



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**“REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL EN PRODUCCIÓN  
DE LA BARRA DE ONCE NIÑOS DEL CANAL ONCE”**

**INFORME DE EXPERIENCIA LABORAL**

**T E S I N A**

Que para obtener el título de:

**LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Presenta:

**URIEL FLORES MENDOZA**

Asesora:

**MTRA. SILVIA JOSEFINA GONZÁLEZ MARTÍNEZ**



Ciudad de México

Marzo, 2016



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Índice

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1: NIVELES DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>4</b>
1.1 LA COMUNICACIÓN.....	4
1.1.1 NIVELES DE COMUNICACIÓN .....	6
<b>1.2 LA TELEVISIÓN .....</b>	<b>9</b>
1.2.1 LA TELEVISION EN MEXICO.....	10
1.2.2 ORÍGENES DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN MÉXICO .....	10
1.2.3 CONFIGURACIÓN TELEVISIVA.....	12
1.2.4 GENEROS TELEVISIVOS.....	13
1.2.5 CLASIFICACION DE LOS GÉNEROS TELEVISIVOS .....	14
1.2.6 LA BARRA DE PROGRAMACIÓN.....	20
<b>CAPÍTULO 2. ONCE TV MÉXICO DEL IPN .....</b>	<b>23</b>
2.1 ONCE TV MÉXICO DEL IPN.....	23
2.2 ESBOZO HISTÓRICO 1959 - 2010.....	24
2.3 RÉGIMEN JURÍDICO .....	37
2.4 FINANCIAMIENTO.....	41
2.5 COBERTURA.....	45
<b>CAPÍTULO 3. EXPERIENCIA PROFESIONAL EN PRODUCCIÓN DE LA BARRA DE ONCE NIÑOS.....</b>	<b>47</b>
3.1 BARRA INFANTIL ONCE NIÑOS .....	47
3.1.1 EL PROGRAMA “BIZBIRIJE” .....	50
3.1.2 OBJETIVOS DEL PROGRAMA.....	54
3.1.3 VALORES EN BIZBIRIJE .....	55
3.1.4 DESARROLLO DEL PROGRAMA.....	56
3.1.5 EQUIPO DE REPORTEROS .....	57
3.1.6 PREMIOS RECIBIDOS .....	59
<b>3.2 EXPERIENCIA LABORAL EN CANAL ONCE .....</b>	<b>60</b>
3.3 ACTIVIDADES REALIZADAS EN LAS DIFERENTES ETAPAS DE PRODUCCIÓN .....	60
3.4 EL PROFESIONAL EN PRODUCCIÓN .....	63
<b>PROPUESTAS .....</b>	<b>65</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>68</b>
<b>FUENTES DE CONSULTA .....</b>	<b>72</b>

## INTRODUCCIÓN

---

El presente trabajo de investigación “Reporte de experiencia profesional en producción de la barra de once niños de Canal Once”, tiene el objetivo de ubicar y presentar al profesional en producción en televisión de un programa infantil, la importancia y responsabilidad que implica la realización audiovisual que atiende a este público.

Para entender mejor el papel de la televisión infantil nacional, considero importante dar una introducción sobre la historia de la televisión nacional; los diferentes géneros televisivos; los niveles de comunicación; así como las diferentes etapas dentro de la producción. Y lo he realizado a partir de mi experiencia profesional laborando en la barra infantil de Canal Once del Instituto Politécnico Nacional.

Seleccioné Once TV por ser la televisora abierta que produce el mayor porcentaje (46%) de sus contenidos para el público infantil. El interés personal que me llevó a elaborar este proyecto acerca de la barra infantil de Once TV, surge gracias a la participación en la realización de las Coordinaciones de Programación e Investigación, además de las diferentes etapas de producción de Once Niños.

En la presente investigación ofrezco la descripción de los segmentos y programas que integran Once Niños. Partiendo del hecho de que el público de la barra infantil es fundamental para el desarrollo de la misma.

En Once TV México, la programación infantil está contenida en la barra de Once Niños, que se define a sí misma como "la televisión inteligente que quieren los padres de familia para enriquecer la vida de sus hijos; un lugar donde se pueden encontrar diferentes maneras de ver, pensar y hacer cosas; un espacio diferente con el espíritu de siempre. Una televisión para y por los niños, porque ellos son lo más importante".<sup>1</sup>

El objetivo de Once Niños es transmitir una programación entretenida y no violenta que permita a los niños interactuar con los programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho educativo lo cual es importante para resaltar ya que en términos de producción audiovisual requiere alta capacidad en conocimiento y habilidades creativas.

---

<sup>1</sup> Canal Once. (marzo 03, 2001). Once niños la televisión que queremos para los niños. noviembre 15, 2015, de Once Niños Sitio web: [http://www.oncetv-ipn.net/acercade/boletin\\_021.htm](http://www.oncetv-ipn.net/acercade/boletin_021.htm)

Once Niños ofrece entretenimiento, además de inteligencia y una buena dosis de absurdo para que niños y niñas puedan imaginar e imaginarse en un espacio cerrado dentro de la programación de Canal Once, gracias a que todo está cuidadosamente pensado y diseñado para los niños, hasta los cortes de canal. Uno de los motivos para realizar la investigación sobre Once Niños, es mi propia experiencia profesional en medios audiovisuales dirigidos a niños precisamente en la barra infantil de Once Niños de Canal Once. Es por eso la importancia del entorno que rodea la producción audiovisual dirigida a esta audiencia, así como resaltar la función del profesional en producción que presento en este informe.

Por lo tanto, este informe de experiencia laboral se divide en tres capítulos:

En el primer capítulo defino el concepto de comunicación, así como los elementos que integran el proceso y los niveles en que ésta tiene lugar, a continuación, reviso brevemente la historia de la televisión, las características del medio, los géneros televisivos en que se clasifican y las respectivas barras de programación ya que considero importante tener una plena comprensión de estos conceptos en función de la producción audiovisual ya que en esto se basa mi experiencia profesional expuesta en este informe.

En el segundo capítulo hablo del esbozo histórico de Canal Once, ya que ONCETV, del Instituto Politécnico Nacional, es la televisora de servicio público más antigua de América Latina, además de mencionar la importancia de la función social que la ha caracterizado a lo largo de este tiempo a su público televidente y esto lo menciono para entender el compromiso social reflejado en sus producciones televisivas dirigidas al público infantil.

También en este capítulo, expongo el régimen jurídico bajo el cual opera la televisora XEIPN TV Canal Once, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, que pertenece al Instituto Politécnico Nacional, quien a su vez depende de la Secretaría de Educación Pública y es importante ubicar la manera en que el Canal obtiene sus recursos.

Y por consiguiente, hablar de un tema importante sobre la televisora del Instituto Politécnico Nacional, es el referente a su financiamiento ya que, al ser una televisora pública, su presupuesto es otorgado en mayor medida por el gobierno federal, a través del Instituto Politécnico Nacional, quien a su vez recibe una partida anual de la Secretaría de Educación Pública y es trascendente añadir la importancia en los cambios recientes a dicha ley y las nuevas políticas de financiamiento para las televisoras públicas respecto al patrocinio comercial.

Finalmente, el tercer capítulo hago mención de mi experiencia laboral en producción en Canal Once. Informo las actividades realizadas en las diferentes etapas de producción en

las que participé, así como ejemplos de casos a los que enfrenté para exponer y dar un panorama al profesional en producción sobre la producción televisiva.

En la conclusión, menciono la importancia que tiene para mí la realización de este informe a partir de mis prácticas profesionales en Canal Once ya que mi intención es brindar al estudiante de comunicación que se especializa en producción, un panorama del mundo real de la producción televisiva y herramientas eficaces con la función de adquirir ventaja en los retos que se presenten en este campo. Finalmente doy a conocer algunas líneas de investigación como resultado de reflexiones que surgieron a lo largo del desarrollo de este informe.

# CAPÍTULO 1: NIVELES DE COMUNICACIÓN

---

En el presente capítulo defino el concepto de comunicación, así como los elementos que integran el proceso y los niveles en que ésta tiene lugar, a continuación, menciono brevemente la historia de la televisión, las características del medio y los géneros. El último apartado está destinado a la barra de programación de televisión para identificar la barra de niños, lo cual es importante para entender y ubicar las bases de mi experiencia laboral en un medio masivo de comunicación y la responsabilidad del contenido en proyectos audiovisuales para un público infantil.

## 1.1 LA COMUNICACIÓN

El concepto de comunicación alude al proceso mediante el cual los seres humanos transmiten y comparten información; ya sea con ellos mismos o con otros individuos, a través del lenguaje y de todo sistema de señales, sean éstos: gestos, luces, música, carteles, emisiones de radio o televisión, etcétera.<sup>2</sup> Esto es importante porque el concepto de comunicación se define como un proceso complejo compuesto por fases sucesivas de intercambio de información.

Según Wilbur Schramm, la comunicación es la trama que une a los individuos, familias, grupos sociales y religiosos, corporaciones, públicos de los medios de comunicación masiva, sociedades, culturas y naciones.<sup>3</sup>

El origen de las palabras *comunicar* y *comunicación* en la lengua francesa tiene lugar en la segunda mitad del siglo XIV. El sentido básico *participar en*, está aún muy próximo al latín *communicare* (participar en común, poner en relación). Hasta el siglo XVI los dos términos están, pues, muy cercanos a los términos *comulgar* y *comunió*n, vocablos más antiguos (siglos X - XIII) pero originarios asimismo de *communicare*. A estos términos puede agregarse de igual manera el sustantivo francés *comunier*, en el sentido de *propietario en común*. Es a partir de este sentido generalizado de *participación de dos o más*, que en el siglo XVI aparece con el sentido de *practicar* una noticia.<sup>4</sup>

De esta forma, *comunicar* se le reconoce el significado de *transmitir*. "Es así como trenes, teléfonos, periódicos, radio y televisión se convierten sucesivamente en *medios de*

---

<sup>2</sup> Fuentes Lara, Marcia de las. La Televisión como medio de educación infantil, p.1.

<sup>3</sup> Schramm, Wilbur. Cómo funciona la comunicación en Fernández Collado, Carlos, La comunicación humana, p. 25.

<sup>4</sup> Nájera Espinoza, Ozziel. La sombra de occidente: el mito del vampiro, p. 13.

*comunicación*, esto es, medios para pasar de A a B. Este sentido es el que persevera en todas las acepciones francesas actuales”.<sup>5</sup>

La evolución del término inglés es equivalente y surge en el siglo XV derivada de la raíz latina *communis*. “El vocablo es casi sinónimo de *comuni6n* y expresa el acto de compartir, de participar en com6n. A fines del siglo XV, *communication* se convierte tambi6n en el objeto que se participa en com6n. Con el crecimiento de los medios de transporte en el siglo XVII el t6rmino se pluraliza y se utiliza para denominar carreteras, canales y, m6s tarde, ferrocarriles. Durante el primer tercio del siglo XIX, esta expresi6n empieza a designar a las industrias de la prensa, cine, la radio y la televisi6n”.<sup>6</sup> Resulta interesante conocer los diferentes empleos que ha tenido la palabra comunicaci6n a trav6s del tiempo.

La comunicaci6n tambi6n consiste en compartir informaci6n, ideas o actitudes; esto es, establecer algo en com6n con alguien. Adem6s, la comunicaci6n humana es, de acuerdo a Guillermo Tenorio, un acto racional, consciente e intencional, condicionado y determinado por el contexto sociopol6tico imperante en un momento y espacio dados. En producci6n audiovisual rescato este concepto y rescato la “intencionalidad” del t6rmino comunicaci6n.

Lo de racional, consciente e intencional, se refiere a la situaci6n de que la comunicaci6n humana es un producto social, adquirido cuando desapareci6 el instinto gregario y en su lugar surgi6 la conciencia social; junto con ello, tambi6n se dio el uso de un c6digo -lenguaje o conjunto de signos- cuyo origen es estrictamente cultural, y ning6n animal, hasta ahora, lo ha creado y utilizado.<sup>7</sup>

Por lo tanto, para David K. Berlo la comunicaci6n es un proceso; es decir, un fen6meno que presenta transformaciones a trav6s del tiempo, por lo tanto, “si definimos algo como proceso tambi6n estamos significando que este algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es est6tico, no descansa; que se halla en movimiento”.<sup>8</sup> Entonces se podr6a decir que, al ser un proceso, 6ste nunca descansa, no se detiene; al contrario, siempre est6 en constante actividad.

---

<sup>5</sup> 6dem.

<sup>6</sup> 6bidem, p. 14.

<sup>7</sup> Tenorio Herrera, Guillermo. Elementos b6sicos para el estudio, an6lisis y cr6tica de la televisi6n mexicana, p. III.4.10.

<sup>8</sup> Berlo, David. El proceso de la comunicaci6n, p. 19.

En este sentido, la comunicación resulta ser “algo que se hace y se rehace en forma constante y permanente, como resultado de una interacción o influencia recíproca entre quienes la realizan y participan en ella”.<sup>9</sup>

De acuerdo a Wilbur Schramm, en el proceso de la comunicación intervienen tres elementos básicos e imprescindibles: el emisor o fuente, el mensaje o contenido y el receptor o destino.

La fuente o emisor puede ser una persona o una organización de comunicación. El receptor es el destinatario del mensaje; puede ser un individuo, un grupo o un público masivo. “Los componentes de un proceso interaccionan, es decir, cada uno de ellos influye sobre los demás”.<sup>10</sup> En el proceso que se describe, el emisor y el receptor intercambian papeles y funciones.

El mensaje es la expresión de la información que se desea transmitir. Puede presentarse de forma impresa, auditiva, visual, audiovisual, o “como el movimiento de la mano, una bandera en el aire o cualquier otra señal capaz de ser interpretada significativamente”.<sup>11</sup> Para obtener éxito en la comunicación, los mensajes se construyen en un código común al emisor y al receptor. Y esto fue básico en mi trabajo cuando participé en el programa Bizbirije para que los niños comprendieran los mensajes y nos lleva a la importancia de hablar de los diferentes niveles de comunicación.

### 1.1.1 NIVELES DE COMUNICACIÓN

Es importante identificar los niveles de comunicación ya que el mensaje final prescinde de éstos y el resultado varía respecto al número de sujetos participantes y al medio utilizado. Según Guillermo Tenorio, el proceso de comunicación puede clasificarse en seis niveles o tipos de comunicación: intrapersonal, interpersonal, intragrupal, intergrupala, masiva y social.<sup>12</sup>

La comunicación intrapersonal es la que realizan los individuos consigo mismos; también se le llama reflexión o meditación. “Asimismo, es el proceso previo a cualquier otro tipo de comunicación, funciona como evaluación de lo que se dice y se recibe como respuesta,

---

<sup>9</sup> Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III. 4.9.

<sup>10</sup> Berlo, David. Ob. Cit., p. 19.

<sup>11</sup> Schramm, Wilbur. Ob. Cit., p. 3.

<sup>12</sup> Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III. 4. 12.

y coadyuva a planear la estrategia manipulativa presente en cada intención comunicativa”.<sup>13</sup> Por lo tanto, la comunicación intrapersonal, es de carácter subjetiva.

El estudio de este nivel, comprende una serie de procesos que tienen lugar en el individuo y que son fundamentales para la comprensión de otros fenómenos comunicativos la disciplina que más se ha ocupado de la comunicación intrapersonal es la psicología desde la perspectiva cognitiva, conductista y del interaccionismo simbólico.

La comunicación realizada entre dos personas recibe el nombre de interpersonal. Carl I. Hovland definió en 1948 este tipo de comunicación como una interacción en la que un individuo transmite estímulos para modificar la conducta de otros individuos.

Guillermo Tenorio señala que la comunicación interpersonal podría definirse como un proceso posible (que puede o no suceder) de control o regulación empática mutuos. “Es el intento de una o dos personas por establecer, mantener, explotar o cambiar una relación social X, a través de una interacción comunicativa, esto es, mediante el intercambio de mensajes, respuestas y significados”.<sup>14</sup>

La comunicación intragrupal se lleva a cabo entre los miembros de un grupo organizado, “a partir, precisamente, de la organización grupal, en donde hay un líder, seguidores y rivales, y toda una dinámica de intereses y comportamientos”.<sup>15</sup> Los grupos pueden ser familiares, laborales, amistosos, de esparcimiento, religiosos, políticos, etcétera. Y esto es relevante porque se ve reflejado en un equipo de trabajo y trasciende en nuestro desempeño en el ámbito de la producción audiovisual.

Para fines de mi trabajo de investigación, es importante tener conciencia de los diferentes alcances que los niveles de comunicación tienen con la audiencia en un medio de comunicación como es la televisión y aún más, la importancia que conlleva una producción donde el público infantil es el objetivo principal.

La importancia de la comunicación dentro de los grupos se deriva de su capacidad de integración.

Actúa dentro del grupo cohesionándolo al permitir la interrelación organizativa, identificando de algún modo a sus integrantes que aun

---

<sup>13</sup> Ídem, p. III. 4. 13.

<sup>14</sup> Ídem.

<sup>15</sup> Ídem, p. III. 4. 14.

cuando éstos no se encuentren en proximidad física es posible reconocerles; además, de que provee estructuras integrativas de orientación e identidad para cada uno de los miembros<sup>16</sup>

La comunicación intergrupala tiene lugar de grupo a grupo; por ejemplo, entre una comunidad artística y un grupo político. Este nivel de comunicación se caracteriza porque tienen tras de sí los intereses, expectativas y presiones de un grupo. Esto nos permite comprender que, aunque hay grupos con diferentes disciplinas, no significa que sea un impedimento para establecer puentes de comunicación.

El quinto nivel de comunicación es la masiva, la cual implica a los medios de difusión (cine, televisión, radio, prensa). “La comunicación de masas es un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintivas, principalmente acerca de cuál es la naturaleza del auditorio, de la experiencia de comunicación y del comunicador”.<sup>17</sup> En la comunicación masiva, la fuente principal o emisor es una organización o una persona institucionalizada. Por ejemplo, una televisora o el editor de un periódico. “La organización funciona igual que un comunicador individual. Opera como decodificador, intérprete y codificador”.<sup>18</sup>

A diferencia de los niveles antes mencionados, en la comunicación masiva el receptor o destinatario es un auditorio o público grande, heterogéneo y anónimo. Los mensajes están dirigidos a un amplio grupo de población, por lo cual tienen un carácter público. “Esta situación receptiva es muy distinta a la comunicación frente a frente, y esto se debe a que hay muy poca retroalimentación de parte del receptor al emisor”.<sup>19</sup>

Asimismo, el público de la comunicación masiva tiene muy poco contacto entre sí. “Estos públicos son individuales, en vez de grupales. Pero cada individuo está conectado con un grupo o grupos -su familia, sus amigos cercanos, su grupo profesional o escolar- y esto es algo muy importante que se debe recordar acerca de la comunicación masiva”.<sup>20</sup>

Por nivel de comunicación social “se entiende la fusión o la resultante de todos los tipos enunciados antes y comprendidos en un momento y espacio determinado”.<sup>21</sup> Además, de que la sociedad, como cualquier otra unidad de comunicación, decodifica, interpreta y codifica. “Decodifica el medio ambiente, interpreta lo que ha decodificado, llega a un

---

<sup>16</sup> Ídem.

<sup>17</sup> Wright, Charles. Comunicación de masas, p. 9.

<sup>18</sup> Schramm, Wilbur. Ob. Cit., p. 16.

<sup>19</sup> Ídem.

<sup>20</sup> Ídem, p. 18.

<sup>21</sup> Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. I. 37.

consenso para llevar a cabo cierta política y finalmente, transmite nuestra cultura a sus nuevos miembros”.<sup>22</sup>

Finalmente, los niveles de comunicación delimitados y dentro de este discurso, la televisión es trascendental porque al estar dentro del nivel de comunicación de masas, una vez que se ha delimitado al auditorio, en este caso infantil, se observa la experiencia de la comunicación y el comunicador. Así como en términos de producción; la importancia, el manejo y la responsabilidad de la experiencia audiovisual creada para esta audiencia. Por eso en mi informe de experiencia laboral explico la importancia de un medio masivo como lo es la televisión y lo expongo en el siguiente apartado.

