

Aproximación a la definición de Canal Infantil Politemático de televisión



APROXIMACIÓN A LA DEFINICIÓN DE CANAL INFANTIL POLITEMÁTICO DE TELEVISIÓN¹

Polithematic Children's Channel of television: an approach to a definition

Irene MELGAREJO MORENO

Profesora en el Grado de Educación Infantil y Primaria. Universidad Católica San Antonio de Murcia

imelgarejo@pdi.ucam.edu

María del Mar RODRÍGUEZ ROSELL

Profesora Adjunta de Fundamentos de la Comunicación Audiovisual e Investigadora. Universidad Católica San Antonio de Murcia

mmrodriguez@pdi.ucam.edu

BIBLID [(2172-9077)4,2012,82-102]

Fecha de aceptación definitiva: 2/3/2012

RESUMEN

La digitalización ha propiciado una nueva forma de concebir los canales de televisión; son diversos los autores que han tratado esta temática –Cebrián (2004), Alcolea (2003), Bustamante (1999), etc.-, sin embargo, las aproximaciones que se han hecho en materia de canales temáticos infantiles resultan un tanto superfluas. Se realiza una revisión de las teorías existentes sobre televisión, infancia y canales temáticos que nos lleva a poder aportar una nueva terminología y a formular una aproximación a la definición de Canal Infantil Politemático, fiel reflejo de la realidad televisiva del siglo XXI.

Palabras clave: canal, definición, infancia, Politemático, televisión.

ABSTRACT

The digitalization has created a new way to understand the television channels. There are several authors that have studied this theme –Cebrián (2004), Alcolea (2003), Bustamante (1999), etc. -, however, the approaches that have been made about thematic children's channels are quite superfluous. This article carries out a revision of the existing theories about television, childhood and thematic channels that provides a new terminology and formulates an approach to the Polithematic Children's Channel definition, which shows the XXI Century television reality.

Key words: channel, definition, childhood, Polithematic, television.

¹ El presente artículo muestra aspectos globales derivados de la investigación titulada *Canal Infantil Politemático de Televisión Digital: clasificación y aproximación a una definición* (Melgarejo: 2010) en la que se estudiaron diversos aspectos relacionados con los canales infantiles de televisión, los contenidos programáticos y la infancia.

1. Introducción

Comenzaremos hablando de las bondades del *Narrowcasting* pues sin su desarrollo en los años 80 ahora no podríamos estar hablando de la televisión digital y mucho menos de un nuevo entorno audiovisual. Algunos autores ya reseñaron la “brecha” existente entre la *Paleotelevisión* y la *Neotelevisión* en sus estudios; una época de convergencia que sirvió para abrir nuevos campos en el terreno televisivo propiciados sobre todo por la fragmentación de telespectadores y la nueva forma de concebir los relatos narrativos audiovisuales, pues sin esta fase intermedia entre los primeros modelos no sería posible la expansión “postelevisiva” (Francés, 2009, p. 276).

En el nuevo modelo de televisión digital basada en una gran oferta de canales, la programación se convierte en un elemento fundamental debido a que los contenidos han de estar pensados para públicos más específicos, pues de lo que se trata ahora es de satisfacer las demandas de un determinado *target* potencial y adecuarse a las tendencias de consumo que este exige. Por lo tanto, la digitalización cambia los usos a los que nos tenía acostumbrados el modelo generalista y eso se ve reflejado en la preferencia que hoy día tiene la población hacia otras formas de televisión y que han sido puestas de manifiesto por diversos autores:

La audiencia está especializando el consumo o uso que hace de la televisión. La víctima principal de esta tendencia ha sido el conjunto de los canales con una programación generalista, que han visto marcharse espectadores a otras opciones televisivas: fundamentalmente canales temáticos y otros de ámbito local (Serra, 2009, p. 258).

El desarrollo de la televisión digital ha propiciado la aparición de un nuevo modo de concebir la televisión; ahora se multiplica la oferta de canales en base a las demandas del telespectador que cada vez más opta por la especificidad de contenidos que satisfagan sus necesidades. Los estudios sobre consumo de canales temáticos hablan por sí solos, ya en 2008 los datos del Consejo de

Especialistas en Canales Temáticos (CONNECT) mostraban que uno de cada cuatro individuos tenía acceso a la televisión de pago, es decir, la televisión de pago en España contaba, en aquel año, con casi once millones de telespectadores². Sin embargo, nos encontramos en un entorno cambiante y los datos pueden variar por completo de un mes para otro, tanto así que parece que el recién consumado apagón analógico -2 de abril de 2010- que ha dado paso a la aparición de la TDT ha mermado en parte el consumo relacionado con las temáticas de pago; así, el último informe de este consejo muestra una clara tendencia a la baja pues cerraron el año con un 7,5% de *share* perdiendo un 0,4% con respecto a 2008, lo que contrasta con la evolución de la penetración de la televisión de pago, desde abril de 2008 a noviembre de 2009, que alcanza valores superiores al 24%³. No obstante, podemos seguir manteniendo que “nos encontramos con un telespectador “con poder de prescripción” al que se le abre una nueva ventana de experimentación televisiva, con productos audiovisuales de calidad y afines a sus gustos, preferencias e inquietudes” (Melgarejo y Rodríguez, 2010). Pues ante todo, los datos muestran la clara tendencia televisiva que se está produciendo en España en cuanto a preferencia y afinidad con los canales temáticos.

