos, 54, 103-115.

Núñez Ladevéze, L. y Pérez Ornia, J. R. (2003). Televisión y procesos de aprendizaje. La televisión y los hábitos de socialización infantiles. Madrid. Nueva Revista de política, cultura y arte, 85, 54-64.

Núñez Ladevéze, L. y Pérez Ornia, J. R. (2002). Los gustos de la audiencia y la programación infantil. Reis, 99, 113-144.

OCU. Tecnología y comunicación. (2008, enero). Disponible en: <http://www.ocu.org>

Pérez Serrano, G. (1998). Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. Madrid: Editorial la Muralla.

Programación TDT. Webs oficiales con la programación de cada cadena. (2007, abril). Disponible en: <http://www.programacion-tdt.com>

RTVE. Principios básicos de programación. (2007, febrero). Disponible en: <http://www2.canalaudiovisual.com/Seine/books/sitiolegisla/Principios.html>

RTVE. Canales temáticos. (2008, marzo) disponible en: <http://www.rtve.es>

#### Para citar este artículo:

MORENO, M<sup>a</sup> Dolores (2009) « La TDT impulsa la multiplicación de canales infantiles» [artículo en línea]. EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 28/ Marzo 2009. [Fecha de consulta: dd/mm/aa].

<http://edutec.rediris.es/revelec2/revelec28/>

ISSN 1135-9250.