## 1.2 LA TELEVISIÓN

En este punto hablar de la televisión nos permite visualizar un panorama de la importancia de este medio de comunicación a lo largo de la historia desde su aparición hasta nuestros días. En este apartado expongo un breve recuento de sus orígenes.

“En 1900, surgió el término *televisión*, que tuvo su origen en la fototelegrafía”.<sup>23</sup> La televisión es técnicamente un sistema de transmisión que permite el envío y recepción de señales. El sistema está integrado por una cámara, un sistema de barrido, un generador de señales de sincronización, un emisor y un receptor.

“La televisión -voz que se deriva del griego *tefe* (lejos) y del latín *video* (ver), consiste simplemente en la conversión de rayos luminosos a ondas eléctricas, las cuales se transmiten luego a un receptor en el que a su vez son convertidas en rayos luminosos visibles que forman una imagen”.<sup>24</sup>

Pero el medio televisivo es mucho más que un invento resultado del progreso tecnológico. Para Rudolph Arnheim la televisión “es la última fase de un desarrollo que empezó con los primeros nómadas. El hombre abandona su lugar de nacimiento, cruza tierras, montañas y mares intercambiando productos, invenciones, obras de arte, religión y conocimiento la televisión permite a mucha gente oír y ver simultáneamente lo que está pasando en otros lugares del mundo”.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Schramm, Wilbur. Ob. Cit., p. 19.

<sup>23</sup> González Treviño, Jorge. Televisión y comunicación, p. 17.

<sup>24</sup> Quijada Soto, Miguel Ángel. La televisión, p. 15.

<sup>25</sup> Citado por Josefina Alcázar en La cuarta dimensión del teatro, p. 63.

En suma, la televisión “es a la vez un medio técnico de producción y transmisión de información y una institución social, productora de significados, definida históricamente como tal y condicionada política, económica y culturalmente”.<sup>26</sup>

Ahora bien, lo que pasa con la televisión en México, sus orígenes y el desarrollo de ésta dentro del contexto cultural de la población mexicana, se menciona en el siguiente apartado.

### **1.2.1 LA TELEVISION EN MEXICO**

En este punto hablar de la televisión en México nos permite comprender el papel trascendental de este medio de comunicación como medio de mayor consumo y su importancia en el desarrollo de nuestros niños. Conforme van evolucionando los programas de televisión para los diferentes públicos, como una de las principales razones, fue que se estructuró en géneros televisivos, es por eso que programas infantiles adquieren un rol importante en la sociedad.

### **1.2.2 ORÍGENES DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA EN MÉXICO**

Para mí es importante mencionar el desarrollo que vivió Canal Once desde su creación hasta nuestros días, ya que considero muy elogiable el que al ser un canal del Estado y con presupuesto limitado en comparación con otras televisoras de carácter comercial, produzca programas y series de gran calidad con poco presupuesto en comparación con las televisoras mencionadas. Y más importante, el que, en el capítulo tercero, comento algunas experiencias sobre objetivos que se me encomendaban en producción y que debía lograr muchas veces sin presupuesto.

Cuando en México se genera un movimiento tendiente a implantar y desarrollar la televisión, la participación gubernamental se limitó a otorgar concesiones y a tratar de establecer una regulación de la nueva etapa comunicativa que se avecinaba.

Es hasta 1958 cuando la televisión pública tímidamente hace su aparición a través del otorgamiento de la frecuencia del Cana 11 a una institución pública de enseñanza

---

<sup>26</sup> Orozco, Guillermo. Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo, p. 33.

superior, el Instituto Politécnico Nacional, que establece para el Canal una finalidad "cultural y educativa".<sup>27</sup> El naciente Canal 11 recibe apoyo directo de dos Secretarías de Estado:

- La operación técnica de la emisora estaba a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- La determinación de la programación y de sus contenidos estaba a cargo de la Secretaría de Educación Pública.<sup>28</sup>

A pesar de este intento, el Estado seguía sin tener una presencia real, ya que el Canal 11, además, de que tenía y aún sigue teniendo oficialmente una transmisión para el Distrito Federal y su zona metropolitana, contaba con un bajo subsidio que, aunado a la imposibilidad de comercializarse dado su carácter cultural, le otorgaba pocas oportunidades de competir con la cada vez más fuerte televisión comercial.

El gobierno, a través de la financiera estatal Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (SOMEX), compró primero 72% de las acciones del Canal 13, propiedad de Francisco Aguirre, para después comprar 28 % restante. Con la venta cerrada el 15 de marzo de 1972, puede decirse que se inaugura el periodo de la televisión estatal en México.

Doce años después de la primera concesión privada (otorgada en 1950 al Canal 4), el Estado decide, ahora sí, participar a nivel nacional; sin embargo, la delantera que ha tornado el consorcio privado resulta determinante. "En México la televisión de Estado nace con un pecado original: a diferencia de otros países, la televisión de Estado nace cuando ya existe una muy consolidada televisión comercial."<sup>29</sup>

La televisión de Estado, según Lozoya, tenía una vertiente política, pues por una parte se trataría de:

Enfrentar un segmento de los problemas de la economía mexicana [...] causados por la distorsión de la estructura de la producción nacida del consumo provocada por la publicidad televisiva y, por otro lado, el gobierno emprendería acciones concretas orientadas a reducir, de alguna forma, el poder del monopolio que ejercía un grupo financiero sobre la televisión mexicana.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Instituto Politécnico Nacional, *Historia del IPN*, Mimeo, México 1992.

<sup>28</sup> Miguel Ángel Granados Chapa. *La Televisión de Estado. En busca del tiempo perdido*, en *Nueva Política*, núm. 3, vol. 1, México, 1976.

<sup>29</sup> Debate, *Presiones del mercado y crisis de identidad ponen en riesgo la viabilidad de la TV oficial*, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 23, año 3, México, 1990.

<sup>30</sup> Alberto Lozoya, *La TV estatal en México: notas sobre un intento*, citado por Granados Chapa, *Ob. Cit.*, p. 233.

La forma en que el Estado interviene en la televisión es en calidad de paliativo de una situación ya existente y desde ese momento alarmante, lo que desemboca en una falta de planificación del uso de los medios electrónicos del país.

Javier Esteinou sentencia la falta de un proyecto cultural, estableciendo que: por una parte, al incorporarse el Estado mexicano de manera muy tardía a la orientación de los medios de comunicación electrónicos; por otra, al permitir que estos fueran dirigidos desde su origen por los fenicios de las ondas hertzianas, y finalmente, por otra, al conceder que estos se desarrollarán con autonomía ideológica y política casi absoluta, el propio gobierno autorizó que se perdiera nuestro proyecto cultural que es el único que le sirve de base para gobernar como estado nacional.<sup>31</sup>

Conforme se fueron evolucionando los programas de televisión y sus géneros, los horarios de transmisión quedaron ya definidos de los diferentes programas y se distinguen: programas para adultos; programas para mujeres y programas para niños. Los programas para niños generalmente se transmiten en la tarde ya que es cuando regresan de la escuela; los programas para las mujeres en la mañana y al de los hombres es la noche cuando llegan de trabajar. Esto nos lleva a un desarrollo de la configuración televisiva.

### 1.2.3 CONFIGURACIÓN TELEVISIVA

A raíz de las características del origen de la televisión tanto pública, como privada, el presidente Luis Echeverría, en una magna sesión de trabajo en junio de 1972, expuso que se habría que replantear el público y los objetivos de los canales existentes. Ante tal convocatoria, los canales se organizaron de acuerdo al contenido de la siguiente manera:

- *Canal 2.* Se concentra en la comunicación nacional, puesto que es poseedor de la más vasta red de microondas que permite la cobertura en todo el territorio nacional.
- *Canal 4.* Este canal se concentra en la comunicación urbana en México, Distrito Federal.
- *Canal 5.* Transmite producciones de otras partes del mundo; es el canal de las series extranjeras.
- *Canal 8.* En este canal se concentra en la "retroalimentación familiar".<sup>32</sup>
- *Canal 11.* Es el canal destinado a la programación educativa y consideran programación dirigida a niños.
- *Canal 13.* Se identifica como el canal de televisión cultural.

---

<sup>31</sup> Javier Esteinou M., La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal, Fundación Manuel Buendía y programa Cultural de las Fronteras, México, 1991, p. 19.

<sup>32</sup> Miguel Sabido, Cuadernos, núm. 1, 1976, citado por Mejía, Ob. Cit., 1991, p. 32.

La cobertura de los eventos de interés gubernamental estaba asegurada con 12.5 % de tiempo disponible en cualquier canal.

Miguel Sabido, titular de la Dirección de Estudios de la Comunicación de Televisa en 1976, dijo, en su momento, que esta fórmula "ha sido calificada por las autoridades mundiales como la más armónica y adecuada para un país del Tercer Mundo en vías de desarrollo".<sup>33</sup> Y esto es importante ya que desde entonces se hacían esfuerzos por homologar las barras de programación respecto a los estándares de las estaciones internacionales.

Hasta 1992, esta fórmula no había sufrido grandes modificaciones. Sin embargo, las transformaciones que durante 1993 y 1994 se dieron en el panorama televisivo hicieron que actualmente se viva en un mercado televisivo de mayor competencia y sin el "respeto" que hasta entonces se tenían de las audiencias respectivas. Lo que llevó al desarrollo de los géneros televisivos.

#### **1.2.4 GENEROS TELEVISIVOS.**

Hablar de géneros televisivos es necesario para comprender el papel que tienen los programas televisivos, así como su clasificación y necesidad. Los géneros televisivos son las categorías en las que se dividen los programas de televisión. Se crean para responder, principalmente, a dos aspectos que responden a una necesidad: de clasificación de los programas y comercial.

Ya que al observar a los programas televisivos como un producto que vende una empresa (televisora o compañía productora), ésta tiene la necesidad de agruparlos para su puesta en el mercado. Sin embargo, aquí se presenta una paradoja: aunque existe esta necesidad de clasificación, no hay un consenso cuando se trata de los géneros televisivos. Por una parte, existe una clasificación genérica, de manera que se habla de concursos, informativos, musicales, telenovelas, series infantiles; deportivos y películas entre otros. Pero al momento de ver los programas, esta clasificación resulta insuficiente puesto que un mismo programa puede ser infantil y de concursos (*En familia con Chabelo*) o informativo y deportivo (*Hablemos de futbol*). Soler (1988), establece que los géneros, o espacios-tipo, como les llama, se dividen en informativos (en este género ubica a los informativos diarios -noticiarios- y a la entrevista), debate, retrasmisiones en directo, *teletfilms*, programas dramáticos, concursos, musicales, *videoclips*, programas infantiles y juveniles, *films* cinematográficos, y programas deportivos.

---

<sup>33</sup> Ídem.

En Europa se han realizado esfuerzos serios para determinar una clasificación homogénea de los programas; es así como en 1989 surge entre los miembros de la Comunidad Europea el *proyecto Euromonitor* en el que se intercambia información sobre la programación de todos los países europeos. Para llevar a cabo el proyecto, se tuvo que realizar una clasificación de los géneros televisivos en macro géneros, géneros y microgéneros; de esta manera, los programas pueden ser organizados en forma más exacta. En este caso, *En familia con Chabelo* pertenecería al macrogénero *infantil*, al género *concursos* y al microgénero *misceláneo*, ya que el tema de los concursos es variado.

Ahora bien, los géneros televisivos ayudarán clasificar los diferentes programas televisivos. En términos comparativos, los géneros televisivos identifican y distinguen un programa infantil de otro para adultos.

### **1.2.5 CLASIFICACION DE LOS GÉNEROS TELEVISIVOS**

La velocidad con que están creciendo las ofertas informativas en los canales de televisión hace que la definición de una clasificación sea cada vez más difícil, dado que actualmente podemos ver canales dedicados (mica y exclusivamente a un tema pero que manejan muchos géneros (como MTV, que solamente habla de música pero hace entrevistas, documentales, etc. o canales que manejan un género y muchos temas (como Discovery Channel, que trasmite solo documentales, pero trata de los más variados temas). Teniendo en cuenta este panorama, ¿de qué manera vamos a tratar este tema? Primeramente, es importante tener una visión general de los géneros para poder hacer cualquier clasificación posterior.

A continuación, se describirán de manera general, los grandes rubros en que pueden clasificarse los géneros televisivos para identificar el contexto donde me desarrolle durante mi experiencia profesional en la barra infantil de Canal Once.

#### **INFORMATIVOS**

Son aquellos programas que tienen como objetivo fundamental transmitir información sobre los acontecimientos relevantes para la sociedad. Los programas informativos que identificamos con mayor claridad son:

- Noticiario. Programas donde se dan a conocer las noticias que se han originado en las últimas horas.
- Entrevista. Conversación de dos personas sobre temas variadas.
- Reportaje. Relato periodístico amplio en el que se cuenta un hecho de actualidad tomando en cuenta causas y consecuencias.

- Debate/mesa redonda. Son producciones en las que se confrontan dos puntos de vista sobre un tema; generalmente se invita a personalidades expertas en la materia, quienes exponen ante las cámaras de televisión sus puntos de vista.

Los productores del programa de televisión Bizbirije, usaron varias de éstas características para realizar sus propuestas de contenido.

## **DOCUMENTALES**

Se originan de una investigación amplia sobre un tema determinado de interés para la comunidad. La característica principal de los documentales es que, a diferencia de los reportajes, los temas que se manejan en este género no tienen una vigencia temporal, es decir, no necesariamente corresponde en las noticias del momento.

## **CONCURSOS**

Los programas de concursos son aquellos en los cuales diversos invitados al programa (concurstantes) combinan por un lado la habilidad y por el otro la suerte para llegar a una meta, que generalmente se traduce en un premio. Este es uno de los géneros mas antiguos de la televisión mexicana, ya que los patrocinadores desempeñan un papel fundamental.

## **MAGAZINE O MISCELÁNEOS**

En este tipo de programas, la información que se presenta no se refiere a un rubro en especial. Se les llama magazine o misceláneos a los programas que abordan el tema o los temas mediante una amplia variedad de elementos de producción: entrevista, concurso, reportaje, entre otros. También se les denomina magazine a los programas que tratan una misma temática (interés para la mujer), pero abordan diversos aspectos del mismo (maquillaje, moda, cocina, hogar; manualidades).

## **MUSICALES**

Reciben el nombre de programas musicales todas aquellas producciones que toman a la música como su eje central. La variedad de estos programas es tan grande como los géneros musicales y sus posibilidades de producción: se transmiten desde conciertos en vivo hasta programas de videoclips.

## PROGRAMAS ESPECIALES

Son aquellos programas que no entran dentro de una de las clasificaciones anteriores. Los programas especiales son transmisiones que regularmente no ocupan un espacio en la barra de programación y que por lo mismo reciben este nombre. Por lo general, estos programas tienen una gran importancia y se llevan a cabo cuando hay algún acontecimiento especial en el país, que los medios consideran necesario para una cobertura especial. El informe de gobierno es el ejemplo más clásico de un programa especial.

## DEPORTIVOS

Como su nombre lo indica, los programas deportivos se abocan a la tarea de comunicar a la audiencia sobre los acontecimientos deportivos más importantes para la comunidad. Estos programas representan un alto porcentaje de la programación de fin de semana de las estaciones de televisión, y son programas con una alta audiencia. Dentro de esta categoría entran desde las transmisiones de un evento de esta naturaleza hasta los programas de comentarios deportivos.

## FICCIÓN

Estos programas representan situaciones no reales en la pantalla. Podemos encontrar una amplia variedad dentro de los programas de ficción:

-**Series.** Son los programas que están pensados y realizados en capítulos. Cuando los personajes protagónicos son los mismos, pero cada capítulo es una historia independiente (*Et príncipe, del rap*), estamos hablando de series episódicas. Cuando se refiere a programas donde los personajes cambian, las historias comienzan y terminan en cada capítulo, pero el tema y el giro del programa son los mismos (*Mujer, casos de la vida real*), se habla de series unitarias.

- **Telenovelas.** Es aquella historia con elementos melodramáticos que está dividida en capítulos, cada uno de los cuales termina en un clímax, pero que tienen una continuidad entre sí.

- **Películas.** Este género no es propiamente un género televisivo. La producción de películas tiene sus orígenes en la cinematografía; sin embargo, la necesidad de solventar los gastos de producción y aumentar las ganancias ha hecho que los productores dirijan su atención a la proyección (y venta de derechos) que brinda la televisión. Por su parte, la televisión encuentra en la compra de derechos de películas una manera más barata de cubrir un mayor número de horas de programación actualmente puede hablarse de una producción de largometrajes hechos especialmente para televisión. Hallmark Enterprise, es la productora más grande de películas para televisión que encuentra una vía de proyección en los canales de esa misma cadena.

## **EDUCATIVOS**

Es difícil definir que es un programa educativo. Sin embargo, hay un elemento que hace la diferencia entre lo que es educativo y lo que no: la intencionalidad. Si un programa tiene específicamente la intención de educar a la audiencia, entonces se considera que es educativo. En este rubro, caben los programas que apoyan a un contenido curricular específico (*Telesecundaria*) o aquellos que forman parte de la educación informal (*Plaza Sésamo*).

## **DIBUJOS ANIMADOS**

Son aquellas producciones que se realizan utilizando técnicas de animación en computadora y que representan hechos de ficción a través de historietas. En un principio, este género se desarrolló pensando en el público infantil, pero ahora podemos encontrar una amplia cantidad de dibujos animados para adolescentes y adultos (*Los Simpson, Beavis and Butt-head*).

## **VIDEOS EXPERIMENTALES**

Estas producciones no son comerciales y están escasamente presentes en los canales de televisión. Son producciones que se realizan externamente a los canales de televisión y que encuentran en éstos, en internet o en las salas de exhibición de museos con la vía de proyectarlos a la comunidad. Los Videos experimentales intentan romper con las convencionales de la narrativa audiovisual a través de juegos que brindan los recursos tecnológicos y de imágenes estéticas.

## **RELIGIOSOS**

Estados Unidos es pionero en la trasmisión de estos programas a principios de los años 70's. En México no hay antecedentes de ellos, pero los cambios sociales y las transformaciones en materia legal han hecho que los canales de televisión se vayan abriendo a otras opciones, una de ellas son los programas religiosos. En ellos se muestran los ritos o doctrinas de la(s) religión(es), tal es el caso de la trasmisión de misas y programas de valores religiosos y sociales.

Para comprender de otra manera la información que acabamos de leer se ejemplifica con el presente cuadro.

## CUADRO DE GÉNEROS TELEVISIVOS.

En el siguiente cuadro se muestran sintetizados los conceptos de los géneros televisivos, vistos anteriormente, solo que ahora incluye ejemplos de programas televisivos que al lector le permitirá aterrizar.

TIPOS DE GÉNEROS	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
<b>INFORMATIVOS</b>	Son aquellos programas que tienen como objetivo fundamental transmitir información sobre los acontecimientos relevantes para la sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Noticiero.</li> <li>• Entrevista.</li> <li>• Reportaje.</li> <li>• Debate/mesa redonda.</li> </ul>
<b>DOCUMENTALES</b>	Se originan de una investigación amplia sobre un tema determinado de interés para la comunidad. La característica principal de los documentales es que los temas que se manejan en este género no tienen una vigencia temporal, es decir, no necesariamente corresponde en las noticias del momento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El documental puro.</li> <li>• El documental de creación.</li> <li>• El docudrama.</li> <li>• El documental falso (Mockumentary).</li> </ul>
<b>CONCURSOS</b>	Son aquellos en los cuales diversos invitados al programa (concurstantes) combinan por un lado la habilidad y por el otro la suerte para llegar a una meta, que generalmente se traduce en un premio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Quién quiere ser millonario?</li> <li>• En familia con Chabelo.</li> <li>• A la cachi cachi porra.</li> </ul>
<b>MAGAZINE MISCELÁNEOS</b> ○	Son los programas que abordan el tema o los temas mediante una amplia variedad de elementos de producción: entrevista, concurso, reportaje, entre otros. La información que se presenta no se refiere a un rubro en especial.	Los programas que tratan una misma temática (interés para la mujer), pero abordan diversos aspectos del mismo (maquillaje, moda, cocina, hogar; manualidades, etc).
<b>MUSICALES</b>	Son todas aquellas producciones que toman a la música como su eje central.	Transmisiones desde conciertos en vivo hasta programas de videoclips.
<b>PROGRAMAS ESPECIALES</b>	Son transmisiones que regularmente no ocupan un espacio en la barra de programación y que por lo mismo reciben este nombre.	El informe de gobierno es el ejemplo más clásico de un programa especial.
<b>DEPORTIVOS</b>	Se abocan a la tarea de comunicar a la audiencia sobre los acontecimientos deportivos más importantes para la comunidad.	Trasmisiones de un evento de esta naturaleza hasta los programas de comentarios deportivos.