2. Objeto de estudio y objetivos

Nuestro objeto de estudio está conformado por 11 canales de televisión digital cuya emisión de contenidos va destinada a los menores: *Disney Channel*, *Playhouse Disney*, *Disney Cinemagic*, *Disney XD*, *Cartoon Network*, *Boomerang*, *Nickelodeon*, *Nick jr.*, *Kidsco*, *Clan TVE* y *BabyTV*. Consideramos que el canal temático como estructura televisiva tiene más entidad de estudio que un simple programa de televisión, lo que nos permite conocer su estructura, funcionamiento, contenidos, públicos, entre muchos otros aspectos, de forma global y por categorías de análisis. Así, la elección de estos 11 canales no obedece a algo aleatorio, sino a una razón práctica: son los

² Datos extraídos del estudio CONNECT. «La televisión temática de pago en España 2008». Factbook 08 del Consejo Especialista en Canales temáticos (CONNECT). Disponible en: <http://www.conect.es/pdf/DiaposFactbookparaweb.pdf> [acc.15/01/2010]

³ “Uno de cuatro hogares en España tiene televisión de pago y el porcentaje de individuos con más de 14 años con acceso a televisión de pago se sitúa en un 27%”. CONNECT. «La televisión temática de pago en España 2009. Conectados a la eficacia». FACTBOOK 2010. Disponible en: http://www.conect.es/pdf/factbook_10.pdf [acc. 05/09/2010]

principales canales infantiles de televisión digital ofertados por las distintas plataformas que operan en España, ya sean de cable, satélite o ADSL. No obstante, se ha tomado como referencia a la plataforma de pago por cable de ONO, de gran importancia a nivel nacional y que recordemos aglutina en sus diferentes ofertas de paquetes temáticos el mayor número de canales infantiles, un espectro de canales lo suficientemente amplio como para obtener una visión lo más aproximada a la realidad televisiva infantil en España.

Como a través de nuestro estudio pretendemos conocer más de cerca la variedad programática que nos ofrecen este tipo de canales infantiles de televisión digital, nos marcamos un objetivo principal: asumiendo la expresión “canal temático infantil”, formular una nueva definición de “canal temático infantil”, proponiendo una nueva terminología, la de Canal Infantil Politemático como más adecuada para referirnos a ellos.

3. Metodología y marco temporal

Hasta el momento la mayoría de estudios relacionados con la televisión y la infancia tienen un carácter puramente cuantitativo; datos numéricos que nos aportan una visión sobre la relación de los menores con la reina de la comunicación, sus gustos, preferencias y hasta los usos. Tomando como referencia esos estudios precedentes, así como todos aquellos que se han elaborado en torno a los canales temáticos, la televisión y la infancia, desarrollamos una investigación basada en la triangulación de métodos científicos para poder obtener datos tanto cuantitativos como cualitativos con el fin de conseguir un espectro más amplio y global de resultados. De esta forma se plantea una investigación con carácter descriptivo donde las herramientas metodológicas empleadas son la observación descriptiva, las entrevistas en profundidad a directivos de los canales a estudio y un análisis de contenido de los productos audiovisuales que ofertan este tipo de canales.

Nuestro estudio queda acotado de la siguiente forma: en primer lugar, se ha tomado como referencia la plataforma por cable de ONO por aglutinar en sus diferentes ofertas de paquetes temáticos el mayor número de canales infantiles –CLAN TVE, *Disney Channel*, *Playhouse Disney*, *Disney Cinemagic*, *Disney*

*XD, Cartoon Network, Boomerang, Nickelodeon, Nick Jr., Kidsco, BabyTV*⁴. Y en segundo lugar, para desarrollar la investigación se han analizado 7 días de la parrilla de programación de cada uno de los canales a estudio, en total 77 días de contenidos que nos aportarán una visión de la estructura programática de los respectivos canales. Por tanto se han tomado como muestra 54 horas de programación de cada uno de estos canales para desarrollar un análisis minucioso de los contenidos abordados en los 11 canales a estudio. Se analizan en total 594 horas de productos audiovisuales. El marco temporal es amplio, y va desde el 5 de mayo hasta el 25 julio de 2010.

4. La televisión de pago: desarrollo de los canales temáticos

La digitalización ha permitido muchos avances tecnológicos para bien de la Sociedad de la Información y esto ha fomentado la multiplicación y diversificación de los canales temáticos. Pese a haber sobrepasado la etapa de convergencia entre la televisión generalista en analógico y la televisión digital, podríamos afirmar que seguimos encontrándonos ante una televisión del puro “entretenimiento popular”. Como bien apuntaba el profesor James Lull hacia 1980, la televisión de hoy en día cumple otras funciones como: “compañía, desahogo, interacción, aprendizaje social o mero entretenimiento” (Pindado, 2005, p. 104). Por tanto, se han dejado a un lado aquellos parámetros a los que nos tenía acostumbrada la *Paleotelevisión* (información, educación y entretenimiento) pero con la llegada de los canales temáticos veremos cómo se intenta mejorar en los contenidos ofertados por las cadenas generalistas, mientras se buscan públicos más específicos en los canales temáticos tanto en Europa como en España. De hecho, podríamos decir que la idea de la fragmentación de audiencias que ha propiciado la aparición de los canales temáticos no es nada nuevo; ya durante la *Paleotelevisión* podíamos ver el auge de las segundas cadenas vinculadas a los canales públicos, en esta etapa aparecían diversidad de canales con objetivo claro y centrados en temáticas varias que dejaban a un lado el carácter más generalista de las