<b>EDUCATIVOS</b>	Si un programa tiene específicamente la intención de educar a la audiencia, entonces se considera que es educativo.	Los programas que apoyan a un contenido curricular específico ( <i>Telesecundaria</i> ) o aquellos que forman parte de la educación informal ( <i>Plaza Sésamo</i> ).
<b>DIBUJOS ANIMADOS</b>	Son aquellas producciones que se realizan utilizando técnicas de animación en computadora y que representan hechos de ficción a través de historietas.	Dibujos animados para adolescentes y adultos ( <i>Los Simpson, Beavis and Butt-head</i> ).
<b>VIDEOS EXPERIMENTALES</b>	Son producciones no comerciales que se realizan externamente a los canales de televisión y que encuentran en éstos, en internet o en las salas de exhibición de museos con la vía de proyectarlos a la comunidad.	“Krakatoa Lost Particles” de Guillaume Briet en Vimeo.
<b>RELIGIOSOS</b>	Programas donde se muestran los ritos o doctrinas de la(s) religión(es), tal es el caso de la trasmisión de misas y programas de valores religiosos y sociales.	“Pare de sufrir”
<b>FICCIÓN</b>	Estos programas representan situaciones no reales en la pantalla.	Series, telenovelas y películas.

\* Fuente: Elaborado por el autor.

Para saber a qué clasificación pertenece cada programa, ésta no debe ser tajante, sino que debe haber cierta movilidad debido a la amplia variedad de combinaciones existentes en la televisión mexicana e internacional pero lo que aquí sugiero se tome en cuenta para una clasificación de género, son tres elementos importantes que hay que considerar: el público, el tipo de transmisión y el tema o contenido del programa.

### **1. Público al que va dirigido principalmente el programa:**

- a) Infantil
- b) Adolescente.
- c) Adulto.

### **2. Tipo de transmisión:**

- a) En vivo.

b) Grabada.

### 3. Tema o contenido del programa:

Policíaco	Turismo	Futbol soccer
Literatura	Ciclismo	Futbol americano
Dibujo	Automovilismo	Basquetbol
Pintura	Esgrima	Atletismo
Escultura	Carreras	Natación
Derechos humanos	Amor	Golf
Geografía	Odio	Gimnasia
Política	Traición	Voleibol
Economía	Muerte	Box
Seguridad pública	Historia	Lucha libre
Salud	Cocina	

De esta manera, podemos clasificar los programas atendiendo a sus características básicas, tanto temáticas como de producción. En el caso del programa Bizbirije fue un programa de tipo infantil, el tipo de transmisión fue tanto grabado como en vivo y su contenido incluía temas de Literatura, dibujo, pintura, derechos humanos, salud, cocina, deportes varios, entre otros. Esto se verá más en el capítulo tres.

#### 1.2.6 LA BARRA DE PROGRAMACIÓN

La barra de programación, también llamada "parrilla" de programación, es la carta descriptiva de todos los programas y sus horarios de transmisión. La podemos localizar diariamente en los periódicos y, de manera más profunda, en las revistas especializadas que presentan una guía semanal de los programas en televisión y un resumen de cada uno de ellos o en su página web. No hay una receta que asegure el éxito al formar la barra de programación. Sin embargo, deben tomarse en cuenta diversos elementos: el programa y objetivo del canal, el mercado, la competencia, la clasificación de las franjas horarias, y la medición de audiencias.

#### PROGRAMA Y OBJETIVO DEL CANAL

La programación se compone por la totalidad de los programas que se ofrecen al público. Tener una relación completa de cada programa y de lo que tratan, ayudara a determinar Su localización en la programación. La barra de programación se divide en lo que se denomina franjas horarias, las cuales son bloques de programas segmentados, de acuerdo con los horarios y los públicos.

## MERCADO

Un aspecto importante, al determinar la barra, es saber primero que público ve el canal, es decir, a quien va dirigido; y en segundo lugar, hay que determinar los públicos de cada uno de sus programas y, con base en ello, definir las características de cada audiencia. Para determinar las características de la audiencia, hay que tener en cuenta los hábitos que esta tiene: a qué hora se levantan, a qué hora salen a la escuela o al trabajo, horario de comida, paseos habituales, gustos, horas de estancia en casa, entre otros. Las características de la barra de programación difieren de país a país o entre diferentes regiones de un mismo país. Por ejemplo, las costumbres del público mexicano son diferentes de las del público europeo, por lo que las características de cada barra son diferentes entre sí. Para conocer las características de la audiencia se contratan agendas que desarrollan estudios de mercado, los cuales dicen lo que hace la gente, lo que le gusta hacer.

## COMPETENCIA

Para establecer la barra de programación de un canal, también hay que tomar en cuenta lo que está realizando la competencia y los puntos de *rating* de sus programas. Antes de colocar un programa nuevo en la barra de programación, debemos estudiar si fue creado originalmente por el canal o si es una estrategia para competir con un programa de un canal competidor. En el primer caso, el programa se coloca pensando en las características que hasta ahora he mencionado (público, rutinas, preferencias) y teniendo en cuenta que programa(s) tiene la competencia en el horario que nosotros queremos integrarlo. En el caso de ser una estrategia de competencia, debe pensarse en función del programa competido.

## CLASIFICACIÓN DE LAS FRANJAS HORARIAS

Uno de los primeros recursos utilizados por los canales de televisión para tratar de dar mayor impulso a los programas que no tienen buena aceptación en el público, es cambiarlos de horario. Es así como nos damos cuenta de que, si una telenovela tuvo mucho éxito, la ponen en el horario estelar de la noche; y si una novela con expectativas amplias no tuvo la aceptación esperada, la "pierden" en el horario de la tarde.

¿Con base en que hacen estos cambios, a qué se refiere cuando se habla de pasarlos al horario estelar o de "perderlos"? En televisión, así como en la radio, existen diferentes franjas horarias creadas de acuerdo con los estudios de mercado. Se crean principalmente para facilitar la venta de publicidad en relación con los índices de audiencia. Existen tres tipos de franjas horarias:

- "A". Es el de más baja audiencia; González<sup>34</sup> establece que comprende desde las cero horas hasta, aproximadamente, las 16:00 horas".
- "AA". Es de audiencia media y abarca desde las 16:00 horas hasta las 19:00 horas.

---

<sup>34</sup> Jorge E. González. Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico, Alhambra, México, 1994, p. 60.

- “AAA”. Es el llamado "horario estelar" o *prime time* y va de las 19:00 horas a la hora cero.

## MEDICION DE AUDIENCIA

Con base en los resultados de la competencia, el mercado, los productos y la clasificación de las franjas horarias, se lanza la barra de programación, aunque ésta no se considera inviolable e inmutable, ya que puede sufrir modificaciones según los índices de audiencia, o *ratings*.

El *rating* se determina por la cantidad de gente que ve un programa. Estos índices de audiencia tienen una utilidad doble, dado que sirven para formar la barra de programación, y para fijar los precios de los tiempos televisivos y dar retroalimentación a los anunciantes.

La última palabra sobre los programas la debe tener la audiencia. Realizar estudios de mercado y análisis de audiencia, y tomar en cuenta a la competencia no son reglas seguras para obtener el éxito. En ocasiones se siguen todos estos procedimientos, y al momento de lanzar el programa al aire resulta que este tiene un conductor que le cayó mal al público, o que la producción del programa no fue buena. Por consiguiente, el programa no obtiene la aceptación deseada por el canal y se procede a reducir su tiempo al aire, a cambiar el horario o a suspender la transmisión.

Hay diversas maneras de establecer los índices de audiencias. Prado y Huerta<sup>35</sup> dicen que son tres los tipos de estimaciones de audiencia más comunes: la encuesta por entrevista, el diario de escucha y el audímetro.

El mercado al que va dirigido la barra de Once Niños es al público infantil y por sus características se localiza en un horario donde los niños, generalmente a esa hora, o aún no van a la escuela o es la hora en que terminan sus clases, por lo tanto, comienza su transmisión con 3 bloques; el primero de 8:30 am a 9:30 am; el segundo de 1:00 pm a 2:00 pm y el tercero de un horario de lunes a viernes de 2:30 pm a 5:00 pm y en fines de semana de 9:00 am a 12:00 pm. La barra de Once Niños queda dentro de la franja horaria “A” ya que es la de más baja audiencia en ese horario.

Considero que es importante conocer la importancia del origen y desarrollo de Canal Once hasta nuestros días a través de un esbozo histórico que a continuación expongo en el siguiente capítulo ya que considero importante mencionar los comienzos de la televisora donde laboré en producción en la barra infantil.

---

<sup>35</sup> Emili Prado y Amparo Huerta. Medición de audiencias televisivas; un universo en crisis, en Comunicación social/Tendencias, Fundesco, España, 1993.

## CAPÍTULO 2. ONCE TV MÉXICO DEL IPN

---

### 2.1 ONCE TV MÉXICO DEL IPN

Para entender la importancia del lugar que ocupa la barra infantil de Canal Once quiero recuperar brevemente la historia de esta televisora desde los mismos informes consultados en la propia biblioteca del Canal.

Con 55 años de vida, **ONCETV**, del Instituto Politécnico Nacional, es la televisora de servicio público más antigua de América Latina. A lo largo de este tiempo, se ha destacado por transmitir una programación rica y variada con miras a satisfacer las necesidades de entretenimiento de los televidentes con programas de calidad, así como información veraz y objetiva.

Acorde con su función social, la programación de ONCETV responde a los intereses de una amplia gama de segmentos de la sociedad mexicana. Así, su público constituye un verdadero corte transversal de la población, cuyo común denominador es el interés por lo que ocurre a su alrededor en los ámbitos de la política, la economía, la naturaleza, los espectáculos, el arte, la salud y la ciencia, entre otros muchos temas. Niños, jóvenes, adultos y gente de la tercera edad encuentran siempre en esta emisora ofertas de programación que satisfacen sus gustos y necesidades informativas.

En este panorama, ONCETV realiza cinco noticiarios diarios que destacan en el medio por su rigor y profesionalismo, y están a cargo de Adriana Pérez Cañedo, Irma Pérez Lince, Melissa Vega y María Roiz. Asimismo, entre lo más destacado están los programas de análisis y reflexión: Primer Plano, Dinero y poder, Espiral, México diferente, Observatorio Internacional y Agenda a fondo.

Consciente de su responsabilidad social, ONCETV transmite una importante barra matutina de servicio comunitario e información dedicada a la mujer: Las mañanas en el Once, con programas que permiten la discusión seria y abierta de temas de gran interés y actualidad.

Además de estos programas de corte social, la emisora se ha preocupado por explorar y documentar diversos aspectos de nuestra historia, cultura y entorno natural. A este afán de autoconocimiento responden las series Del otro lado, Hacia nuestros centenarios, Para comer y contar y Bichos en el corazón de la tierra, entre muchas otras.

Además, ONCETV produce una programación para niños entretenida y no violenta que permite a su audiencia interactuar con los programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho

educativo. De ello da cuenta la barra Once Niños, además de otras importantes producciones como Futboleros, El diván de Valentina, Camino a casa y El show de los Once, entre muchos otros.

Mención aparte merece el programa Aquí nos tocó vivir, serie de entrevistas y reportajes que constituye un testimonio único de la vida en México durante los últimos 37 años. Su conductora, Cristina Pacheco, le otorga un sello único con su gran carisma, sensibilidad y profesionalismo, cualidades que resaltan también en el programa de entrevistas Conversando con Cristina Pacheco, donde nuestra destacada periodista da voz a los creadores mexicanos y extranjeros que han modelado la intensa vida cultural, artística, deportiva y científica de nuestro país y que hace unos meses recibió el reconocimiento de Memoria del Mundo de México 2010, otorgado por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a su programa de televisión Aquí nos tocó vivir.

La constancia de registro Memoria del Mundo comprende 2 mil 57 producciones del programa de televisión que se transmite por el Canal Once del Instituto Politécnico Nacional desde hace más de 30 años.

En la argumentación del reconocimiento, la UNESCO señala que se concede por considerar al programa una memoria de la vida de la Ciudad de México y de otras regiones del país, en la que su conductora, Cristina Pacheco, revela los distintos rostros de México.

Es la primera vez que la UNESCO entrega esta distinción a un programa televisivo. Y como si esto fuera poco, ONCETV TV México renueva su imagen a partir del 30 de marzo de 2009 y estrena series de gran calidad y atractivas propuestas. Entre ellos destaca Central Once, una barra que busca llegar al corazón de los jóvenes y ser un espacio en el que se reconozcan, se expresen e interactúen. ONCETV México se ha propuesto extender su cobertura. Su señal cubre gran parte de los telehogares de la República Mexicana, mediante estaciones transmisoras y retransmisoras.

## **2.2 ESBOZO HISTÓRICO 1959 - 2010**

XEIPN Canal 11 fue la primera estación televisora cultural y educativa de América Latina. El 2 de marzo de 1959 inician las transmisiones formales del Canal. A las 5 de la tarde apareció en las pantallas de televisión “el escudo del Politécnico Nacional acompañado de una antena transmisora de televisión identificada con las siglas XE - IPN - TV Canal Once”.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Pretelin Eguizar, Rosa Natividad. La audiencia de la televisión pública; los *rating* de Canal Once durante 1998, p. 2.

Ese día la transmisión duró de las 18 a las 20 horas y se presentó un documental y una clase de matemáticas. “Apareció en escena el profesor Vianey Vergara Sedeño, quien impartió, ante las cámaras de Canal Once su clase de *Matemáticas*. A éste siguieron los siguientes programas: Documental, *Noticiero Politécnico* y otro Documental donado por el IFAL”<sup>37</sup>. El Equipo de la televisora consistía en un transmisor de 5 kilovatios, un equipo de telecine, una unidad móvil y un estudio que operaba con las cámaras de la unidad móvil.

Aunque el 2 de marzo de 1959 es la fecha inaugural de Canal Once, éste funcionó desde diciembre de 1958 en circuito cerrado, transmitiendo dos horas por la mañana y dos horas por la tarde. “En aquella primera época colaboraban: el primer director del Canal, José Ruiloba Lozano; los productores Arturo Constantine, Guillermo Ruiz, Sergio Gómez, Ariel San Martín, Brígida Alexander y Luis Carbaio “.<sup>38</sup>

Canal Once, hoy Once TV, inició su programación con un enfoque educativo, transmitiendo cursos de idiomas, matemáticas y programas que sirvieran de apoyo a la comunidad politécnica. Además de programas didácticos, se transmitían documentales del IFAL (Instituto Francés de América Latina), conciertos desde el Palacio de Bellas Artes y el *Noticiado Politécnico*.

Sin embargo, los directivos del Canal se encontraban en la disyuntiva de continuar siendo una televisora con perfil educativo o cultural. El entonces director del IPN, Eugenio Méndez Docurro, ayudó a tomar la decisión: Canal Once seguiría la línea cultural. El objetivo era acercar a los estudiantes del politécnico al arte y la cultura en general.

La programación de Canal Once se dividió en cinco Objetivos Genéricos, que fueron: apoyo y auxilio a la educación; información; difusión de la cultura; servicios y entretenimiento.

Durante los siguientes años, Canal Once transmitía cuatro horas diarias. Su programación contaba con proyectos culturales dedicados a difundir el teatro, la música, la literatura y la danza. *El* aspecto educativo no se desechó del todo, continuaban los programas de contenido académico (economía, filosofía, literatura, inglés y francés) así como los de orientación vocacional.

En 1960 la directora de teatro Brígida Alexa Ider fue nombrada Directora de programas de Canal Once, siendo director del mismo León Méndez Berman. A partir de su entrada al Canal, Brígida Alexander programó 32 series semanales, lo cual ayudó a consolidar la oferta de la televisora del Politécnico. Se impartieron clases de matemáticas, química y francés; continuó el *Noticiero*

---

<sup>37</sup> IPN. *Canal Once Memoria 1959-1982*, p. 3.

<sup>38</sup> Fuentes, Gloria. Avances técnicos, innovaciones y conquistas en *Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*, p. 170.

*Politécnico* y los documentales. El teatro recibió mucha atención, se creó el *Teleteatro de Muñecas*, el *Teatro politécnico* con Héctor Bonilla y el *Teatro Mexicano* con Héctor y Alejandro Suárez.

También en 1960 el programa *Pro y Contra* producido por Sergio Gómez y conducido por Eduardo Castellanos apareció en la terna para mejor programa de género periodístico por televisión.

El siguiente año, para conmemorar el aniversario del Canal se editó un folleto que sirvió para difundir la existencia del mismo, que en ese entonces sólo podía ser visto en los alrededores de sus instalaciones, en el Casco de Santo Tomás. En lo que se refiere a capacitación técnica, los trabajadores del Canal carecían de ella y se formaban en la práctica. Como un gesto de buena voluntad, Emilio Azcárraga Vidaurreta ofreció asesoría técnica a los integrantes de la recién inaugurada televisora.

Durante 1962 se construyó el estudio "B" de transmisiones. El 20 de octubre del mismo año Canal Once inició las transmisiones dominicales de los partidos de fútbol americano. A la vez, se estableció un convenio con la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM, para producir el programa *Presencia Universitaria*.

En 1965, siendo Director de Canal Once el ingeniero Carlos Borges Cevallos, "el Gobierno de la República dictó un decreto que divide el manejo de Canal Once entre las Secretarías de Educación Pública y la de Comunicaciones y Transportes. Correspondiendo el manejo técnico a ésta última, y la operación a la Secretaría de Educación Pública".<sup>39</sup>

En 1968, el Canal contaba con tres estudios, un transmisor de 20 kilowatts, un telecine blanco y negro, una unidad móvil en blanco y negro, así como dos videograbadoras Ampex modelos VR-100 y VC-1200. El siguiente año se diseñó una antena para transmitir desde las instalaciones del Canal en el Casco de Santo Tomás. Sin embargo, la antena se colocó en el Cerro del Chiquihuite, lo cual provocó problemas con las señales direccionales, y por lo tanto la calidad de la imagen se vio afectada.

Para 1969 se firmó un convenio con el INBA para la transmisión de los eventos más importantes que se realizaran en la sala principal del Palacio de Bellas Artes.<sup>40</sup>

El 2 de agosto de 1969, por medio de un decreto presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación, se dispuso que la Secretaría de Educación Pública utilizara el Canal Once para

---

<sup>39</sup> IPN, *Ob.Cit.*, p. 12.