⁴ El análisis desglosado del estudio de estos 11 canales infantiles se encuentra desarrollado en: Melgarejo Moreno, Irene; Rodríguez Rosell, María del Mar. (2011). “Los canales infantiles politemáticos de televisión digital en España: análisis y clasificación”. DOXA COMUNICACIÓN. CEU Publicaciones. Disponible en: <http://www.humanidades.uspceu.es/pdf/doxa137.pdf>

primeras cadenas. Este hecho podríamos reseñarlo como la primera piedra de lo que muchos años más tarde conoceríamos como canales temáticos.

Los canales temáticos (que se caracterizan por ser de pago) comenzaron su andadura a través de plataformas de satélite y más tarde llegaría el cable como ventana alternativa a la comercialización de los mismos. La primera experiencia en nuestro país la encontramos con Canal 10, un intento frustrado de Canal + Francia de expansión en nuestro país, pero no sería hasta 1990 que en España conociéramos una plataforma de pago: Canal +. No obstante, si de canales temáticos hablamos, no podemos olvidar los cinco canales temáticos puestos en marcha en 1993 por Canal + a través de satélite: *Cinemanía*, *Documanía*, *Sportmanía*, *Mínimas* y *CineClassics* (Alcolea, 2003, p. 104). Con posterioridad y con varios años de andadura por parte de los canales a través de satélite surgen las iniciativas de la televisión por cable desarrolladas sobre todo en Alemania; la denominada fibra óptica permitiría la distribución y puesta en marcha de nuevos canales temáticos de televisión que con posterioridad conoceríamos en nuestro país. En este sentido, a través del Grupo Cableuropa se distribuye en nuestro país, a través de la marca ONO, distintos servicios de televisión temática digital en 11 demarcaciones territoriales españolas (Ventura, 2001, p. 106). En la actualidad existen otros grupos distribuidores de la señal de televisión por cable, y se está fomentando la televisión mediante ADSL⁵.

La aparición de los canales temáticos va sin duda asociada al cambio y a la evolución del telespectador, pues ahora con esta nueva modalidad de televisión la persona que consume televisión deja de ser visto como mero consumidor pasivo, ya que la televisión de pago “vende la disponibilidad (en el abono) o el consumo efectivo de unos programas exclusivos. Y se dirige no al ciudadano ni al consumidor general, sino al espectador cliente, al mismo título que cualquier otro producto o servicio” (Bustamante, 1999, p. 21). Aparece por tanto un nuevo mercado televisivo que propicia, más todavía, que la televisión sea contemplada como una autentica industria cultural, tal y como pone de manifiesto Enrique Bustamante (Bustamante, 1999, p. 25-26) cuando hace referencia a los estudios realizados en 1991 por Beaud, Flichy y Sauvage.

⁵ Claro representante de esta modalidad en nuestro país está siendo *Imagenio* del Grupo Telefónica.

En este nuevo marco se propicia una nueva forma de concebir el proceso televisivo que va desde la propia ideación del producto hasta la puesta en antena y comercialización del mismo. Un producto que estará pensado ahora para públicos específicos, como bien puede ser el infantil, pues la demanda de televisión tiende, ahora más que nunca, a la fragmentación de la audiencia, por ello no es de extrañar que “las nuevas televisiones emergentes, en soportes como el cable o el satélite o pronto como la televisión digital hertziana, cuestionan efectivamente las dimensiones y la distribución tradicional de los canales públicos” (Bustamante, 1999, p. 69-70) pues en este sentido observamos, en estas nuevas plataformas, cómo en los canales que distribuyen existe un aumento considerable de la calidad en los contenidos que tienden a satisfacer la demanda del telespectador que hasta el momento no consiguen cubrir los canales generalistas. Es por tanto, una televisión de pago que se caracteriza por basar su modelo en el denominado *Narrowcasting* que fomenta la segmentación del mercado, las marcas y productos más orientados a las demandas de la sociedad (Bustamante y Álvarez, 1999, p. 27).

Una de las claves de la digitalización son los contenidos especializados para públicos especializados y exigentes, de hecho la teórica Gema Alcolea ya apuntaba que “con la actual oferta de la televisión digital, que principalmente se basa en un aumento de la cantidad y la variedad de canales, se están intentando crear nuevas necesidades en el consumidor más que satisfacer las carencias existentes” (Alcolea, 2003, p. 241), sin embargo, sí que se pueden observar “incesantes movimientos de audiencias no satisfechas con las programaciones de las televisiones generalistas hacia las nuevas ofertas” entre esas audiencias encontramos a la infantil cuya aparición de canales temáticos destinados para la infancia se han convertido en la vía de escape para este tipo de públicos que han visto reducida su programación hasta casi la inexistencia en los canales generalistas. De hecho, hoy en día, encontramos cómo en los canales generalistas privados que ya emiten en digital como Antena 3, Telecinco, La Sexta o Cuatro no quedan vestigios de programación infantil o en casos como Antena 3 o Telecinco ha sido relegada a sus nuevos canales temáticos, aunque la presencia sigue siendo escasa⁶. Se puede entender

⁶ Antena Neox abre una franja matinal infantil al igual que FDF (Factoría de Ficción).

entonces porqué los canales temáticos destinados a la infancia están teniendo tanto auge.