<sup>40</sup> Fuentes, Gloria. *Ob.Cit.*, p. 170.

transmitir programas de índole educativa, cultural y de orientación social. “Del decreto presidencial derivaría una programación circunscrita a cinco grandes puntos: apoyo a la educación, difusión de la cultura, información, servicios y entretenimiento”.<sup>41</sup>

De este decreto se derivan los siguientes lineamientos en materia de programación:

- Apoyo y auxilio a la educación popular. Brindar apoyo académico a través de la transmisión de programas educativos.
- Difusión de la cultura. “Canal Once debe propiciar el enriquecimiento de la visión del espectador, sea niño, joven o adulto, acerca del devenir humano, en el ámbito universal, así como promover el conocimiento y comprensión de lo mexicano en el marco de lo nacional”.<sup>42</sup>
- Información. Proporcionar información acontecimientos nacionales e internacionales.
- Servicios. Dar a conocer derechos y prestaciones que el Estado otorga, así como promover programas de colaboración comunitaria y de mejoramiento cívico.
- Entretenimiento o recreativos. “Las transmisiones dentro de este rubro deben entenderse no como distracciones, sino como estímulos al televidente para aventuras de imaginación y para una mejor percepción de la realidad”.<sup>43</sup>

En 1971, bajo la dirección de Rodolfo Porrás Bermúdez, se fundó la primera barra infantil del Canal: *Los amigos de Polito*.

Para 1977 el entonces Director de la emisora, Juan Saldaña Rosell, fundó la Gerencia de Información “e hizo que Canal Once fuera el único medio televisivo de México que contaba con ocho emisiones diarias de noticias”.<sup>44</sup> En mayo del mismo año se logró transmitir la totalidad de la programación en color.

“Aunque Canal Once ya tenía la potencia suficiente para que sus emisoras se captaran en todo el Distrito Federal, la antena instalada era direccional, es decir, transmitía hacia una sola dirección. Por ello se decidió cambiar por otra, de tipo omnidireccional, que permitía eliminar las zonas de silencio en el área capitalina”.<sup>45</sup> “El cambio permitió que la imagen alcanzara una cobertura potencial de un millón seiscientos mil tele-hogares en la zona metropolitana”.<sup>46</sup>

---

<sup>41</sup> Pretelín, Eguizar. *Ob.Cit.*, p. 7.

<sup>42</sup> Montoya Hernández, Dalia. *Perfil de Canal Once, XEIPN-TV: retos y perspectivas, 1958-2001*, p. 54.

<sup>43</sup> *Ídem*, p. 56.

<sup>44</sup> IPN, *Ob. Cit .*, p. 16.

<sup>45</sup> *Ídem*, p. 16.

<sup>46</sup> Pretelín Eguizar. *Ob.Cit .*, p. 9.

A partir de 1978, siendo director Pablo Marentes, “se establecieron horarios permanentes de programación matutina, vespertina y nocturna, hasta cubrir horas diarias, continuas de emisiones”.<sup>47</sup>

Simultáneamente, Canal Once firmó un convenio con el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de la Educación (CEMPAE), “para transmitir más de 31 series, con lo que se integró la programación matutina denominada *Educación media superior para todos*, conformada por un paquete de conocimientos divididos en cuatro áreas: ciencias fisicomatemáticas, ciencias administrativas, humanidades y ciencias sociales”.<sup>48</sup>

En resumen, la programación del Canal en la década de los setentas incluía clases de bachillerato abierto, clases de inglés, revista cultural de la UNAM, barra infantil y espacios para noticieros, Cabe mencionar que Canal Once transmitió los VIII Juegos Panamericanos. El total de horas de transmisión diaria era de diez.

Al iniciar la década de los ochentas, Canal Once “recibió un subsidio de 13 millones de pesos, como apoyo para la realización de programas educativos, culturales, de información científica y tecnológica, artísticos y de entretenimiento”.<sup>49</sup> En 1981 la señal de Canal Once podía verse en todo el Distrito Federal; así mismo colocó un repetidor en Cuernavaca.

En 1984, bajo la dirección de Héctor Parker, “se consolidaron los preceptos planteados como objetivos en el decreto de 1969 y en la Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional en 1929, a saber, la difusión y defensa de la cultura, las tradiciones, la historia y las costumbres nacionales”.<sup>50</sup>

Para 1987, las horas de transmisión por barras de programación proyectadas por Canal 11 son en total 6 020 divididas de la siguiente manera: 2565 horas (42.61%) en apoyo a la educación, 1 084 (18.01%) de programas culturales, 681 (11.31%) de informativos y periodísticos, 356 (5.91%) de servicios, 849 (14.10%) de programas de entretenimiento y recreativos, finalmente, 485 horas (8.06%) de transmisiones deportivas.

En 1988, se autorizó la transmisión de Canal Once vía satélite (Satélite Morelos) a todo el país. Las horas de transmisión aumentaron a 18 diarias La década de los ochenta concluiría con la dirección del doctor Jorge Velasco, quien privilegió las producciones de contenido tecnológico y la barra infantil, destinó a ésta última tres horas diarias de transmisión.

---

<sup>47</sup> Fuentes, Gloria *Ob. Cit.*, p. 171.

<sup>48</sup> *Ídem*, p. 171.

<sup>49</sup> *Ídem*, p. 172.

<sup>50</sup> Montoya Hernández, *Ob. Cit.*, p. 57.

De la oferta televisiva de Canal Once en la década de los ochentas, destacan *Buenos Días*, *Hoy en la cultura*, los ciclos de cine, la barra infantil, los programas dedicados a la difusión de las actividades del IPN, los espacios deportivos y la difusión cultural (artes plásticas, artes escénicas, literatura).

Para 1991, el panorama de Canal Once presentaba ineficiencias administrativas, limitaciones de presupuesto y escaso equipo, además de la casi nula captación de la audiencia (0.2%). En este contexto Alejandra Lajous asume la dirección del Canal, entre 1991 y 2000.

Con la nueva directora los cambios no se hicieron esperar, se redujo el personal, se reemplazó el logotipo del Canal, se renovó la programación y el financiamiento de la televisora. El principal cambio consistió en dejar de entender al Once como un canal orientado a servir a la comunidad politécnica y en concebirlo como una televisora pública, que participa de la personalidad jurídica y el patrimonio del Instituto Politécnico Nacional y tiene como función extender y difundir la educación y la cultura a toda la sociedad.

Era necesario entonces, deslindar los terrenos de la televisión educativa y de la cultural. Ésta se entendió como una televisión que no debe reducirse a ciertos límites o términos temáticos, se optó por el valor antropológico de la cultura, en el sentido de que toda expresión consciente del hombre puede ser entendida como expresión cultural, y por ello todos los temas resultan de interés.

A partir de abril de 1991 se reestructuró la programación del Canal. Los programas que se conservaron fueron *Enlace*, *Hoy en la cultura*, *Toros y toreros* y *Aquí nos tocó vivir*. Se establecieron tres funciones de cine, matutina, vespertina y nocturna; una barra diaria de miniserias y documentales de historia, arte y ciencia.

Mención aparte merece la programación infantil de Canal Once que se ha distinguido de la que ofrecen las televisoras comerciales por su actitud responsable, al no incluir programas de violencia y comportamiento antisocial. Por el contrario, la programación presenta materiales que reflejan valores interpersonales positivos y educan a los niños de manera entretenida, brindando a las familias la oportunidad de ver televisión en conjunto.

El mismo año se creó el Comité de Equipamiento, con la tarea de unificar los sistemas de grabación utilizando formato BETACAM; así como la compra de equipo en función de las necesidades de producción.

En el ámbito de rehabilitación técnica, “se promovió la recuperación del transmisor del Canal que se encuentra en el Cerro del Chiquihuite. Dicho transmisor había sido transferido en 1968 a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes quién lo administró hasta 1982, año en que fue

incorporado a Imevisión. De esta manera, el 17 de abril de 1991 se obtuvo el decreto presidencial por el cual la Secretaría de Educación Pública, por conducto de Canal Once, se hizo cargo de la operación de dicho transmisor. En octubre de 1991, con recursos de las economías del Instituto Politécnico Nacional, se adquirió un nuevo transmisor con capacidad de 30 kilovatios que entró en operación en agosto del año siguiente, logrando transmitir así una excelente imagen a toda el área metropolitana”.<sup>51</sup>

Por otro lado, se estableció el Sistema de Videofilmotecas de Canal Once, quedando divididas en noticias, producción interna, producción externa, de *stock* y de tránsito.

En 1992 la directora del Canal firmó un convenio entre Oscar Joffre, entonces director del IPN y Oscar Espinoza Villareal, director de NAFINSA, con el objetivo de firmar un Fideicomiso de apoyo para la televisora. Se creó el Fideicomiso Fondo de Apoyo a Canal Once “con el fin de recabar patrocinios de la iniciativa privada. Inicialmente lo integraron los señores Gilberto Borja, Roberto Hernández. Y Adolfo Patrón, destacados empresarios. Pronto se integraron a él Ángel Borja, Augusto Ellas y Manuel Arango”.<sup>52</sup>

Con el objetivo de renovar la imagen de Canal Once, se creó la Dirección de Arte que tenía como principal objetivo manejar una imagen institucional contemporánea que reflejara la vocación de cambio y superación permanente del Canal. Conjuntamente, la Dirección de Arte establecía los lineamientos de gráfica, arte y música de las producciones del Canal. Además, “se diseñaron 17 sets de escenografía, 24 manuales de lineamientos videográficos, 84 nuevas cortinillas de entrada de programas y 145 logotipos de programas”.<sup>53</sup>

En 1994 se formaron la División de Promoción y Medios y la Dirección de Administración. La primera tenía a su cargo las relaciones públicas del Canal y la segunda se encargaba de tramitar derechos de autor de los programas que realiza y transmite Canal Once.

El mismo año, se renovó el Control Maestro, las cabinas de estudios, las salas de post-producción, videograbación y videofilmotecas, así como las áreas administrativas y de oficinas.

En materia de programación, el Canal obtuvo entre 1991 y 1994 más de 4000 horas de series extranjeras”.<sup>54</sup> Por otro lado, en el mismo periodo de tiempo, los programas dedicados al entretenimiento obtuvieron mayor porcentaje de tiempo al aire. De acuerdo a los objetivos de programación de Canal Once.

---

<sup>51</sup> Canal Once. Informe de actividades 1991-1994, p. 12

<sup>52</sup> Tousaint, Florence. Ob. Cit., p. 83.

<sup>53</sup> Ídem, p. 19.

<sup>54</sup> Tousaint, Florence. Ob. Cit., p. 84.

Es importante mencionar este apartado de historia del Canal Once para diferenciar la brecha en que fue evolucionando la televisora respecto a sus propias producciones y el peso que le dio al desarrollo de sus barras de programación, especialmente a su barra infantil.

Para 1995 se entregaron equipos modernos de monitoreo, distribución y recepción de imagen a las estaciones retransmisoras. El mismo año se instaló un retransmisor en Valle de Bravo. Es importante mencionar la tarea de modernizar su equipo técnico ya que, a pesar, de las limitantes, en equipo técnico o en recursos económicos, el canal se preocupó por esforzarse y estar a la vanguardia.

En 1999 la transmisión de Canal Once, desde entonces llamado Once TV, comprendía 24 horas continuas. Además, se fortaleció la producción propia. Alejandra Lajous, entonces Directora del Canal, señala en su Reporte Anual 1999, la misión de la televisora en relación a la programación. Los puntos que menciona son los siguientes:

- Difundir la diversidad y riqueza de nuestra herencia cultural.
- Informar sobre acontecimientos nacionales e internacionales con equidad, seriedad y respeto.
- Promover el debate de temas nacionales.
- Ofrecer una visión completa para ampliar los horizontes de nuestros televidentes.
- Abrir espacios para que individuos talentosos aporten su creatividad al mundo de la televisión.
- Promover que la televisión pública llegue a todo a los mexicanos.

Los cambios en Once TV, se reflejaron en los índices de *rating*. En 1999, el Once logró 3.1% de la participación de mercado de la televisión abierta, lo que representa 24% 'del Incremento de enero a diciembre.

El periodo de gestión de Alejandra Lajous termina en el año 2000 con un saldo positivo. Logró renovar la imagen de la televisora del Politécnico, crear el Fideicomiso de Apoyo, impulsar la producción interna, en suma, modernizar Once TV.

Julio Di Bella Roldán, director del Canal a partir del año 2001 al 2008. Entre sus principales objetivos se encontraron:

- Expandir Canal Once.
- Transformar a tecnología digital.
- Ampliar la cobertura nacional.
- Continuar con la imagen de televisión alternativa.
- Posicionar la imagen de los noticiarios del Canal.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup> Montoya Hernández, Ob. Cit., p. 134.

Para Julio Di Bella, la misión de la televisora del IPN, la definía como “generar, producir y transmitir contenidos que impulsen y fomenten el desarrollo humano”.<sup>56</sup> Para lograrlo, se planeó la reestructuración de Once TV que comprendía cambio de imagen institucional, estreno de programación y el Primer Encuentro de Canal Once con sus Televidentes.

El Primer Encuentro de Canal Once con sus televidentes se llevó a cabo del 2 al 8 de abril de 2001; el objetivo era redefinir el perfil del Canal en materia de producción y programación a partir de los resultados. Se recibieron 36 681 llamadas y 4,101 participaciones vía Internet.

La nueva programación de Once TV inició el 4 de junio; en la Mega Pantalla de Papalote Museo del Niño se dieron a conocer los avances de una programación novedosa y original, que retuerza los programas que han dado reconocimiento a Canal Once.<sup>57</sup> Se estrenaron *El Tal Chou del Once*, *Haciendas de México*, *Noticias con Laura Barrera*, *Tweenies*, *Zoboometo*, *Planeta Único*, *La Capital del Dinero* y *Grandes Romances del Siglo XX*. Además de nuevos capítulos de *El Rincón de los Sabores*, *Águila o Sol y Boleros* y *un poco más*.

Con el *slogan Televisión que Inspira*, Canal Once, estrena imagen institucional el 8 de octubre del mismo año. “Con claroscuros, destellos y estructuras metálicas crean un ambiente modernista e innovador donde una bella joven con suaves movimientos interactúa al lado de deslumbrantes aros de luz que simbolizan el círculo del logotipo de la emisora.”<sup>58</sup> El paquete gráfico incluía identificaciones, cortinillas de programas, carteleras, promocionales, etc.

También en octubre de 2001 surge Once Niños, la actual barra de programación infantil de Canal Once, con el slogan **¡Imagínate!** Entre los programas que integraban esta barra se encuentran: *Capitán Z*, *El travieso Rlaph*, *Moomin*, *Mona la Vampira* y *Bizbirije* y *Mi gran Amigo*, ambas producidas por Once TV.

Otra de las estrategias que Julio Di Bella planteó para lograr la reestructuración de Once TV, fue el Plan Innovador 2002, el cual consistía en un sistema de mercadeo para atraer capital a la televisora. “Estas modalidades son: integración del producto al programa, patrocinio de secciones, entrevistas, presencia del logotipo en marca de agua, patrocinio del reloj en noticias, cápsulas y menciones, entre otras.”<sup>59</sup>

El Segundo Encuentro de Canal Once con sus Televidentes se realizó los días 21, 22 Y 23 de mayo de 2002. El objetivo era que el televidente evaluara la programación del Canal, así como

---

<sup>56</sup> [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index.htm](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index.htm) (febrero, 2004)

<sup>57</sup> Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2000). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 11 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_011](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_011).

<sup>58</sup> Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2000). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 20 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_020](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_020).

<sup>59</sup> Montoya Hernández, Ob. Cit., p. 137.

su aportación de valores, conocimientos y oferta de entretenimiento. El Director de la televisora señaló nuestro principal objetivo al realizar el Segundo Encuentro fue evaluar nuestra rentabilidad social a través de la interacción con el televidente.

El total de participaciones en el Segundo Encuentro fue 11 846; 10 391 fueron llamadas telefónicas y 1 455 participaciones vía Internet. La participación total de niños y niñas fue de 2 606 participaciones.

El 1 de octubre de 2002, Julio Di Bella presentó la nueva imagen y programación de Once TV, que apareció en pantalla el- 7 de octubre del mismo año con el *slogan* La otra Mirada de Canal Once.

Se produjeron 365 identificaciones diferentes, una para cada día del año. En cada una de ellas aparecía el rostro de México en niños, jóvenes, mujeres, ancianos y hombres de diversas partes de nuestro país. Al respecto, el Director de la emisora señaló: “viendo la riqueza de nuestro mundo interior, como esta campaña, en Canal Once queremos mostrar que somos una televisora pública para la gente y por la gente de un país grande y maravilloso, un país rico y muy diverso”.<sup>60</sup>

Se inició la transmisión de las producciones propias *Retrato íntimo, Las dos Fridas, Manuel Álvarez Bravo, Sonidos de México, La ruta del Sabor, Santitos y Santones, Volcán de Colima, Valle de Bravo, la cuenca de las mariposas e Imágenes Naturales*. Los estrenos extranjeros fueron *David Bowie, Movida Opus, Voodoo Chile: la música de Jimmi Hendrix, Lágrimas Negras, El Planeta Azul, Béisbol de Ken Burns, África Salvaje, William Burroughs, Picasso erotique y Pasión Callas*. También se desarrollaron cambios en *Diálogos en Confianza, De todo con Carmen, Once Niños y Cine del Once*.

Para finalizar el año Canal Once organizó la Muestra Internacional de Televisión de Calidad para Niños Prix Jeunesse Internacional 2002, del 25 al 27 de noviembre en la Cineteca Nacional. La muestra incluyó conferencias, mesas redondas y una selección de 38 programas del Festival Internacional Prix Jeunesse<sup>61</sup> producidos en 15 países diferentes.

Entre los premios que Canal Once conquistó en 2002, se encuentran el Premio de Televisión para la Juventud, 10 Premios PROMAX y BDA, Premio de Periodismo "José Pagés Llergo 2002", Premio Nacional de Periodismo, Premio Internacional al Diseño, 4 Premios Generación Futura y el Premio Nacional de Ahorro de Energía, entre otros.

---

<sup>60</sup> Instituto Politécnico Nacional. (octubre, 2002). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 69 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_069](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_069).

<sup>61</sup> El Festival Prix Jeunesse, con sede en Munich, Alemania, se lleva a cabo cada dos años y se premia programas con altos estándares de calidad, que ayuden a los niños a desarrollarse emocional, intelectual y socialmente.

El 2003 inició con éxitos para Canal Once. En enero, Julio Di Bella recibió la Certificación ISO 9001:2000 obtenida por Canal Once en Transmisión de Señal Abierta de Televisión y Vía Internet. El Director de la televisora señaló “que con la implementación del Sistema de Gestión de Calidad estamos en la vía para continuar certificando los procesos de las demás áreas' de Canal Once con el propósito de buscar el Premio Nacional de Calidad”.<sup>62</sup>

El tercer Encuentro de Canal Once con el Televidente y el No Televidente se llevó a cabo del 31 de marzo al 6 de abril de 2003. El total de participaciones fue de 12 836, de las cuales 10 989 fueron llamadas telefónicas y 1 847 registros vía Internet. Destaca en esta: ocasión la participación del público NO televidente, es decir, el que no ve Canal Once. La calificación general que obtuvo la televisora fue nueve.

A partir del 5 de mayo del mismo año, Canal Once inició la transmisión de sus programas a través de Internet, durante más de 15 horas diarias. Entre los programas que se podían ver en vivo se encuentran: *Águila o Sol*, *Aquí nos tocó Vivir*, *Diálogos en Confianza*, *El diván de Valentina*, *Haciendas de México*, *La ruta del Sabor*, *Noticias*, *Toros y Toreros*, etc.

El 7 de octubre de 2003, Once TV estrenó imagen y programación con el *slogan* **Una mirada profunda, la otra mirada de Canal Once**. “La nueva imagen del Once busca retomar las sutilezas de cada momento. Detrás de cada rostro hay mucho más: una imagen llena de detalles, de historias profundas”.<sup>63</sup> Se produjeron más de 100 identificaciones y cortinillas en película de cine de *8mm*, en las cuales se observa nuevamente México a través de su gente.

Los lanzamientos fueron *In Memoriam*, *La Caja Negra*, *Noche Sin Fin*, *Once Tras el... Balón*, *Platícame*, *Detrás de los Últimos Santuarios*, *Atomix TV*, *La Aventura de México Desconocido*, etc., producidos por Canal Once. Entre las series extranjeras que se estrenaron, se encuentran *Las seguidoras de Beauvoir*, *Manchild*, *Gladiadores* y *El Reino*. Además, Once Niños y *Bízbirije* estrenan secciones, series y escenografía.

En diciembre de 2003 Once TV obtuvo la Certificación ISO 9001:2000, expedida por el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, en todas sus áreas.<sup>64</sup> “El Certificado acredita el Sistema de Gestión de Calidad del total de áreas de la televisora del Instituto Politécnico Nacional;

---

<sup>62</sup> Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2003). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 82 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_082](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_082).

<sup>63</sup> Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2004). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 107 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_107](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_107).

<sup>64</sup> El alcance de la certificación abarca la certificación de contenidos, pasando por Control de Calidad, Edición, Programación, Videofilmothecas, Continuidad, Transmisión por señal abierta, televisión por cable y transmisión por Internet. Procesos de Administración y Finanzas. Comunicación Interna, Contenidos de Internet, Imagen, Informática, Ingeniería, Mercadotecnia y Programación, Operaciones, Producción y Adquisiciones Extranjeras, Relaciones Públicas y Ventas.

se obtuvo después de realizarse en noviembre pasado la auditoria de vigilancia y de ampliación de alcance de todas las áreas de la televisora”.<sup>65</sup>

En el tercer informe anual de Julio Di Bella como Director de Canal Once, indicó que la producción propia se incrementó en 84 %, es decir, aumentó de 663 medias horas en 2000, a 1 225 en 2003. En materia de *rating*. Di Bella señaló “logramos aumentar 52 por ciento en informativos, 83 por ciento en Once Niños y hasta 350 por ciento en barras de producción propia, para alcanzar en algunos casos 7.4 puntos de *rating*. Acciones que nos llevaron a obtener 43 premios nacionales y 35 internacionales”.<sup>66</sup>

El 2 de marzo de 2004 XEIPN Canal Once del Instituto Politécnico Nacional cumplió 45 años de transmisiones, a lo largo de los cuales se ha consolidado como una televisora de calidad propositiva y comprometida con la sociedad. Para festejarlo se transmitieron cápsulas en las cuales se acuerdan momentos importantes de la televisora; así como comentarios y felicitaciones de periodistas, actores, conductores, directores, productores, etcétera, quienes han colaborado en Once TV, con el slogan “**Canal Once, joven a los 45**”.

En resumen, Julio Di-Bella fue nombrado en el año 2001 Director General de Canal Once, y fue ratificado en su cargo en el año 2007. Bajo su gestión, Canal Once obtuvo más de 240 premios nacionales e internacionales, entre ellos, recibió en el año 2002 el reconocimiento como la mejor televisora del mundo por la UNESCO. Colocó a la emisora a la vanguardia de las televisoras culturales de América Latina, convirtiéndola en la primera a nivel mundial, certificada en su totalidad bajo la Norma Internacional ISO 9001-2000. Parte importante de los reconocimientos que tuvo la producción de Canal Once fueron los programas de la barra infantil.

En el 2004 conformó y lanzó la señal internacional Once México, la cual alcanza desde Canadá hasta Punta del Este, en Uruguay, lo que significa 77 millones de televidentes. Esto significa que la audiencia del canal se expandió internacionalmente lo cual conlleva a que otras personas de diferentes países con diferentes culturas puedan identificarse y conocer su propuesta televisiva.

Su trabajo dentro de Canal Once ha sido reconocido en tres ocasiones con el Premio Nacional de Periodismo y dos veces con el Micrófono de Oro, por su intensa dedicación a la divulgación de la cultura y al fortalecimiento de la libertad de expresión.

Sus continuos esfuerzos son mundialmente reconocidos, pues este mismo año recibió el

---

<sup>65</sup> Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2004). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 122 Sitio web: [http://onctv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_122](http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_122).

<sup>66</sup> La Jornada. (diciembre, 2003). Canal Once no tiene censura, pero tampoco recursos: Di-Bella. noviembre, 2015, de Espectáculos Sitio web: <http://www.jornada.unam.mx/2003/12/05/08an1esp.php?origen=espectaculos.php&fly=2>

nombramiento de Caballero en la Orden de las Artes y de las Letras, por parte del Ministerio de la Cultura y la Comunicación de Francia.

Su dedicación a la ética y profesionalización de los medios se refleja en su reciente nombramiento como presidente del Comité Técnico de Normalización Nacional de Documentación. Esta misma tendencia logró, para Canal Once, una Autorregulación que garantiza la comunicación directa y constructiva con sus televidentes.

Con la satisfacción de ser el primer canal público en instalar su estación de transmisión digital, además de lograr el 80 por ciento de la convergencia digital en su operación y la ampliación de la cobertura de la emisora con la instalación de 5 nuevas repetidoras este año, Julio Di-Bella Roldán guió a Canal Once hasta convertirla en una verdadera alternativa de televisión para toda la familia.

La emisora del Instituto Politécnico Nacional, a través de su nueva programación de gran calidad y prestigio, refrenda su compromiso con la sociedad, así como su permanente vocación de servicio.

En enero del 2008, asume la dirección general de Canal Once, del Instituto Politécnico Nacional (IPN), el cineasta Fernando Sariñana Márquez y poco más de tres años de su llegada, renuncia a su cargo y es sustituido por Rafael Lugo Sánchez, quien se desempeñaba como director de noticiarios y programas informativos de la misma televisora.

En un breve comunicado emitido por la Secretaría de Educación Pública (SEP), encabezada por su director Alonso Lujambio, informó sobre el relevo y reconoció el desempeño de Sariñana Márquez. Durante su estancia al frente de ésta suscribió el acuerdo para ampliar la cobertura de la señal a 42 por ciento del territorio nacional.

A pesar de que enfrentó críticas por la modificación de la barra de programas, horarios y contenidos, la SEP alabó el desempeño de Sariñana, quien permitió llevar a cabo la transformación y renovación de la audiencia, así como la producción de exitosos programas de diversos géneros.

La dependencia comentó que la llegada de Lugo Sánchez, licenciado en ciencias de la comunicación y desde 2004 director de noticiarios de la televisora, fue a propuesta de la directora general del IPN, Yoloxóchitl Bustamante Díez.

Cabe recordar que durante su periodo al frente de Canal Once, Sariñana Márquez cambió el

nombre y logotipo de la estación XEIPN Canal Once a OnceTV México, así como su programación.

En marzo de 2009 arreciaron las críticas contra el cineasta por académicos e intelectuales contra los cambios a la programación, pero sobre todo por el anuncio de la cancelación del programa *Conversando con Cristina Pacheco*, y el de horario de *Aquí nos tocó vivir*, también conducido por la comunicadora.

Sin embargo, el rechazo de la comunidad obligó a reconsiderar esas modificaciones, aunque la barra se cambió para transmitir series de entretenimiento como *XY* y *Bienes raíces*.

En julio de 2010 resurgieron los señalamientos de egresados politécnicos y especialistas en medios de información, luego de que Canal Once suscribió el acuerdo para integrar el Sistema Público de Radiodifusión, antes conocido como Organismo Promotor de Medios Audiovisuales, en el que participan emisoras públicas de radio y televisión, como el Instituto Mexicano de la Radio, Radio Educación y el Canal 22, pues se consideró como una estrategia oficial con fines electorales, situación que fue desmentida por el entonces secretario de Gobernación, Fernando Gómez Mont.<sup>67</sup>

## 2.3 RÉGIMEN JURÍDICO

Desde mi formación como comunicólogo considero fundamental que conozcamos el régimen jurídico del medio de comunicación donde estemos trabajando, por eso menciono el siguiente apartado.

La televisora XEIPN TV Canal Once pertenece al Instituto Politécnico Nacional, quien a su vez depende de la Secretaría de Educación Pública. El régimen jurídico bajo el cual opera, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión, es el de permisionario ya que depende del Estado.

En dicha Ley, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1960, el Artículo 13 del Capítulo 1, que se refiere a las concesiones y permisos, se encuentra lo siguiente:

**ARTICULO 13.-** Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta Ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser:

---

<sup>67</sup> Instituto Politécnico Nacional. (octubre, 2010). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 370 Sitio web: [http://onctv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletín\\_370](http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_370).

comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso.

El Artículo 25 del mismo Capítulo de la Ley Federal de Radio y Televisión, indica a quién podrán otorgarse los permisos para operar estaciones oficiales.

**ARTICULO 25.**- los permisos para las estaciones oficiales, cultura/es y de experimentación y para las escuelas radiofónicas, sólo podrán otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos socios sean mexicanos. Si se tratara de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y aquéllas quedarán obligadas a proporcionar anualmente a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

De acuerdo con la Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1981, el IPN es:

un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, cuya orientación general corresponde al Estado; con domicilio en el Distrito Federal y representaciones en las Entidades de la República donde funcionen Escuelas, centros y unidades de Enseñanza y de Investigación que dependan del mismo.<sup>68</sup>

En la fracción XVI del Artículo 4 de la misma Ley, referente a las atribuciones del IPN para el cumplimiento de sus finalidades, se lee: "Establecer y utilizar sus propios medios de comunicación masiva y, mediante convenios especiales, los del Estado y de los particulares, para la extensión de sus servicios educativos, de difusión de la cultura y de información".<sup>69</sup>

Los Artículos relativos a Canal Once en la Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional, son los siguientes:

---

<sup>68</sup> Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional, p. 1.

<sup>69</sup> Ídem, p. 3.

## ARTICULO 10

Son órganos de apoyo dependientes del Instituto:

- I. La Estación de Televisión XEIPN canal Once del Distrito Federal;
- II. El Centro Nacional de Cálculo.

Los órganos de apoyo se regirán por esta Ley y demás disposiciones que regulen su organización y funcionamiento.

**ARTÍCULO 32.-** El Director de la estación de televisión del Instituto Politécnico Nacional será designado por el Secretario de Educación Pública, a propuesta del Director General *del* Instituto Politécnico Nacional, la función sustancial de dicho canal, será la de difundir y defender la cultura nacional, la historia, la tradición, las costumbres y nuestra idiosincrasia, respecto del extranjero.

El Director del Centro Nacional de Cálculo será nombrado por el Director General del Instituto. Para ello será requisito: tener como mínimo el grado de licenciatura o su equivalente y deberá gozar de reconocida solvencia moral y prestigio profesional.

El Apartado Segundo, del Capítulo Tercero, Sección Primera, del Reglamento Orgánico del Instituto Politécnico Nacional, publicado en la Gaceta Politécnica el 30 de agosto de 1999, se refiere a la naturaleza y aspectos que debe cubrir la estación XEIPN Canal Once.

**Artículo 25.-** La Estación de Televisión XEIPN Canal 11, de naturaleza cultural y educativa estará a cargo de un Director nombrado en los términos del artículo 32 de la Ley Orgánica, quien se auxiliará en el ejercicio de sus atribuciones por el personal a que se refiere el artículo 8 del presente Reglamento.

**El Artículo 26.-** corresponde a la Estación de Televisión XEIPN Canal 11 el despacho de los asuntos que a continuación considero más importantes:

- I. Operar y utilizar el Canal que tiene autorizado para la transmisión de los programas educativos, culturales, deportivos y de orientación social que estime convenientes el Instituto;
- II. Difundir la imagen del Instituto, los programas y las acciones de órganos técnicos, académicos, de apoyo, culturales, deportivos y administrativos, de acuerdo con las políticas y los lineamientos establecidos por el director general;

III. Transmitir programas que contribuyan a fortalecer e impulsar la conciencia de la nacionalidad, fomenten la colaboración comunitaria, afirmen los principios de moral social y procuren un elevado sentido de la paz, armonía, convivencia humana y solidaridad nacional e internacional;

IV. Contribuir al mejoramiento del nivel cultural de la comunidad poli técnica y de la población en-general y fomentar el uso correcto del idioma español;

V. Evitar influencias nocivas para el desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

VI. Propiciar y acrecentar el interés del público televidente por *la* cultura científica y tecnológica, mediante la realización de programas de información, análisis y recreación;

VIII. Procurar que sus transmisiones se mantengan dentro de los límites de respeto a la *vida* privada, a fa dignidad personal ya la moral, y no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz pública;

IX. Propiciar, a través de su programación, un desarrollo armónico que estimule la creatividad, la solidaridad humana y promueva el interés científico, cultural y artístico de los niños y jóvenes;

X. Adaptar, transmitir y evaluar programas de televisión mundial que sean de interés para la comunidad politécnica y la sociedad en general, así como informar al público sobre los acontecimientos nacionales e internacionales;

XI. Incorporar los avances tecnológicos que desarrollen las escuelas, centros y unidades en materias relacionadas con las actividades de la estación;

XII, Difundir los valores de identidad politécnica en los términos previstos por el Reglamento Interno;

XIII. Establecer y mantener comunicación con organismos nacionales e internacionales, para la transmisión de programas, así como divulgar las manifestaciones de la cultura universal y los avances de la investigación científica y tecnológica;

XIV. Ofrecer al público los programas que produzca o sobre los que tenga derechos, fijando los niveles de recuperación sobre ellos y, en general, comercializar los servicios que presta a la sociedad, sin que, por ello, pierda su carácter de cultural y no lucrativa.

Finalmente, el financiamiento es también un tema trascendental ya que explica de dónde obtiene sus recursos un canal de televisión del Estado, que a continuación se trata en el siguiente apartado.

## 2.4 FINANCIAMIENTO

Debido a que Canal Once es una televisora pública, su presupuesto es otorgado en mayor medida por el gobierno federal, a través del Instituto Politécnico Nacional, quien a su vez recibe una partida anual de la Secretaría de Educación Pública.

En la década de los ochenta, la televisora recibía patrocinios institucionales en los programas *Cineteca Nacional*, *Compañía Nacional de Teatro*, *Teatro del Once*, *Toros y toreros* y *Nuestro deporte*. Para 1988, los recursos de Canal Once provenían de la Secretaría de Educación Pública y la Comisión de Operación y Fomento de Actividades Académicas (COFAA) del Instituto Politécnico Nacional.

Uno de los grandes problemas que tuvo que enfrentar el Canal Once por mucho tiempo, fue la falta de recursos, ya que no podía incluir publicidad como tal en su programación, ya que “la televisión pública bajo la reglamentación permisionaria y conforme a la Ley General de Radio y Televisión solo permitía el sistema de patrocinios que fortalecían el encarecido presupuesto del Estado Mexicano”.<sup>70</sup>

Los patrocinios son una forma de “comercializar la pantalla, sin fines de lucro, pero sí para el mantenimiento y servicio de las instalaciones del Canal”.<sup>71</sup> Así, en 1991 se creó el Fideicomiso Fondo de Apoyo a Canal Once, con el objetivo de recabar patrocinios de la iniciativa privada. Los empresarios Gilberto Borja, Roberto Hernández y Adolfo Patrón integraron el Fideicomiso, después se integraron Ángel Borja, Augusto Elías y Manuel Arango.

El Canal y el Fideicomiso lograron atraer patrocinadores como Grupo Modelo, American Express, PEMEX, Chrysler, Telcel, Sección Amarilla, Lotería Nacional y Comercial Mexicana, entre otros. Los recursos generados por los patrocinios se han destinado básicamente para la adquisición de programación extranjera.

Por lo que se refiere a los recursos presupuestales de la emisora, entre 1991 y 1994 se logró incrementar y diversificar el origen de los mismos. En 1990, el presupuesto asignado a Canal Once fue de \$19,545.000 y provenía en su totalidad en forma de subsidio a través del Instituto

---

<sup>70</sup> Jiménez Osornio, Mónica. Los patrocinios dentro del proceso de globalización (Canal Once), p. 53.

<sup>71</sup> Ídem, p. 52.

Politécnico Nacional. A finales de 1991, el Fideicomiso comenzó a aportar una parte significativa de recursos, aumentando dicha contribución al 23% del presupuesto de ese año.<sup>72</sup>

En 1993, Canal Once “obtuvo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la clave 801 para identificar y manejar su presupuesto”.<sup>73</sup> Esto es importante porque se designa directamente su propia partida presupuestaria en la Ley de Presupuestos de la Federación.

En 1994, el presupuesto total de la emisora ascendió a \$57 078 227; la contribución del Fideicomiso al mismo representó el 35% y el 65% restante fue proporcionado en forma directa por la Secretaría de Educación Pública al haberse constituido Canal Once en Unidad Responsable a partir de 1994.<sup>74</sup>

En 1999, los ingresos de Canal Once provenían de dos fuentes, recursos fiscales, que representaron 77.4% de su presupuesto, y recursos auto generados, especialmente patrocinios, que constituyeron el 22.6% restante. “En 1999, 76% del gasto de Canal Once se dedicó a producir programas de televisión. Se consolidó la programación producida por el Canal: los noticiarios, La Zona O, Diálogos en Confianza, etc”.<sup>75</sup>

#### Distribución del gasto 1999\*

Producción.	54.1%
Adquisición de programación extranjera	22.0%
Administración	10.4%
Transmisión	3.7%
Promoción e imagen	3.0%
Equipamiento	3.4%
Ventas	3.4%

\*Fuente: Canal Once. Reporte anual 1999

---

<sup>72</sup> Canal Once, Ob. Cit., p. 11.

<sup>73</sup> Montoya, Ob. Cit., o. 74.

<sup>74</sup> Canal Once, Ob. Cit., p. 11.

<sup>75</sup> Canal Once. Reporte anual 1999, p. 8.

### Total de recursos\*

Fiscales	148 828
Auto generados	37 206
TOTAL	186 034

\*Fuente: Canal Once. Reporte anual 1999

El mismo año los recursos de patrocinios se incrementaron 25.5% con respecto al año anterior. “El número de patrocinadores se elevó 33.3%, al pasar de 45 en 1998 a 60 en 1999”.<sup>76</sup> Y eso es importante porque se incrementan los recursos para la realización de producciones propias del canal.

Cabe destacar que, de conformidad a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, promulgada por el Presidente de la República y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de julio de 2014 en las que se establece el Decreto; donde se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión...”

En la Sección IV. Establece: “De las concesiones sobre el espectro Radioeléctrico para uso Público y uso social para prestar el Servicio de Radiodifusión. Artículo 88. “... las concesiones de uso público podrán tener cualquiera de las siguientes fuentes de ingresos adicionales: (...) III. Patrocinios;(...)”. Entiéndase como patrocinio: “El pago en efectivo o en especie que realiza cualquier persona física o moral a fin de que se haga mención o presentación visual de la denominación, razón social, marca o logotipo de la persona que realizó el pago”. implique que las transmisiones se realicen con fines comerciales, es decir que, el enunciado que se haga del bien, servicio o producto patrocinador, no se difunda exaltando las bondades del mismo...”<sup>77</sup>

Es importante mencionar que, aunque Canal Once, como televisora del Estado, puede obtener recursos mediante patrocinios comerciales, éstos deben alinearse a las políticas establecidas para la transmisión de contenidos en El Código de Ética de Transmisión de Patrocinio de Canal Once.

Una vez comprendido el tema de los patrocinios considero importante resaltar las políticas de transmisión de contenidos referente a la audiencia infantil, estipuladas en El Código de Ética de Transmisión de Patrocinio de Canal Once. En los espacios dedicados exclusivamente a la programación de niños, se evitará lo siguiente:

a. Materiales cuyo contenido no esté dirigido a niños.

---

<sup>76</sup> Ídem, p. 24.