Hasta el momento nos hemos limitado a reseñar la aparición de las plataformas de pago como distribuidoras de los canales temáticos y la consiguiente repercusión en el telespectador, pero ¿qué es un canal temático?...

5. Definición de canal temático

En el mercado televisivo de pleno siglo XXI encontramos gran variedad de canales temáticos cada uno con sus características, peculiaridades y destinados a determinados núcleos de público; sobre todo si nos fijamos en las plataformas de pago donde se encuentran alojados y desde donde son distribuidos estos canales veremos cómo existen parámetros de unión dentro de esa diversidad:

Cada canal, cada proveedor de canales, cada plataforma, cada operador de difusión-distribución establece una oferta diferente y estructura la programación conforme a su estilo. En este sentido podría hablarse de tantos modelos como canales existen. Pero por encima de las diferencias se aprecian múltiples rasgos comunes de organización, de estructura, de enfoques, de modelo comunicativo y expresivo que desarrollan (Cebrián, 2004, p. 44).

No obstante, son muchos los aspectos a tener en cuenta a la hora de abordar el concepto de canal temático, y entre ellos se encuentran los contenidos, pues no podemos olvidar, como apuntan los teóricos Gil y García (2009, p. 51), que los contenidos de los canales temáticos tienen una clara propensión hacia el servicio público, pues tratarán “de cubrir diversos aspectos del ocio como es el cine, los distintos canales de televisión, la música, las editoriales, la prensa, los deportes y los servicios”. En este sentido, seguimos al catedrático Mariano Cebrián Herreros cuando afirma que:

Más allá de la definición de canales por los sistemas de difusión-recepción, está la definición por los contenidos, que es lo que realmente cuenta para las audiencias. Los sistemas de difusión permiten la multiplicación de canales, pero los contenidos y servicios, los objetivos de llegar a unos públicos u otros y las modalidades de pago establecen las diferencias reales entre unos canales y otros (Cebrián: 2004, p. 44).

Dentro de todo canal de televisión -generalista o temático- la programación debe constituir una unidad coherente entre los contenidos que la conforman, sin embargo en algunas ocasiones y sobre todo atendiendo a la televisión generalista esto no suele suceder. Es en estas cadenas donde no existe una coherencia clara en los contenidos; según Mariano Cebrián (2004, p. 61), pese a existir una selección, distribución y ordenación de contenidos atendiendo a los comportamientos sociológicos de la audiencia, no hay una sistematización de los contenidos sino heterogeneidad y combinaciones no coherentes. En la televisión generalista como Antena 3, TVE o Telecinco, la coherencia la dan los horarios, la audiencia y la estructura interna, sin embargo ahora se necesitan nuevos enfoques para conseguir comprender la naturaleza de los canales temáticos. En este sentido, por canal temático se suele entender aquellos canales que confeccionan su parrilla atendiendo a un “género” –deporte (Teledporte, Marca TV, etc.), comedia (Paramount Comedy), etc.- o teniendo como base a un determinado perfil de audiencia –infantil (Clan TV, Cartoon Network, etc.), mujeres (Divinity), comunidades sociales, etc.- y que en la mayoría de las ocasiones suelen favorecer las economías de escala dentro del sistema televisivo, pues los canales temáticos, desde una perspectiva económica, se encuentran sumidos en una constante búsqueda de nichos de mercado (Palacio, 2008). Así se entra en un campo variado de especialización de contenidos para un nuevo modelo de televisión que “rompe con lo masivo de la generalista y trata de buscar la homogeneidad de intereses de diversos grupos. No está para dar satisfacciones a todos por completo, sino que cada canal responde a grupos o intereses diferenciados” (Cebrián, 2004, p. 76).

Otras definiciones abordan la cuestión desde otras perspectivas, atendiendo a las temáticas abordadas y a los públicos potenciales a los que va destinado cada canal, eso sí, sin perder de vista y manteniendo de fondo el valor de los contenidos que los conforman. En este sentido, los teóricos Enrique Bustamante y José María Álvarez apuntan cómo los canales temáticos son *cada vez* “más monográficos y ajustados por géneros (cine, entretenimiento, información, documentales, cultura, deportes,...), temas y targets de población (mujeres, niños, jóvenes, adultos, gays, grupos lingüísticos o racionales). Empaquetados nacionalmente, aunque con amplios contenidos internacionales” (Bustamante y Álvarez, 1999, p. 213). Por ello, no es de extrañar que la televisión de pago haya dado lugar a canales de temáticas más especializadas o semiespecializadas conformados por una programación que debe tener una mayor calidad y atender a las exigencias del telespectador, que es mayor por encontrarnos inmersos en un sistema televisivo de pago (Alcolea, 2003, p. 110). Así, estas características nos sirven como seña de identidad del concepto que venimos manejando y constituye parte de la esencia del canal temático de televisión digital. No obstante, la definición del mismo implica ciertas dificultades pues ya lo pone de manifiesto el profesor Mariano Cebrián a través de sus estudios:

La definición exacta proviene de los objetivos propios (...) es definir lo que uno quiere ofrecer. La definición se plantea a veces por las modalidades de géneros formales: películas, series, concursos. Sin embargo, esto genera dificultades por ser excesivamente amplio, por no haber una especificidad de contenido, sino de continente, de tratamiento formal. De ahí la necesidad de una definición mucho más restringida del tema. Lo importante es la acepción conceptual más que la de género (Cebrián, 2004, p. 106).