<sup>77</sup> Canal Once. (octubre 28, 2015). Código de Patrocinios. 2016, de Código Ética Transmisión Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/docs/autorregulacion/CodigoPatrociniosDG-DPA-12\\_00.pdf](http://oncetv-ipn.net/docs/autorregulacion/CodigoPatrociniosDG-DPA-12_00.pdf)

- b. Promover o mostrar conductas ilegales, violetas o que pongan en riesgo la vida o la integridad física.
- c. Presentar a niñas, niños o adolescentes como objeto sexual.
- d. Promover o presentar conductas de acoso o intimidación escolar.
- e. Presentar conductas que promuevan la desigualdad.
- f. Incitar indirecta o directamente a la compra o contratación de un producto o servicio.
- g. Materiales que contengan chocolates o dulces con algún tipo de licor, así como “alimentos chatarra”.
- h. Materiales que fomenten o utilicen cerillos.
- i. Información respecto a suplementos alimenticios, vitaminas y medicinas.
- j. Películas o contenidos clasificación B ó C, o aquellos que introduzcan a vicios y /o atemoricen o incomoden a algún menor de edad.<sup>78</sup>

Me parece significativo la seriedad y responsabilidad que Canal Once brinda respecto a las políticas de transmisión comercial en los espacios dedicados a la audiencia infantil contenida en su Código de Ética de Transmisión de Patrocinio.

A continuación, se presenta el presupuesto autorizado del año 2002, 2003 y 2011 concedido a Canal Once, para fines comparativos para entender los presupuestos asignados a través de los diferentes años mencionados.

**PRESUPUESTO AUTORIZADO ORIGINAL Y MODIFICADO 2002\***

CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	ASIGNACIÓN ORIGINAL 2002	%	ASIGANCIÓN MODIFICADA 2002	%
1000	Servicios personales	108 960 244	57%	107960244	58%
2000	Materiales y suministros	19386 029	10%	13077 048	7%
3000	Servicios generales	57 689 363	30%	60 517 209	32%
5000	Bienes muebles e inmuebles	5396 100	3%	5396 100	3%
	<b>TOTAL</b>	<b>191431736</b>	<b>100%</b>	<b>186 950 601</b>	<b>100%</b>

\*Fuente: Instituto Politécnico Nacional. (marzo, 2004). Obligaciones de transparencia. diciembre, 2015, de IPN Sitio web: <http://www.transparencia.ipn.mx>

<sup>78</sup> Ídem

<b>PRESUPUESTO AUTORIZADO ORIGINAL 2003*</b>			
CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	ASIGNACIÓN ORIGINAL	%
		2003	
1000	Servicios personales	115 517 461	59%
2000	Materiales y suministros	13077 048	7%
3000	Servicios generales	62 071 444	32%
5000	Bienes muebles e inmuebles	5396100	3%
	<b>TOTAL</b>	<b>196 062 053</b>	<b>100%</b>

\*Fuente: Instituto Politécnico Nacional. (marzo, 2004). Obligaciones de transparencia. diciembre, 2015, de IPN Sitio web: <http://www.transparencia.ipn.mx>

<b>PRESUPUESTO AUTORIZADO ORIGINAL 2011*</b>			
CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	ASIGNACIÓN ORIGINAL	%
		2003	
1000	Servicios personales	79,137,878,226	59%
2000	Materiales y suministros	6,032,067,138	7%
3000	Servicios generales	13,012,386,247	32%
5000	Bienes muebles e inmuebles	2,710,641,829	3%
	<b>TOTAL</b>	<b>230,684,550,722</b>	<b>100%</b>

\*Fuente: Instituto Politécnico Nacional. (abril, 2011). Obligaciones de transparencia. diciembre, 2015, de IPN Sitio web: <http://www.transparencia.ipn.mx>

Por lo tanto, en estos cuadros se muestra la comparación de las partidas presupuestarias y se asume que los ingresos se han incrementado a través de los años. Esto beneficia el manejo de un canal del Estado y a una mayor calidad y cantidad de su propuesta en términos de producción audiovisual. Al incrementar su producción y calidad inexorablemente conlleva a ampliar su cobertura que se atiende en el siguiente apartado.

## **2.5 COBERTURA**

La cobertura de cualquier medio de comunicación es importante ya que al ir creciendo un medio masivo como es la televisión con programas con contenidos de calidad se vuelve necesaria en la demanda de la programación de estaciones repetidoras, así como sistemas de cable y televisión satelital.

Los primeros años de vida de Canal Once pasaron inadvertidos para la mayoría de los habitantes de la ciudad de México. La señal de la televisora sólo podía ser vista en las inmediaciones del Casco de Santo Tomás o más bien o se encuentran las instalaciones del Canal.

En el año 2010 el Gobierno Federal creó el entonces Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA), con la finalidad de colaborar con la ampliación de la cobertura de la señal de Canal Once, así como dar cumplimiento al Plan de Transición de Televisión Digital Terrestre iniciada por el Gobierno Federal en el año 2006. A partir de 2014, el OPMA se transforma en el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), que tiene la misión esencial de brindar el servicio de radiodifusión pública a todos los mexicanos.

Actualmente, Canal Once tiene una cobertura del 32.25% de la República Mexicana, con antenas propias; y del 67% a partir de convenios y el apoyo de las antenas del sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR)<sup>79</sup>.

Asimismo, puede ser sintonizada en casi 600 sistemas de paga por cable y televisión satelital, lo que asegura su presencia en las 32 entidades federativas del país.

La señal de Canal Once Internacional llega a más de dos millones y medio de suscriptores en Estados Unidos y sur de Canadá, a través de diversos servicios de cable y televisión satelital.

El 20 de agosto del 2015, nace el primer canal de televisión mexicano cien por ciento infantil, El Canal Once Niños, de Canal Once, en la frecuencia 11.2 de la televisión digital terrestre. Su transmisión diaria tiene un horario de 6:00 am y acaba a la media noche. Con una amplia oferta de programas clásicos de Canal Once, como Bizbirije, el Mundo de Beakman y el Diván de Valentina, así como programas de la BBC para niños hasta excelentes obras maestras de la televisión infantil de Japón, Chile y Argentina.

La cobertura de Canal Once se amplió aún más, gracias a un nuevo canal digital debido a la buena proyección y aceptación que ha tenido la barra infantil, y da la impresión que la barra de Once niños ha sido bandera de Canal Once ya que ha apostado por una televisión de calidad para la audiencia infantil y de manera personal me da satisfacción de haber colaborado profesionalmente en esta barra infantil tan premiada y reconocida no solo en México sino Internacionalmente. Es por eso, que dedico en el siguiente y último capítulo, mi informe de experiencia profesional en producción audiovisual en Canal Once y hablo de un programa representativo de la barra infantil de Once Niños, Bizbirije.

---

<sup>79</sup> Canal once . (2010). cobertura. 2015, de sobre canal once Sitio web: <http://oncetv-ipn.net/sobre-canal-once/>

## CAPÍTULO 3. EXPERIENCIA PROFESIONAL EN PRODUCCIÓN DE LA BARRA DE ONCE NIÑOS

---

### 3.1 BARRA INFANTIL ONCE NIÑOS

En este apartado expreso parte de la experiencia laboral adquirida en la barra infantil de Canal Once y la incluyo a la par con las actividades que realicé con mi participación en ésta. Las notas periodísticas mencionadas en este apartado como Proceso, el Universal, entre otras; permitieron reubicar claramente la información referente a la barra infantil de once niños.

Canal Once siempre ha tenido programación para niños. Sin embargo, la concepción de una barra infantil surgió en 1998 con La Zona O, la primera barra de niños en el Once. La Zona O tenía como premisa Hacer y Pensar.

Alejandra Lajous, propuso un proyecto a la comunicóloga Patricia Arriaga, directora del área de programación, para iniciar el proyecto de una barra infantil. Por lo que se realizó una investigación para comenzar a producir los programas que se transmitirían. Estos eran elaborados por más de 60 personas, incluyendo conductores eventuales y niños en los estudios<sup>80</sup>.

En el 2001 se tomó la decisión de reestructurar la barra, haciendo un análisis sobre los resultados de la Zona O, los hábitos de los niños, la competencia, etc. Así fue como se realizó el proyecto de crear Once Niños. Este proyecto fue la respuesta de Canal Once a las necesidades de entretenimiento, educación y cultura del público infantil.

La identidad de la barra se creó pensando en que debía remitir inmediatamente al Canal Once. A diferencia de Zona O, Once Niños es una barra cerrada, es decir que no se transmiten promocionales del canal ni de programas para adultos. Es un área sólo para niños, los cortes del canal son diseñados y producidos por el mismo canal; e incluye sólo promocionales de programas dirigidos a este público. También cuenta con un logotipo diseñado especialmente para la barra<sup>81</sup>.

Al comenzar Once Niños se tenía en cuenta una de las políticas que Patricia Arriaga llamó “La dieta balanceada”. La cual, consiste en ofrecer diferentes formatos y técnicas de producción, tales como: animación, documental, ficción, etc. Con el fin de que los niños se formen una cultura audiovisual que los convierta en adultos críticos de la televisión. Por lo que se excluye de la

---

<sup>80</sup> Ponce R. y Terrazas A.C. Revista Proceso 1124, 17 mayo, 1998, p.68.

<sup>81</sup> Vértiz C. (2002). La barra Once Niños, finalista internacional. Revista Proceso No.1334, pp. 79.

programación todo lo que sea violencia, porque de acuerdo con Patricia Arriaga “Once Niños no cree en la violencia como solución de conflictos, sino que piensa en el diálogo”<sup>82</sup>.

La barra infantil de Canal Once es un espacio donde se considera muy importante el contacto con los niños. Tiene como objetivo ser un espacio de televisión alternativa, en donde lo más importante es la cercanía con ellos y su mundo. Lográndolo mediante programas especialmente diseñados para estimular la inteligencia, curiosidad y participación de la audiencia creando una televisión sana y sin violencia, y transmitiendo las series más premiadas de México y el mundo<sup>83</sup>.

Canal Once se preocupa por no fomentar la transmisión de violencia en sus programas, ofreciendo contenidos con profundidad pedagógica y motivando a que los niños no sean únicamente receptores, sino que interactúen con los programas<sup>84</sup>.

Once Niños es un espacio que combina diversión, e inteligencia, en donde todo está cuidadosamente pensado y diseñado para los niños. Consta de cápsulas, retos, videoclips, programas, y juegos para que los niños puedan ver, descubrir e imaginar con inteligencia y creatividad<sup>85</sup>.

Liliana Flores, ex conductora de la barra infantil, considera que los principales objetivos de esta sección han sido:

1. Compartir el espacio con los niños, que pueden llamar y platicar.
2. Que los niños puedan tener un espacio donde puedan divertirse, jugar y se sientan más seguros porque no hay violencia en estas caricaturas.
3. Ser un espacio sincero porque los niños pueden preguntar cualquier cosa a través del teléfono, correo electrónico, por carta o Internet.
4. Ser un espacio nuevo y actual<sup>86</sup>.

Canal Once produce una programación infantil entretenida y no violenta que permite a los niños interactuar con los programas, obteniendo un estímulo intelectual y provecho educativo. Diariamente dos presentadores o conductores, Iván y Ale, guían a los niños por toda la programación y los invitan a participar en un tema semanal, recomiendan libros, lugares y actividades en todo México. Además, hacen contacto directo con niños y niñas en las calles, y por medio de sus sugerencias ayudan a crear y apoyar una cultura de calidad para los niños<sup>87</sup>.

---

<sup>82</sup> Ídem.

<sup>83</sup> Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2004). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

<sup>84</sup> Ponce R. y Terrazas A.C. *Revista Proceso* 1124, 17 mayo, 1998, p.70.

<sup>85</sup> Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2004). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

<sup>86</sup> Alcántara C. (2002). Pretende Once Niños, enseñar y entretener. *El Universal*, Ciudad, 17 de julio, p.2.

<sup>87</sup> Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2004). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

La barra infantil fue quizá la más rica y diversa del Canal Once. En el 2002 contaba con 25 títulos entre ellos, seis adquiridos en el extranjero, provenientes de países con poca presencia en nuestras pantallas: Canadá, Australia y Francia. A partir de 2002, se abrió una barra infantil los sábados y domingos con repeticiones de lo que se transmite durante la semana. En total la barra contaba en este año con cinco producciones del propio canal<sup>88</sup>.

En el año 2002, transmitía 1, 456 horas anuales de programación para niños en una barra diaria de 4 y media horas de la 1 a las 5:30 de la tarde de lunes a viernes y de 7 a 10 de la mañana los sábados y domingos<sup>89</sup>. Esta barra incluía programas producidos por canal once, y por otros países.

El mundo infantil, Canal Once incluía caricaturas europeas, australianas, y canadienses sin violencia, teatro participativo y contenidos cuidados por comunicólogos y educadores<sup>90</sup>.

Dentro de la programación hay dibujos animados como Grafitos de Canadá, ganadora del Gemini Award 1998, Franklin, Los misterios de Moville, coproducida por Canadá y China, y Fetch el Veterinario, entre otras.<sup>91</sup> En cuanto a programas locales, Canal Once ha producido en sus estudios: Ventana de Colores, Mi gran Amigo, y Bizbirije<sup>92</sup>.

El desarrollo de Once Niños ha sido gradual y siempre respetando las premisas de su origen. Existe un fundamento que hace que la marca Once Niños no se desvirtúe, desde su programación hasta su logotipo. Se enfoca en estar más cerca de los niños, de sus temas, y preferencias. Evolucionando hacia donde los niños evolucionen, su mundo, sus temas, y sus gustos. Esta es la filosofía que rige el trabajo de Once Niños.

La televisora considera de gran importancia escuchar a los niños y sobre todo lograr que se sientan acompañados, encontrando programas y contenidos exclusivamente para ellos. Para alcanzar este objetivo el canal cuenta con un área de contenidos, pilar de toda la programación infantil. Es aquí donde se ha concentrado la pedagogía de todos los segmentos<sup>93</sup>.

Los programas de Once Niños han sido producidos por el equipo más grande en América Latina especializado en televisión de calidad para niños: Pedagogos, escritores, creativos, directores, y productores.

---

<sup>88</sup> Toussaint F. (1992). Nuevos programas en Canal Once. *Revista Proceso*, No. 1353, p.92.

<sup>89</sup> [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index.htm](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index.htm) (abril, 2002)

<sup>90</sup> Ponce R. y Terrazas A.C. *Revista Proceso* 1124, 17 mayo, 1998, p.68.

<sup>91</sup> Toussaint F. (2003). Una mirada profunda. *Revista Proceso*, No. 1406, p.69.

<sup>92</sup> Ponce R. y Terrazas A.C. *Revista Proceso* 1124, 17 mayo, 1998, p.68.

<sup>93</sup> *Ibíd*em, p. 70.

Al realizarse el cambio de imagen del Canal, a Una Mirada Profunda en el 2003, el énfasis se colocó en la sección de niños. La barra infantil incrementó en tiempo media hora diaria<sup>94</sup>.

La barra de programación para niños de Canal Once fue uno de los cuatro proyectos nominados en todo el mundo para el Youth TV Prize en su edición 2002, premio que otorga el Consejo Internacional de Cinematografía, Televisión y Comunicación Audiovisual de la UNESCO y el Consejo de Europa<sup>95</sup>. También ganó el Premio de la televisión de la Juventud que otorga la UNESCO en el marco del Festival de Imagen y Ciencia, debido a su calidad y el trabajo que realiza dentro de la barra de programación de Canal Once<sup>96</sup>.

En el periodo del año 2001 – 2002, la barra Once Niños logró duplicar el rating, aunque ello no implica una prioridad para el Canal, es su forma de saber si se está comunicando con el público, por medio de la televisión alternativa<sup>97</sup>.

Lo anterior resume el amplio profesionalismo con que Canal Once ha desarrollado su barra infantil. Me consta que el departamento de pedagogía, encargado de los contenidos de la barra infantil de Once Niños, revisaba una por una las cartas que los niños enviaban a ese departamento. Al ver mi asombro, la jefa de ese departamento, me contestó “aquí los niños mandan”. Es por esto y muchas otras razones que Bizbirije es el programa donde me apoyo para realizar este informe de experiencia profesional y en el siguiente apartado hablo de Bizbirije.

### **3.1.1 EL PROGRAMA “BIZBIRIJE”**

Bizbirije fue uno de los programas más exitosos que componía la Barra Infantil Once Niños. El título del programa, hace alusión a los alebrijes, personajes que nacen en los sueños fueron creados por Ángeles Moreno. Quien define a los bizbirijes como “alebrijes sin edad que viven en la televisión”, siendo una versión modernizada de la artesanía mexicana.

El programa nació el 25 de noviembre de 1996, con un concepto de Patricia Arriaga, directora general de Once Niños, quien reunió a un grupo de especialistas para comenzar un proyecto cuya calidad y audiencia han ido aumentando<sup>98</sup>. El equipo que comenzó Bizbirije estaba conformado por: Patricia Arriaga, Carolina Rivera, Mónica Abín y Patricia Gutiérrez.

---

<sup>94</sup> Toussaint F. (2003). Una mirada profunda. *Revista Proceso*, No. 1406, p.69.

<sup>95</sup> Vértiz C. (2002). La barra Once Niños, finalista internacional. *Revista Proceso* No. 1334, pp.78.

<sup>96</sup> Espectáculos. (2002). Premia la UNESCO a Once Niños. *El Universal*, 9 de octubre, p.4.

<sup>97</sup> Hernández Cerda E. (2002). Aspira Once Niños a premio internacional. *El Universal*, Espectáculos, 27 de septiembre, p.8.

<sup>98</sup> Hernández Cerda E. (2002). Bizbirije: Seis años de enseñar y de entretener a los peques. *El Universal*, Espectáculos, 24 de noviembre, p.8.



\*Fuente: [catarina.udlap.mx](http://catarina.udlap.mx). (septiembre, 2013). Canal Once Retro. Diciembre, 2015, de Caricaturas que marcaron nuestra infancia Sitio web: [http://canalonceretro.blogspot.mx/2013/09/bizbirije\\_2.html](http://canalonceretro.blogspot.mx/2013/09/bizbirije_2.html)

Otras personas que colaboraron al inicio del programa fueron:

- Productores: Patricia Arteaga y Alfredo Castañeda
- Diseño de Foro: Edgar del Castillo
- Diseño de Personajes: Ángeles Moreno, inspirada en los alebrijes.
- Conductor: Emilio (Esteban Soberanes)
- Música de Identificación: Enrique Quezadas<sup>99</sup>.

El programa nació del primer objetivo de la barra infantil Once Niños, poner a los niños de este país en pantalla y que sean ellos mismos quienes cuenten sus historias y la manera en que ven la vida. Bizbirije surge de la necesidad de brindar a los niños mexicanos un espacio televisivo con calidad, en donde los niños, encuentren elementos que beneficien a su desarrollo. Desde su concepción, ha brindado un espacio inteligente en el que se da prioridad a la diversión, al humor y al desarrollo de habilidades afectivas y sociales.

El programa Bizbirije, tuvo el compromiso de ofrecer a los niños mexicanos televisión de calidad comprometida con su desarrollo, que dio inicio como una propuesta innovadora para los niños

---

<sup>99</sup>Idem.

mexicanos, logró consolidarse dentro de la televisión nacional y obtuvo reconocimiento internacional<sup>100</sup>. Esta emisión fue de las pocas que se transmiten en México, donde se puede notar que existe un interés por el contenido de su programa<sup>101</sup>.

De la creación de los alebrijes por Ángeles Moreno, nace Bizbirije, título que hace alusión a éstos y que son, personajes que nacen en los sueños<sup>102</sup>. Quien define a los bizbirijes como “alebrijes sin edad que viven en la televisión”, siendo una versión modernizada de la artesanía mexicana. El nombre Bizbirije surgió en 1996, durante una junta de estructura de programas, en donde se reunieron una guionista, una pedagoga, Ángeles Moreno como directora de arte, entre otras personas<sup>103</sup>.



\*Fuente: [caterina.udlap.mx](http://caterina.udlap.mx). (Septiembre, 2013). Canal Once Retro. Diciembre, 2015, de Caricaturas que marcaron nuestra infancia Sitio web: [http://canalonceretro.blogspot.mx/2013/09/bizbirije\\_2.html](http://canalonceretro.blogspot.mx/2013/09/bizbirije_2.html)

Es un programa con formato revista, en donde se alternan secciones producidas en estudio y exteriores. El niño puede encontrar dibujos animados, chistes, trabalenguas, recetas de cocina,

<sup>100</sup> Espectáculos. (2000). Cumple Bizbirije su cuarto aniversario. El Universal, 26 de noviembre, p.10.