Entendemos por tanto que la definición temática también puede ser abordada desde el punto de vista de los múltiples géneros⁷ y formatos⁸ que conforman las diversas parrillas de programación. En definitiva, aspectos como la organización, la estructura, los valores de marca, las inserciones publicitarias, los modelos comunicativos, la audiencia, así como las temáticas, entre otros aspectos, son los parámetros que ayudan a formular una clasificación y definición de lo que se ha venido en denominar canal temático.

6. División temática de canales

Hay que partir de la base de que en toda programación televisiva que se precie, bien sea generalista o temática, la confección de la parrilla o rejilla de programación es lo que le aporta unidad u homogeneidad al canal en sí; de esta forma se podrá atender a las temáticas que abordan en sus contenidos los distintos canales para poder agruparlos y clasificarlos. Aunque como veremos, no siempre se atiende fielmente a las temáticas sino que los canales temáticos atienden a clasificaciones más complejas, pues en ellos existe un “flujo coherente de programas con criterios básicos (ya sea por géneros, estilos o temáticas, junto con pautas de programación universales) y al igual que en la televisión generalista, recreando el tiempo social cotidiano” (Alcolea, 2003, p. 182). Por ello, encontramos gran confusión en las clasificaciones televisivas desde la perspectiva de los canales temáticos que tienden a ser agrupados en macrocanales pero no hay unanimidad en la elección del criterio clasificador (Cebrián, 2004, p. 95). Es más, encontramos cómo cada plataforma elige su forma idónea de confección y agrupación de canales teniendo en cuenta los impactos comerciales en función de cada canal, de este modo, las distintas plataformas que operan en nuestro país coinciden en la agrupación en base a grandes temáticas con la finalidad de orientar al público abonado, tanto así que

⁷ El término género, ampliamente tratado y discutido por diversos autores (Cebrián Herreros, Pérez Tomero, Peñafiel...) se entiende como cada uno de los grandes grupos en que pueden clasificarse los programas en razón de su contenido temático o del público al que van dirigidos. No obstante, encontramos autores que difieren de este término y prefieren hablar de segmento o franja de programación alegando que las condiciones en que se experimenta la recepción televisiva, el espectador raramente lo es de un solo programa; generalmente se es espectador durante un período de tiempo y en ese lapso se comparten diversos discursos (de varios canales).

⁸ Para el autor Jaime Barroso, “el formato es la materialización concreta del género en la programación, y que como consecuencia de la naturaleza mecánica de la creación audiovisual, algunos de los criterios constructivos o compositivos del género (disposición de la información o estructura narrativa, segmentaciones o cesuras de la narración, etc.) han pasado a formar parte de los caracterizadores formales o de formato de los programas de televisión”. (Barroso, 1996).

el teórico José Ángel Cortés en un análisis prospectivo de 2000 a 2005 sobre el futuro de los contenidos y programas de la televisión en España, aventuraba que persistirían los mismos criterios de elección de contenidos por parte del público: “el deporte, y más concretamente el fútbol, será la gran atracción, seguido por los canales dedicados al cine, sobre todo cine moderno. Las distintas tecnologías convertirán las ofertas en paquetes más atractivos al mezclar ocio y servicios, y algunos de estos canales irán a remolque de estas ofertas” (Cortés, 2000, p. 123-124). En este sentido, existen clasificaciones basadas en los contenidos, en los públicos, en los géneros y en la mayoría de las ocasiones éstas se encuentran entremezcladas entre sí, lo que hace todavía más difícil el encasillamiento de los canales en una determinada categoría (Cebrián, 2004, p. 128-129).

Hasta el momento, la diversificación sistemática de canales se ha desarrollado en base al grado de especialización temática que abre varios campos temáticos de clasificación dentro del estudio de la televisión digital. Como apunta Mariano Cebrián, por un lado, se pueden diferenciar los canales “Temáticos Generales” –una misma temática pero con perspectivas distintas, visiones generales de la temática- y por otro lado, encontramos a los canales “Temáticos Específicos” –centrados en un aspecto del tema pero de forma específica, lo que produce una reducción del campo temático- (Melgarejo y Rodríguez, 2010). La existencia de estas dos variables televisivas de agrupación hace que podamos encontrar los siguientes campos y géneros en los distintos paquetes de canales ofertados por las distintas plataformas:

1. Los Temáticos Generales por abordar las distintas perspectivas o variantes de un mismo tema inciden sobre todo en campos cinematográficos, informativos, deportivos, documentales, musicales, infantiles y juveniles (Cebrián, 2004, p. 133).