<sup>101</sup> Espectáculos. (2000). Urge den a Bizbirije “una manita...o un zarpazo de gato”. El Universal, 13 de noviembre, p.8.

<sup>102</sup> Hernández Cerda E. (2002). Bizbirije: Seis años de enseñar y de entretener a los peques. El Universal, Espectáculos, 24 de noviembre, p.8.

<sup>103</sup> Ponce R. y Terrazas A.C.. (1998). “Ventana de Colores”, “Mi gran amigo” y “Bizbirije” en la programación infantil de Canal 11: Contra la violencia y la falta de contenidos. Revista Proceso, No. 1124, pp.70.

experimentos, proyectos artísticos y secciones de participación crítica<sup>104</sup>. El programa fue concebido con características mexicanas, para que se reflejara la identidad nacional en sus segmentos y así, los niños pudieran formar parte de ella, a través de su interacción con la televisión.

Comenzó transmitiéndose ininterrumpidamente en la ciudad de México, así como en 318 ciudades de la República Mexicana, Centro América y Sur de Estados<sup>105</sup>. Se distinguió por pensar en el niño como un ser humano valioso e inteligente, lo que impulsa al equipo creativo de Canal Once a diseñar un programa en el que se respete a los niños, se les brinden contenidos de calidad y, sobre todo, un programa en el que se vean reflejados y con el que puedan identificarse.<sup>106</sup> Cabe mencionar que la elaboración y producción de cada una de las secciones y cápsulas especiales, estuvo asesorada por sociólogos, especialistas en medios de comunicación, psicólogos y pedagogos<sup>107</sup>.

El programa fue diseñado para encauzar la capacidad de acción de los niños. Se les sugieren actividades que puedan llevar a cabo después de ver el programa. Por esto, Bizbirije ofreció posibilidades de hacer, observar, inventar, jugar y compartir, que surgen a partir de pertenecer al equipo de reporteros y reporteras<sup>108</sup>.

Un aspecto que definió Bizbirije, es que convocaba a los niños a que escribieran al programa. El 80 o 90% del material con el que trabajaba provenía de los niños. Las cartas que se recibieron se recopilaron, para después hacer una selección de lo que se transmitiría. Los niños tuvieron una voz dentro de la televisión, con lo que el programa logró una identificación con su audiencia<sup>109</sup>.

Por medio del programa se trataba de desarrollar la capacidad de lectura y escritura de los niños, su relación con el medio ambiente, su respeto a la naturaleza, su convivencia en grupo, y su trabajo en equipo. Bizbirije tenía temas para todos los gustos, con la convicción de acercar al niño a su propia realidad a través de juegos, experimentos, trabalenguas, recetas, chistes, retos, videos y reportajes con el fin de que los niños estuvieran informados a través de la televisión<sup>110</sup>.

---

<sup>104</sup> Ídem.

<sup>105</sup> Espectáculos. (2000). Cumple Bizbirije su cuarto aniversario. El Universal, 26 de noviembre, p.10.

<sup>106</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

<sup>107</sup> Espectáculos. (2000). Urge den a Bizbirije “una manita...o un zarpazo de gato”. El Universal, 13 de noviembre, p.8.

<sup>108</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

<sup>109</sup> Ponce R. y Terrazas A.C.. (1998). “Ventana de Colores”, “Mi gran amigo” y “Bizbirije” en la programación infantil de Canal 11: Contra la violencia y la falta de contenidos. Revista Proceso, No. 1124, pp.70.

<sup>110</sup> Hernández Cerda E. (2002). Bizbirije: Seis años de enseñar y de entretener a los peques. El Universal, Espectáculos, 24 de noviembre, p.8.

De acuerdo con el Canal Once, Bizbirije fue un programa diseñado para fomentar en el niño la participación, dándole elementos que incrementen su interacción con el entorno obteniendo experiencias significativas. En Bizbirije el niño es considerado como autor de su propio aprendizaje, y al adulto como alguien que provee experiencias para él mismo. Para la creación de cada capítulo, se tomó muy en cuenta que el motor de crecimiento del niño es la afectividad. Por lo que Bizbirije se convirtió en un espacio que brinda al niño la oportunidad de generar confianza en sí mismo, promoviendo su iniciativa, y fortaleciendo su desarrollo cognitivo, afectivo y social.

### **3.1.2 OBJETIVOS DEL PROGRAMA**

Bizbirije tiene como objetivo principal enriquecer la vida de los niños y las niñas promoviendo su desarrollo integral. Sus objetivos secundarios son:

- Generar autoconfianza en el niño
- Desarrollo del autoconcepto
- Promover su iniciativa
- Desarrollar la laboriosidad
- Desarrollar el pensamiento crítico y lógico
- Despertar la capacidad de asombro motivándolos a explorar, intentar, hacer y jugar<sup>111</sup>.

El programa Bizbirije consideraba de gran importancia escuchar y mantenerse en contacto con los niños, por lo que desarrolló diferentes maneras de hacerlo:

- Por medio de grupos focales en los que conocen los hábitos, gustos, preferencias, valores, educación, y estructuras familiares de los niños.
- Se recibían y leían cada una de las llamadas, cartas y faxes dirigidos al programa, se clasificaban sus mensajes y se almacenaban en la base de datos llamada “niños mandan” donde se encontraban desde sus colores favoritos hasta sus dudas y cuestionamientos morales.
- Se utilizaban herramientas de la psicología del desarrollo y se integraban a investigaciones realizadas por el Canal Once.
- Se acudía a escuelas para saber la opinión de los niños sobre un tema específico. Actualmente, en Once Niños, todos los contenidos infantiles, que saldrán al aire, son probados previamente con niños en cuanto a su cercanía, pertinencia y claridad.
- Se buscaba vivir de cerca el mundo de los niños y compartirlo, ya que la mejor manera de conocer a los niños es estar muy cerca de ellos, en sus juegos, sus temores y en su vida cotidiana.

---

<sup>111</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

Se conocen lugares para niños, espectáculos para niños y se aprovecha cualquier oportunidad para estar cerca de ellos<sup>112</sup>.

Bizbirije se esforzó por transmitir un programa al mes desde algún lugar de la ciudad de México o del área metropolitana. Esto con el fin de ser un programa interactivo que obtuviera la participación de los niños. Cada mes se realizaba una convocatoria para los niños que vivían cerca del lugar de transmisión, así los niños podían participar y tenían la oportunidad de salir en televisión<sup>113</sup>.

Para los profesionales que se dedican al mundo televisivo infantil, entienden que los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Nos proporcionan una pauta para formular metas y propósitos, personales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes<sup>114</sup>.

De tal manera que en Bizbirije los valores son un tema de mucha importancia ya que, en materia de contenido, forman parte de un alto estándar de calidad que se explica en el siguiente capítulo.

### 3.1.3 VALORES EN BIZBIRIJE

Una de las funciones de Bizbirije fue la de transmitir valores que enriquecieran la vida de los niños en el momento que estuvieran viviendo: El humor, la capacidad de asombro, la diversión, la competencia (en el sentido de ser capaz), la curiosidad y la creatividad. Los valores universales que se encuentran en sus programas son: La empatía, la tolerancia, la fortaleza, la amistad, la generosidad, la paz y la honestidad. En Bizbirije no hay lugar para la violencia y la discriminación<sup>115</sup>. Se produce siguiendo la política de Canal Once: de respeto a la diferencia, a los demás, no a la violencia, el cuidado del agua, etc<sup>116</sup>.

El programa cuenta con altos estándares de calidad. Sus contenidos están pensados de manera que sean un buen ejemplo para los niños. Canal Once considera que para divertir a alguien no son necesarios los malos ejemplos<sup>117</sup>.

---

<sup>112</sup> Idem

<sup>113</sup> Mendoza A. (2001). Bizbirije dejó el foro para salir a la calle. *El Universal*, Espectáculos, 25 de febrero, p.19.

<sup>114</sup> Juan Carlos Jiménez. (2008). Definición de los valores. marzo, 2016, de Cograf Comunicaciones Sitio web: <http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>

<sup>115</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

<sup>116</sup> Idem.

<sup>117</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

Bizbirije contribuye al desarrollo humano del niño, ya que toma como punto de referencia la vida cotidiana de los niños, sus etapas de desarrollo, sus intereses, y sus preocupaciones. Para este programa, es importante que el niño encuentre modelos de actitudes y valores positivos dentro de un ambiente de afectividad. Al identificarse con el programa surge el sentido de pertenencia que fomenta la autoestima y el desarrollo del autoconcepto<sup>118</sup>.

El programa logró cumplir sus propósitos de fomentar la participación de los niños, además de funcionar como un espejo retroalimentador en el cual no sólo pueden verse, sino plantear cómo quieren verse a sí mismos y a su mundo<sup>119</sup>. Dicha situación llevó al programa a probar diferentes medidas o cambios, a lo largo de su transmisión, mismos que son enunciados en el siguiente apartado.

### 3.1.4 DESARROLLO DEL PROGRAMA

Desde la primera emisión de Bizbirije en noviembre de 1996, se produjeron y transmitieron 9 temporadas. Desde sus inicios, el programa conservó y respetó su filosofía y sus objetivos. A lo largo de los años que tuvo su transmisión, el programa tuvo diferentes cambios, tanto en la música, escenografía, lenguaje visual, entre otros. Algunos de los cambios más importantes son:

- Los niños conductores fueron cambiados porque sólo pueden permanecer en el programa tres años como máximo. Además de que no pueden ser mayores de 9 años.
- El jefe de reporteros fue cambiado en tres ocasiones: El último puesto estuvo a cargo de Mario Pérez de Alba<sup>120</sup>.

Mario Pérez de Alba, de 19 años se convirtió en el jefe de reporteros más joven de Bizbirije. El entró al programa el 3 de marzo de 2003 y fue quien sustituyó a Esteban Soberanes. El jefe de reporteros anterior fue Plutarco Haza<sup>121</sup>. Mario había sido ya conductor de Zona O en Canal Once, y posteriormente participó en el programa Zapping Zone en Disney Channel<sup>122</sup>.

- Los segmentos del programa fueron cambiados por las necesidades y preferencias de los niños. Cada temporada se produjeron segmentos diferentes.
- El tiempo de duración del programa continuamente tuvo varios cambios. En un principio duraba casi dos horas, después se redujo a una hora y a finales del año 2000 duraba solo 30 minutos.

---

<sup>118</sup> Idem

<sup>119</sup> Espectáculos. (2000). Cumple Bizbirije su cuarto aniversario. *El Universal*, 26 de noviembre, p.10.

<sup>120</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

<sup>121</sup> Frías H. (2003). Bizbirije tiene nuevo conductor. *El Universal*, Espectáculos, 18 de marzo, p.2.

<sup>122</sup> Ídem.

- El concepto creativo de programa se limitó a partir de la séptima temporada, enfocándolo a la pertenencia a través del juego de reporteros<sup>123</sup>.
- La novena temporada que se estrenó el 17 enero de 2005 y cuenta con 120 capítulos, en dónde se incluyen segmentos nuevos como: Artefactos, Mitos, Deportebiz, Efemérides, entre otros<sup>124</sup>.

El trabajo de producción del programa entendió que uno de las secciones más queridas por los niños fue la de equipo de reporteros, tanto niños como no tan niños deseaban tener su credencial de reporteros con la ilusión que un día llegaran las cámaras a su casa e hicieran un reportaje de un día de su vida.

### 3.1.5 EQUIPO DE REPORTEROS

A lo largo de su trayectoria, el equipo de reporteros de Bizbirije aumentó año con año:

En 1998 contaba con más de 52, 000 reporteros<sup>125</sup>. En el 2000 registraron 112 mil reporteros inscritos<sup>126</sup>. En el 2001 Bizbirije tenía registrados a 115 mil reporteros registrados<sup>127</sup>. A finales del año 2001, contaba con 131 mil 862 reporteros<sup>128</sup>. En el 2004 el equipo estuvo formado 174, 828 reporteros registrados en todos los estados de la república. El distrito federal es el número 1 con 100,740 reporteros. El estado de México fue el segundo lugar con 65,482. Jalisco tiene 3,501, Baja California norte tuvo 2,565 y Morelos 2,540<sup>129</sup>.

Obtuvo alrededor cerca de los 200, 000 reporteros en toda la república mexicana<sup>130</sup>. Bizbirije que empezó transmisiones a finales del año 1996 estuvo al aire por casi 14 años ininterrumpidos.

El programa Bizbirije está dirigido a niños y niñas mexicanos de seis a nueve años, aunque el programa también es visto por niños de tres o cuatro años hasta de 12 ó 13. También se recibía correspondencia de adolescentes de 17 ó 18 años que conocían el programa, se comunicaban continuamente ya que eran fervientes seguidores.

---

<sup>123</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

<sup>124</sup> Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2004). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

<sup>125</sup> Ponce R. y Terrazas A.C. (1998). “Ventana de Colores”, “Mi gran amigo” y “Bizbirije” en la programación infantil de Canal 11: Contra la violencia y la falta de contenidos. *Revista Proceso*, No. 1124, pp.68.

<sup>126</sup> Espectáculos. (2000). Cumple Bizbirije su cuarto aniversario. *El Universal*, 26 de noviembre, p.10.

<sup>127</sup> Mendoza A. (2001). Bizbirije dejó el foro para salir a la calle. *El Universal*, Espectáculos, 25 de febrero, p.19.

<sup>128</sup> Espectáculos (2001). Cumplen 5 años en Bizbirije. *El Universal*, 28 de noviembre, p.3.

<sup>129</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

<sup>130</sup> Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2016). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

Sólo se consideraban reporteros a los niños de 0 a 13 años, al pasar esta edad se les consideraba reporteros honorarios. La mayoría de los reporteros tenían entre 7 y 12 años. Bizbirije trabaja para niños y niñas de nivel socioeconómico D+ y C.



Fuente: <https://eaysvivelamercadotecnia.wordpress.com/2014/10/06/nivel-socioeconomico/>

Los reporteros fueron en su mayoría de éstos niveles. Aunque también tuvieron reporteros de clase C+ o B y de niveles más bajos<sup>131</sup>.

El éxito obtenido con el aumento de reporteros de Bizbirije se debió a que fue impactando en el contexto social y en el gusto de los niños.

---

<sup>131</sup> Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://onctv-ipn.net>

### 3.1.6 PREMIOS RECIBIDOS

Es importante mencionar que el programa Bizbirije ganó el Prix Jeneusse Internacional al mejor programa para mayores de siete años en la categoría de no ficción, otorgado por las televisoras culturales de Brasil, Pakistán, Hungría, Inglaterra, Alemania y Noruega<sup>132</sup>. También ha ganado reconocimientos en el Festival Prix Jeunesse, en los Emmys Internacionales y la BDA Internacional, entre muchos otros<sup>133</sup>.

Y eso es importante porque a nivel mundial, organismos internacionales dedicados a la producción audiovisual infantil, reconocen la calidad de las producciones de la barra infantil de Canal Once. En el siguiente apartado hablo de mi experiencia laboral en Canal Once.

---

<sup>132</sup> Ponce R. y Terrazas A.C.. (1998). “Ventana de Colores”, “Mi gran amigo” y “Bizbirije” en la programación infantil de Canal 11: Contra la violencia y la falta de contenidos. Revista Proceso, No. 1124, pp.68.

<sup>133</sup> Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2016). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

### **3.2 EXPERIENCIA LABORAL EN CANAL ONCE**

---

Las actividades que realicé durante más de 3 años en el área de producción audiovisual de Canal Once. Estudié la carrera en Ciencias de la Comunicación y me especialicé en el área de Producción. He trabajado por más de tres años en Once TV México en las distintas áreas que abarca la producción audiovisual televisiva.

Sobre mi experiencia en Once TV México, debo decir que empecé como practicante en el área de producción, posteriormente, al término de mis prácticas, me llamaron para contratarme en el año 2008. Empecé a trabajar en forma en la Barra de Once Niños. Mis responsabilidades comenzaban en la producción de campo (fuera del foro), asistiendo en las grabaciones en Locación. Es ahí donde comencé a aprender el oficio.

En Canal Once, durante mi período de trabajo en la barra de Once Niños, participé en 3 proyectos:

- a) El programa Bizbirije.
- b) El Show de los Once, 2da. Temporada.
- c) La serie Woki Tokis.

En el programa de Bizbirije así como en El Show de los Once, 2da. Temporada, mi participación fue asistiendo a la producción en diferentes áreas como: la utilería, vestuario, continuidad, asistente de dirección y algunas otras también como talento o *casting*. En la serie Woki Tokis colaboré como jefe de locaciones donde conseguía los lugares donde se grababa esta serie.

Puedo decir que mi formación laboral en producción televisiva fue en Canal Once ya que me permitió desarrollarme laboralmente y reconocer mi verdadero potencial. Cada tarea, cada reto equivalía para mí a una nueva oportunidad de crecer profesionalmente. Es muy satisfactorio el reconocimiento profesional de tus compañeros o de tus jefes, y al decir reconocimiento me refiero a cuando te lo dicen de frente o se muestran con sus actitudes envidiando tus capacidades para resolver de manera eficiente los proyectos que te asignan. En resumen, considero que una de las claves del éxito en producción es el ser eficiente y eficaz. En el siguiente apartado explico las diferentes etapas de producción en las que participé, así como las actividades que conlleva cada una de éstas.

### **3.3 ACTIVIDADES REALIZADAS EN LAS DIFERENTES ETAPAS DE PRODUCCIÓN**

Existen tres etapas dentro de la producción audiovisual y son:

- a) La preproducción.

- b) La producción.
- c) La post producción.

La Preproducción es la etapa previa a la realización, es la etapa de la planeación, es la parte de la producción más importante. Alfred Hitchcock, uno de los grandes realizadores de cine, decía que la parte más aburrida de hacer una película era la filmación y que el trabajo realmente interesante era el trabajo previo<sup>134</sup>. La preproducción es la suma de actividades relacionadas con dos aspectos fundamentales de la preparación de un programa:

- a) La elaboración del guión.
- b) La organización de la producción.

La materia principal para elaborar un programa de televisión es el guión. En el momento de seleccionar el tema y el objetivo del proyecto – el cuál inicia con la lluvia de ideas hasta estructurar un guión literario o de contenido que describirá el desarrollo de nuestro programa – simultáneamente pondremos en ejecución todos los recursos propios de la producción para realizar el programa. Es a partir de la información contenida en el guión, que conforme se va elaborando, distinguiremos las etapas útiles para planificar la producción<sup>135</sup>.

La producción es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores, lo cual implica haber llevado a cabo toda la preproducción.

La postproducción es decisiva pues implica como va a quedar conformado finalmente el programa. Es la edición, la inclusión de efectos especiales, musicalización, titulado, etc. Depende de esta etapa que el programa sea bueno o malo. Podemos tener una excelente preproducción y una buena producción, pero si la postproducción no está bien manejada, no tendrá caso haber tenido éxito en las etapas anteriores<sup>136</sup>.

En el plan de producción se determinan las diversas actividades relacionadas con cada etapa de la producción, donde algunas de las actividades se entrelazan entre sí y otras no pueden lógicamente ser realizadas con anterioridad a otras. Se determina el lugar, hora y fecha de cada actividad, así como también se reparten las actividades entre los integrantes del equipo.

El desglose de necesidades o *break down*. A partir del guión técnico del contenido, el productor y realizador deben analizar los elementos artísticos, técnicos, los lugares, las situaciones, etc,

---

<sup>134</sup> Tostado, Verónica. Manual de producción de video. p. 88

<sup>135</sup> Rivero López, Luis Miguel. Manual de producción de Televisión. p. 18.

<sup>136</sup> Tostado, Verónica. Manual de producción de video. p. 87

que se requieren para la realización; a este proceso de desglose técnico de necesidades y requerimientos del guión se le llama *break down*<sup>137</sup>.