2. Los Temáticos Específicos tienen en cuenta los campos temáticos generales para sobre ellos construir espacios más definidos y específicos con el fin de centrarse en una determinada modalidad de los mismos, es por tanto un segundo nivel de especialización (Cebrián, 2004, p. 141). Así, dentro de los

géneros abordados por los canales Temáticos Generales⁹ se pueden encontrar los siguientes: modalidades deportivas, diversidad de canales musicales atendiendo a los estilos, documentales especializados (arte, científicos, técnicos, económicos, etc.), educativos, informáticos, historia, toros, meteorología, moda, salud, mujer, religiosos, entre otros.

Este breve repaso por los distintos campos temáticos que se abren en torno a la televisión digital nos sirve para iniciarnos y aventurarnos en el estudio específico de lo que viene denominándose como Canal Temático Infantil, pues como hemos podido comprobar dentro de la clasificación expuesta encontramos a los canales infantiles y juveniles que se convierten en nuestro objeto de estudio y que por consiguiente vertebran la investigación que aquí se desarrolla.

7. De Canal Temático Infantil a Canal Infantil Politemático

Si bien los canales temáticos se estructuran en base a los contenidos y a las demandas del público, encontramos cómo uno de los pilares fuertes dentro de las ofertas programáticas de las distintas plataformas son los canales dirigidos a un público infantil y juvenil (Alcolea, 2003, p. 130). Este segmento de público, desatendido por los generalistas, ha encontrado en este tipo de canales una vía de escape, ya que se les ofrecen diversidad de contenidos que tratan de cubrir sus necesidades en cuanto al ocio televisivo se refiere. Tanto así que durante el 2008 los datos de consumo apuntaban un porcentaje importante del 45,3% de niños consumidores de canales temáticos de pago. Sin embargo, durante 2009 se ha alcanzado una cuota de consumo del 40,4% dentro de los canales temáticos, entre los niños de 4 a 12 años abonados a la televisión de pago, siendo mayo el mes del índice más alto con un 45,8%¹⁰.

Los datos muestran la clara preferencia por parte de los niños de este tipo canales, pues tal y como veremos más adelante los canales destinados a la

⁹ Mariano Cebrián en su libro 'Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet'. (2004) destaca los siguientes: deportes, ficción u organización dramática (películas u otros contenidos de ficción), información, documentales, musicales, infantiles y juveniles, y otros (variedades, reelaboración, canales de publicidad y televenta, así como los empaquetados de canales.

¹⁰ Datos extraídos del informe CONECT correspondiente al mes de mayo de 2009. Newsletter junio '09 y febrero de 2010. Newsletter febrero '10. Disponible en: <http://www.conect.es/newsletter/junio/segmentacion.htm> <http://www.conect.es/newsletter/enero/segmentacion.htm> [acc. 05/09/2010]

infancia tienden a hacerse con el mayor número de público afín gracias a sus contenidos, publicidad, valor de marca y muchos otros aspectos. No obstante, antes de abordar todas esas cuestiones, consideramos necesario saber qué se entiende por canal temático infantil y cuáles son los parámetros o elementos característicos que pueden llegar a definirlo.

En lo concerniente a los canales temáticos infantiles, al igual que ocurre con el resto de canales, las clasificaciones que se hacen hasta el momento no están claras, e incluso puede que sea un tanto más ambigua pues como afirma Mariano Cebrián las categorías se desarrollan en base a diversos criterios; sin embargo, en el caso que nos ocupa es más correcto hablar de clasificaciones atendiendo al *target* potencial del canal:

Se establecen categorías por contenidos: informativos, deportivos, musicales. Y se pasa a otras por públicos: infantiles y juveniles, salvo que el contenido sea sobre los niños y jóvenes, pero no es así ya que se eligen canales de interés para estas edades, aunque pueden ser canales de películas y musicales (Cebrián, 2004, p. 129).

De esta forma, la organización en macrocanales¹¹ hace que para los teóricos sea complicada la tarea de abordar los canales temáticos infantiles de forma conceptual, ya que los límites no están claros y se está expuesto a una constante contradicción como apunta Mariano Cebrián:

No aparece una clasificación por aspectos opuestos con objeto de evitar la posibilidad de que un canal pueda estar indistintamente en dos campos. Así, en este caso, hay una contradicción aparente, por ejemplo, entre canales cinematográficos e infantiles al oponer el tema con el público. ¿Dónde se incorpora un canal de dibujos animados? ¿No hay canales cinematográficos destinados a niños? (Cebrián, 2004, p. 95).

¹¹ La clasificación en macrocanales atiende a los siguientes géneros: cinematográfico, musical, informativo, deportivo, documental, infantil y juvenil, entre otros.

Pese a las contradicciones aparentes que podemos encontrar a lo largo del estudio, cabe destacar que es necesario un acercamiento a la variabilidad de los contenidos o temáticas para poder aproximarse a la definición de canal temático infantil, pues en ellos se encuentra la clave como bien apunta Mariano Cebrián:

No se definen por el hecho de estar dirigidos a los niños, ni por la técnica de producción, como puede parecer a simple vista con la denominación de canales infantiles o de dibujos animados, sino en cuanto que sus temas son los relacionados con el mundo infantil: juegos, relatos, aventuras, cuentos, participación en concursos. Los temas son muy variados, así como los géneros, pero todo está enfocado desde la mirada de los niños y jóvenes según diversas edades (Cebrián, 2004, p. 140).

Así la diversidad temática, de géneros y formatos entronca directamente tanto con la terminología empleada como con la definición de canal temático infantil, ya que si hay algo que caracteriza a este tipo de canales precisamente es la diversidad de contenidos, así como la amplia gama de la naturaleza de las series que los convierte en un gran cajón donde se aglutinan cantidades ingentes de series de dibujos animados, películas, series de ficción y publicidad, en ocasiones atendiendo a segmentos de públicos demasiado amplios. Sin embargo, pese a esta problemática, existen clasificaciones de canales temáticos infantiles atendiendo a su organización (empaquetado), al tipo de plataforma y en base a la organización de su oferta televisiva (Cebrián, 2003). Hoy en día la diversidad de canales destinados a la infancia es amplia si atendemos a los distintos paquetes de las plataformas de pago que operan en nuestro país; no obstante el campo de la TDT también abre un hueco importante a la explotación de los canales infantiles de televisión digital como demuestra el estudio realizado por María Dolores Moreno (2009) donde pone de manifiesto el impulso que proporciona la Televisión Digital Terrestre a los canales infantiles.

Como hemos podido comprobar, hoy día, el término “temático” viene siendo empleado por los teóricos para hacer referencia entre otros a los canales infantiles de televisión. Sin embargo, se hace necesaria una revisión del término ya que la consideramos inapropiada para este tipo de canales, pues como veremos éstos se caracterizan por la gran cantidad de contenidos audiovisuales que tratan temáticas diversas, de ahí que no puedan ser considerados como canal temático puro sino que se pierde el valor de la denominación de temático al no centrar sus productos en un solo tema. De esta forma y pese a que los teóricos o investigadores del mundo audiovisual asumen y aplican el término apuntando que todas las temáticas abordadas en los canales infantiles son sacadas del mundo de la infancia, proponemos una terminología diferente para referirnos a ellos: “Canal Infantil Politemático”. Este término ofrece un mejor acercamiento a lo que es en sí el canal infantil, caracterizado por la inclusión en su parrilla de programación de variadas temáticas. ¿Por qué infantil? la primera de las cuestiones a tener en cuenta es la segmentación del público, y en nuestro caso el canal está dirigido -si tenemos en cuenta el desarrollo de la inteligencia fílmica¹²- a un público de entre 0 y 6 años. ¿Por qué Politemático? como apunta la Real Academia Española de la Lengua¹³ –*poli-* indica pluralidad o abundancia; es fácil entender entonces que en el caso que nos ocupa bien puede atenderse tanto a la pluralidad como a la abundancia de temas, lo que nos sirve para justificar y defender el uso de esta terminología a lo largo de este estudio y como un aporte fundamental al mundo del audiovisual infantil.

8. A modo de conclusión: una posible definición de Canal Infantil Politemático

A la hora de definir con propiedad al Canal Infantil Politemático es necesario aclarar que en la actualidad existe cierta confusión a la hora de referirnos a los

¹² Autores como Tomás De Andrés han denominado “Inteligencia Fílmica” al proceso del desarrollo psicológico y cognitivo del menor por el que éste es capaz de asimilar y entender de forma óptima lo que los medios de comunicación le quieren transmitir o enseñar a través de sus mensajes. Pues como afirma De Andrés es necesario todo un proceso de asimilación audiovisual que culmine en la inteligencia fílmica para que los medios de comunicación, como puede ser el cine o la televisión, cumplan una función favorable dentro del entorno social y afectivo del menor (De Andrés: 2006, 53).

¹³ Definición disponible en:

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=poli [acc. 13/09/2010]

canales infantiles como temáticos; consideramos que se hace un mal uso del término, puesto que no son temáticos en sí, ya que no atienden a una temática determinada sino que las temáticas son diversas pese a que siempre aluden a temas propios de la infancia -desde esa perspectiva podríamos entender su aplicación-. Sin embargo, acuñamos el término “Politemático” por ajustarse más a la realidad de los canales infantiles de televisión digital, puesto que en ellos se tiende más a la variabilidad y pluralidad de temáticas empleadas en sus contenidos. De este modo, para elaborar una definición de este tipo de canales se ha tenido muy en cuenta los resultados obtenidos del estudio de los parámetros referentes al segmento de edad, al Currículum Escolar, a los géneros y formatos, así como a la publicidad y autopromoción de los canales que han conformado nuestro universo a estudio, lo que nos permite poder elaborar una posible definición atendiendo a los aspectos más específicos y comunes que construyen un canal infantil de televisión.

Finalmente, la definición de “Canal Infantil Politemático” se hace con base al público potencia, a los contenidos, a la continuidad y a la marca. Realmente, el Canal Infantil Politemático de televisión digital se define teniendo en cuenta tanto al receptor como al mensaje. Así, el Canal Infantil Politemático queda definido como aquel que se dirige a un *target* potencial infantil que va desde los 0 hasta los 6 años de edad y cuyas temáticas abordan el mundo que envuelve al infante; de ahí que los contenidos tengan que estar elaborados en base a aspectos como la inteligencia fílmica y el Currículum Escolar que marcarán todo el proceso formal y narrativo de confección de los mensajes audiovisuales con el fin de atender a las necesidades del menor.

9. Referencias bibliográficas

Alcolea, Gema. (2003): *La televisión digital en España*. Sevilla: Comunicación Social.

Alonso, Manuel Alonso; Matilla, Luis; Vázquez, Miguel. (1995): *Teleniños públicos, teleniños privados*. Madrid: La torre.

Barroso, Jaime. (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.

Bustamante, Enrique. (1999): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

Bustamante, Enrique.; Álvarez, José María (1999). *Presente y futuro de la televisión digital*. Madrid: Edipo.

Cebrián, Mariano. (2004): *Modelos de televisión. Generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós.

- (2003): "Contenidos infantiles en televisión. Nueva técnica analítica global". En *ZER Revista de estudios de comunicación*. Disponible en: http://www.ehu.es/zer/zer15/articulo_3.htm. [Fecha de consulta: 15/02/2010].

CONNECT. (2010): "La televisión temática de pago en España 2009. Conectados a la eficacia". *FACTBOOK 2010*, Madrid.

[http://www.conect.es/pdf/factbook_10.pdf]. Fecha de consulta: 10/05/2010.

CONNECT. (2010): "Informe CONNECT, Newsletter febrero '10". Madrid. Disponible en: <http://www.conect.es/newsletter/enero/segmentacion.htm>. [Fecha de consulta: 25/03/2010].

CONNECT. (2009): "Informe CONNECT. Newsletter junio '09". Madrid. Disponible en: <http://www.conect.es/newsletter/junio/segmentacion.htm>. [Fecha de consulta: 15/07/2010].

CONNECT. (2008): "La televisión temática de pago en España 2008. Factbook 08 del Consejo Especialista en Canales temáticos (CONNECT)". Madrid. Disponible en: <http://www.conect.es/pdf/DiaposFactbookparaweb.pdf>. [Fecha de consulta: 10/10/2009].

CONNECT. (2008): "Estudio experimental sobre hábitos televisivos y eficacia publicitaria del target infantil. Televisión de pago: un entorno de comunicación favorable y eficaz". Madrid. Disponible en:

[http://www.conect.es/2007/presentaciones/VEO%20VEO%20Presentaci%F3n%20\(Maite%20Rodr%EDguez\).pdf](http://www.conect.es/2007/presentaciones/VEO%20VEO%20Presentaci%F3n%20(Maite%20Rodr%EDguez).pdf). [Fecha de consulta: 03/10/2009].

Cortés, José Antonio. (2000): "Contenidos y tipos de programas". En Durández, Ángel; Sánchez-Tabernero, Alfonso. *El futuro de la televisión en España. Análisis prospectivo 2000-2005*. Arcadia, p. 107-124.

De Andrés, Tomás. (2006): *El desarrollo de la inteligencia fílmica. La comprensión audiovisual y su evolución en la infancia y adolescencia*. Madrid: CNICE

Francés I Doménec, Miquel. (Coord.). (2009): *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la Televisión Digital*. Barcelona: Gedisa.

Gil, Juan; García, Fernando. (2000): “Los contenidos. Pieza clave en la cadena de valor del sector multimedia”. En *La era digital. El desarrollo de la televisión multicanal*. Barcelona: Media Park, Departamento de Comunicación, p. 34-52.

Melgarejo, Irene. (2010): “Canal Infantil Politemático de Televisión Digital. Clasificación y aproximación a una definición”, Trabajo de Suficiencia Investigadora, Directora: Rodríguez, María del Mar. Departamento de Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad Católica San Antonio de Murcia. Murcia. (España).

Melgarejo, Irene; Rodríguez, María del Mar. (2010): “La calidad como consecuencia de una buena segmentación de edades en la televisión temática infantil. Playhouse Disney y los contenidos preescolares”. En *II Congreso Internacional AE-IC Málaga 2010*, Facultad de Comunicación de la Universidad de Málaga. Disponible en: <http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/177.pdf>. [Fecha de consulta: 20/02/2010].

Moreno, María Dolores. (2009): “La TDT impulsa la multiplicación de canales infantiles”. En *EDUTEC, Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, número 28. Disponible en: http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec28/articulos_n28_pdf/Edutec-E_Moreno_n28.pdf. [Fecha de consulta: 01/04/2009].

Palacio, Manuel. (2008): “¿Qué es la televisión temática?”. En *I Foro de la Televisión Temática en España*. Madrid: San Lorenzo del Escorial. Disponible en: [http://www.conect.es/2007/presentaciones/Qu%E9%20es%20la%20televisi%F3n%20tem%E1tica%20\(Profesor%20Palacio\).pdf](http://www.conect.es/2007/presentaciones/Qu%E9%20es%20la%20televisi%F3n%20tem%E1tica%20(Profesor%20Palacio).pdf). [Fecha de consulta: 13/03/2010].

- (2001): *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

Pindado, Julián. (2005): "Lo ideal y lo real en TV. Calidad, formatos y representación". En *Comunicar*, número 25, p. 101-108.

Real Academia Española de la Lengua. Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición. Disponible en:

http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=poli. [Fecha de consulta: 20/05/2010].

Sánchez, José Luís. (2002): *Historia del Cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza.

Serra, Jordi. (2009): La programación de contenidos en la televisión digital. En Frances i Doménec, Miquel. *Hacia un nuevo modelo televisivo*. Barcelona: Gedisa, p. 257-262.

Ventura, Rafael. (2001): *La televisión por cable en España*. Barcelona: EUB.