A lo largo de más de tres años que laboré en Once TV México puedo decir que he pasado por todas las diferentes etapas de producción, desempeñando diferentes tareas y actividades. Enseguida comento algunas actividades que realicé de acuerdo a las tres diferentes etapas de producción.

En la etapa de preproducción, éstas fueron algunas de las actividades que realicé: elaboración del guión, selección del proyecto, determinación del tema y alcance del programa, así como también la elaboración del guión técnico del contenido, la organización y objetivos del equipo de producción, designar las funciones del equipo, elaborar el desglose de necesidades (*break down*). Designar los servicios a la producción, como el servicio de catering, como también hacer el presupuesto de producción, el plan de trabajo, selección de actores (casting) y la selección de lugares para grabación, entre otras.

En producción, la grabación del programa es la etapa que se espera con impaciencia por llevarla a cabo. En esta etapa parte de mis actividades fueron el repartir las tareas con los miembros del staff, grabar conforme al plan de grabación, considerar imprevistos, conocer las funciones, así como las posibilidades del equipo técnico que se utilizará en la grabación. En esta etapa, al iniciar la grabación parte de mis tareas son las de convocar una reunión de producción y el equipo de ingeniería, considerada en el plan de producción. Esta reunión se realiza en el lugar de la grabación, ya sea en un foro o en una locación, con todo el staff y equipos que intervendrán en su realización donde se informa al personal técnico y a los actores sobre el plan de grabación, explico la ubicación de los sets, el desarrollo del programa, el orden de grabación y algunas indicaciones técnicas sobre efectos especiales que se utilizarán.

Hay varias actividades que tuve que coordinar antes de la grabación, entre ellas: el maquillaje de los actores, así como la preparación técnica de varios departamentos, la terminación del montaje de la escenografía, la iluminación, colocación de micrófonos. Hay que considerar el tiempo necesario para cada actividad buscando siempre la naturalidad y originalidad que conlleva a la calidad de la producción.

En la etapa de postproducción, la principal tarea es la edición y para que ésta se lleve a cabo, algunas de las actividades que realicé fueron: calificación del material, organización del material y ensamble del video. La calificación del material se refiere a realizar una copia de la grabación que sirve de protección original, ya que, por algún manejo inapropiado del material o equipo técnico, se pudiera hacer sobre el original un corte erróneo de audio video, ocasionando la necesidad de volver a grabar la secuencia borrada o destrozada. El ensamble del video se

---

<sup>137</sup> Rivero López, Luis Miguel. Manual de producción de Televisión. p. 36.

refiere a la edición final del programa, donde integro los elementos que lo componen: imágenes, narración o diálogos, música y efectos de sonidos.

Finalmente, una vez que he mencionado las tres etapas de producción y las actividades que realicé en cada una de ellas, quiero mencionar, en el siguiente apartado, un aspecto importante de ciertas habilidades que debe poseer o desarrollar el profesional de producción en el campo de trabajo.

### **3.4 EL PROFESIONAL EN PRODUCCIÓN**

Es verdad que la producción es un trabajo en equipo de muchas personas, cuando estás en producción debes tener presente que en cualquier momento tendrás que resolver y de manera rápida cualquier problema o circunstancia que se presente además de ser dinámico y coordinar muchas veces a más de 60 personas y equipo. Requiere capacidad de mando, así como también el de delegar tareas. Para esto el jefe de producción debe estar al tanto de todos los movimientos de su staff de producción con quien cuenta. Una vez que la locación esté ambientada, saber que las luces estén listas, las cámaras en sus posiciones, que el talento esté listo respecto a sus cambios de vestuario, coordinar las escenas a grabar según el *break down*, saber que el personal de utilería está preparando el siguiente set para la siguiente secuencia, tener listo el lugar y hora del comedor para el corte a comer de la producción, entre otras cosas más.

La actividad de jefe de locaciones, dentro de la etapa de preproducción es de las que más me gustan, donde la responsabilidad principal es la de conseguir los lugares que se usan fuera de un estudio de televisión donde se realizan las grabaciones.

La tarea de un jefe de locaciones o scouter requiere cierta precisión y exige habilidades de relaciones públicas y negociación. Consiste en conseguir los lugares para la grabación fuera de un foro y éstos pueden ser tanto interiores como exteriores; así como también tramitar los acuerdos y permisos necesarios. Los lugares que se consiguen van desde inmuebles, restaurantes, centros comerciales hasta panteones, helipuertos y cuanto lugar venga a la mente.

Para el jefe de locaciones o scouter es importante manejar correctamente la imagen institucional. Es fundamental saber a quién se tiene que dirigir; qué se va a decir; cómo se va a decir, y en caso que se encuentre con una primera negativa ayudarse con técnicas de negociación, así como de persuasión, en otras palabras, siempre tener un Plan B.

Las cualidades que debe tener un buen scouter para lograr los objetivos señalados son entre otras cosas tener excelente presentación, facilidad para comunicarse y transmitir mensajes en forma clara y correcta tanto con el público interno como el externo.

Muchas veces para hacer alianzas efectivas o alguna retribución con empresas o instituciones tanto públicas como privadas, es necesario tener buena expresión oral y tener habilidades de persuasión y negociación.

También es importante la redacción, pues muchas veces al elaborar oficios, cartas compromisos o e-mails de propuestas, detallas los puntos que ambas partes delimitan y acuerdan. Un error de dedo o una palabra mal empleada puede ser un completo desastre. Siempre el productor ejecutivo debe dar el visto bueno previamente a cualquier documento en el que esté implicada la producción.

La comunicación del jefe de locaciones con el Productor, así como con el director es esencial para alcanzar los objetivos de la producción. Siendo que entre ellos coordinan la producción, entre otras cosas, y resuelven alguna limitación audiovisual que pueda atorar la realización de ésta.

En el siguiente apartado, ejemplifico algunas situaciones con las que me enfrenté, a manera de aportación, en el ámbito laboral y del cómo logré sortearlas de la mejor manera con el fin de crear un panorama al profesional de comunicación de lo que se vive en el campo de la producción.

## PROPUESTAS

---

Podría decir que la producción es sinónimo de creatividad. En producción, cuando se te pide una propuesta audiovisual para el desarrollo de un producto, es tu creatividad la que comienza a trabajar con ideas y funciona mucho mejor con una sensación que identifico como “libertad creativa” por llamarla de algún modo.

Recomiendo que el profesional en producción debe contar con habilidades como el ser sociable y facilidad para entablar relaciones, ya que, al estar en un medio de comunicación como la televisión, son de gran ayuda las relaciones públicas. Nunca sabrás cuando necesitarás del otro. A donde quiera que vayas, sea el cine, el teatro, estés en la fila de un restaurante de comida rápida, siempre puedes hacer la plática con el de alado. Te sorprendería saber cuántas personas que conocí en la calle han llegado a conducir programas de televisión o algunas que siguen conduciendo al aire que llevan terceras o cuartas temporadas de su programa, gracias a que de repente me pedían conseguir conductores para lanzamientos de determinados programas. Te invito a hacer este ejercicio de trabajar haciendo relaciones públicas.

Aclaro que en los más de tres años que laboré en canal once y que día y noche le pedía a mi jefe directo, el productor general, me diera tarjetas de presentación para desempeñar mis actividades, nunca me facilitó dichas tarjetas, sino que yo tuve que diseñarlas e imprimirlas por mi cuenta. No esperes a que alguien te resuelva, tú estás ahí para resolver.

Es verdad que estar en un medio de comunicación se maneja mucho estrés; estrés porque tienes que conseguir la entrevista con alguien y tienes un límite de tiempo o mucho peor si esa entrevista va en un programa en vivo y solo cuentas con dos días, si te va bien, para hacer la entrevista o cosas por el estilo. Si comento esto no es para asustarte ni mucho menos, sino que esto se vuelve el pan de cada día. Yo propongo que lo veas como un desafío, como algo emocionante, algo que necesitas alcanzar y una vez que lo haces vas a pasar al siguiente nivel, y así sucesivamente hasta que desees tareas que requieran mayor demanda o dificultad, algo así como las grandes ligas, por así decirlo; debo decir que siempre me ha gustado “lo difícil”, supongo porque me mueve de mi zona de confort e implica un reto.

Te doy un ejemplo con una experiencia que tuve. Por unos meses me pidieron apoyar en el área de testimonios, a un programa de la barra matutina, conocido como Diálogos en confianza. La persona encargada de ese departamento lleva muchos años y tenía problemas de salud relacionadas con el estrés por la carga de trabajo ya que no contaba con ningún personal de apoyo. Yo y otra persona fuimos asignados para apoyarla. En una reunión con la encargada del departamento de testimonios, ésta reparte los temas a tratar del calendario mensual de producción, entre las ahora tres personas encargadas de los testimonios. La directora se auto asignó un tema de problemas familiares con la suegra, a mi compañero un tema de adicciones y a mí me asigna el conseguir un testimonio para el tema de asesinos seriales, y mi tarea fue el de

llevar un testimonio al foro en un programa en vivo de un familiar de una víctima de un asesino serial... sí, y en cuatro días. Obvio puse una cara de ¿por qué me dejan esto a mí? mientras los otros, a mi manera de ver, su encomienda parecía que no requería un grado de dificultad significativo. Nunca veas un desafío como algo imposible sino como una oportunidad para crecer.

Hasta este punto, muchos se habrían vuelto locos, y yo que venía de una barra infantil, tener que indagar y conseguir un testimonio para el tema de asesinos seriales, podría desanimar a cualquiera. Es entonces donde tengo que reconocer y dar el crédito a la formación que tuve de la Universidad, a aquellas clases de metodología de la investigación que tuve y al ejercicio de esta metodología que hice a lo largo de la carrera, fue que me dieron las bases para cumplir con esta encomienda. Me dio lo necesario para buscar en periódicos información sobre asesinos seriales contemporáneos, ubicar las colonias donde realizaban sus operaciones, conocer su *modus operandi*, etc. Fue así como llegué a una colonia y empecé a tocar de puerta en puerta, hablar con vecinos, preguntar hasta dar con el familiar de una víctima de un asesino serial, un chico de 25 años aproximadamente, nieto de la víctima, una mujer de la tercera edad asesinada por una mujer que se hacía pasar por enfermera, conocida como la *mata viejitas*.

Otro punto importante es que el profesional en comunicación, que trabaje en un medio masivo como la televisión, debe tener una alta habilidad de negociación. Pongo el ejemplo anterior, ya localicé al familiar de la víctima del asesino serial, ahora ¿cómo hago para convencerla de que vaya a un programa de televisión y exponga el caso del asesinato de su abuelita a la televisión donde miles de personas verán el programa? No es nada fácil, pero no imposible. Quiero decir que, personalmente, si yo estuviera en el lugar de este chico, no iría a exponer esta amarga experiencia a la televisión. Pero nuestro trabajo es conseguir los objetivos que nos asignan, entre ellos me correspondía convencer a que este chico fuera al programa de televisión y contara su testimonio. Me gustaría añadir que cuando trabajas en un canal del estado donde los recursos son limitados pareciera que es doblemente difícil esta labor.

Cuando llegué a tocar a la casa donde el chico vivía, enseguida me di cuenta que, al asomarse por su ventana de un primer piso, le llamó la atención ver la camioneta con el logotipo de Canal Once, entonces me presenté y él de manera sorprendida, me preguntó cómo fue que yo me enteré del acontecimiento de su abuelita así del cómo fue que ubiqué su casa. Enseguida le enseñé una copia de una nota de un periódico que hablaba del tema en el que se señalaba la colonia donde ocurrió el asesinato, así como el nombre de la víctima. Pistas más que suficientes para dar con su casa. Una vez que hablé con claridad y seguridad de lo que yo buscaba, me invitó a pasar a su casa y mientras hacía el recorrido junto con él en su casa, me iba contando el *modus operandi* de la asesina. Yo solo lo escuchaba e interactuaba un poco en la conversación.

El chico me invitó a una habitación, donde tenía un estudio improvisado de edición de audio, me hizo preguntas relacionadas con la edición del sonido. Le dije que lo podía invitar a dar un recorrido al canal y en especial a las salas de edición. Le encantó la idea, añadí que le presentaría al jefe del área de edición. Esa fue la clave para que él aceptara a ir al foro para hablar del tema. La mejor negociación es cuando ambas partes ganan, *Ganar-Ganar*.

Más que hablar de una propuesta audiovisual me concentré en hablar sobre las habilidades que el profesional en comunicación, que se especializa en producción audiovisual, en un medio masivo, ya sea la televisión o algún otro; debe tener y desarrollar. Mi propuesta es el de brindar esas herramientas que van formando el oficio de una manera casi a la par del carácter que se necesita para afrontar los retos que se le presenten al profesional en producción en su día a día.

## CONCLUSIONES

---

Es de suma importancia mencionar los niveles de comunicación en un medio de comunicación de masas, como lo es la televisión, ya que este tipo de comunicación es responsable de darnos puntos de vista de los acontecimientos, temas y personas de ámbitos o culturas diferentes a la nuestra, lo que nos permite conocer lo que está pasando en lugares distantes, así como aprender puntos de vista de otras personas y culturas en las que no tenemos un contacto directo. Con esto, me permite ubicar el desarrollo de la producción televisiva al hacer un breve esbozo de la historia de la televisión en México, y con ello identificar los diferentes géneros televisivos como: el informativo; el documental, de revista; entre otros, así como el impacto de las barras de programación como: la barra infantil, la barra matutina, barra informativa; entre otras, con el fin de satisfacer en el consumo del público con sus diferentes intereses.

Un ejemplo del programa Bizbirije, es que incluye diferentes géneros en su formato, como el informativo o el documental, debido a la gran matrícula de reporteros Bizbirije, éstos han sido galardonados por sus habilidades en la observación, investigación y reportaje.

Algunas de las categorías en las que los pequeños reporteros Bizbirijes han sido galardonados son: Reportera experta en sacar la sopa; Reportero que más reporteros inscribió; Reportaje más largo; Club de reporteros más grande y reportero experto en Bizbirije.

Hablar de la historia del Canal Once, de su funcionamiento; del cómo lleva a cabo su financiamiento y patrocinios, impacta en el aprendizaje del profesional en comunicación que se especializa en producción televisiva ya que en el ejercicio de esta profesión encontraremos situaciones donde, al ser un canal público, la producción necesitará crear algún convenio o intercambio de tipo comercial ya sea con otras instituciones, iniciativa privada o diferentes asociaciones civiles. Debemos entender los lineamientos y normatividad referente al patrocinio del Canal Once, en mi caso; ya que, al momento de hacer una negociación, por ejemplo; con una empresa privada, ésta muchas veces te permite grabar en sus instalaciones o entrevistar a su personal a cambio de diferentes peticiones, algunas de éstas, solicitan que se mencione el nombre de su marca durante la grabación o que visualmente se vean los logotipos de la misma.

Es por eso, muy importante cuidar la congruencia que proyecta el Canal Once con sus programas, no podemos grabar un programa de cultura con la entrevista de un artista plástico reconocido y al mismo tiempo interrumpirla por hacer mención de agradecimiento a la marca de un café que nos prestó las instalaciones para su realización. En mi experiencia lo único que se ofrece es la mención de la marca en créditos finales del programa, así como el manejo visual de sus instalaciones, solo eso. Canal Once se maneja con la bandera de un canal “cultural” sin fines de lucro y la realización de este tipo de programas fomentan y enriquecen la cultura y conocimiento a la sociedad. Es por eso que considero de suma importancia el conocer de Canal Once, sus partidas presupuestarias o los patrocinios comerciales, el manejo de sus recursos, de los costos

y de la inversión. En general es un tema que no se puede dejar de lado al producir un programa, así como ampliar y mostrar lo que está permitido negociar para la realización de éstos.

Es importante hacer mención de la multi premiada barra infantil del Canal Once, puesto que la trascendencia de esta barra fortaleció mi aprendizaje. En éste espacio tuve mi primer acercamiento a la producción profesional lo cual, me permitió ganar experiencia en todas las etapas de la producción televisiva como la preproducción, la producción y la post producción, misma que me permite compartir algo en este informe. Del mismo modo, propongo un mayor número de programas de vinculación de prácticas profesionales entre los estudiantes de la Universidad con medios de comunicación.

Para concluir, mi informe de experiencia profesional, se puede visualizar en estos tres capítulos; en el primero hablo sobre los principios de la comunicación y su importancia para entender lo que implica el manejo de un “mensaje”; así como un breve esbozo de la historia de la televisión en México y doy énfasis a la televisión del estado. En el segundo capítulo, hablo sobre los orígenes y desarrollo del Canal Once, su ley Orgánica que habla sobre la forma en que obtiene recursos y patrocinios que considero de suma importancia conocer sus normas y lineamientos que lo rigen. En el último capítulo hablo sobre mi experiencia profesional en producción de la barra infantil de Once Niños de Canal Once, hablo del programa infantil Bizbirije así como la importancia y responsabilidad que debe tener el medio de comunicación para el desarrollo de programas infantiles en cuestión de valores que proyecta.

Hago mención de algunos conocimientos adquiridos en las diferentes etapas de la producción que son: la preproducción, la producción y la postproducción y de esta manera puedan servir de ejemplo para las siguientes generaciones. Tanto en el desarrollo de contenido como en la intención de aportar al profesional de comunicación que se especializa en producción audiovisual en medios masivos como lo es la televisión, mostrar un panorama, basado en experiencias propias de lo que es la producción televisiva, en el día a día, así como todo lo que implica el llevar a cabo un plan de producción, las herramientas que se necesita en cuestión no solo de recursos técnicos o humanos sino también de ciertas habilidades gerenciales que, si ya se cuentan con ellas, entonces desarrollarlas. Por ejemplo: en preproducción, con una de las etapas también importantes como lo es la selección de actores (*casting*). Los programas de televisión necesitan casi siempre la participación de actores, locutores, presentadores, etcétera, regularmente existe un procedimiento a fin de encontrar estos actores, el idóneo en la representación de estos papeles, o sea, el *casting*. Se convoca públicamente a los actores por el productor, realizador y director de escena, para llevar a cabo una prueba de su capacidad histriónica frente a cámaras, especificando las características y rasgos singulares de los participantes.

En producción al momento de preparar una grabación, aprendí sobre la iluminación y el reconocimiento de las fuentes luminosas ya que es necesario considerar el tipo de fuente a utilizar. Su potencia, intensidad, campo luminoso, los colores de la escenografía, el vestuario, las facciones de la persona, el color de tez, pelo y la forma de su peinado; o en el caso de ser un

objeto, su forma, color textura, sin olvidar el ambiente que deseamos crear, ya sea dentro de un foro de grabación, así como en exteriores.

De tal modo, en postproducción, antes de iniciar cualquier edición, al grabar numerosas imágenes tenemos que escoger las mejores y en esta profesión es básico entrenar nuestra vista y nuestro pensamiento para la construcción mental de las imágenes que participarán en nuestro programa. Ésta habilidad se irá adquiriendo con la práctica y con la sensibilidad que vamos desarrollando día a día.

Un elemento fundamental que quiero resaltar es que desafortunadamente cuando estudié la carrera de comunicación con especialización en producción fue muy poca la práctica que tuve y fue hasta que laboré en Canal Once cuando experimenté lo que es la producción audiovisual de manera práctica y la que verdaderamente me hizo sentir un profesional en el área de producción.

Considero indispensable solicitar a la Universidad ofrezca más opciones de programas de vinculación con empresas e instituciones públicas y privadas que permita a los estudiantes desarrollar sus habilidades y competencias en los medios de comunicación, así como invito a las siguientes generaciones de alumnos a no esperar que la universidad los lleve de la mano y busquen espacios donde verdaderamente practiquen y no se quede en solo realizar actividades como el sacar copias y llevar encargos.

Este informe es ejemplo de una realidad que viví y que demuestra que se puede desarrollar de manera exitosa el egresado de la Universidad cuando logra conjuntar conocimientos, interés, motivación y búsqueda por una realización profesional completa y enriquecedora.

Pienso que es importante para los estudiantes de producción que no desaprovechen el hacer sus prácticas o servicio social en medios de comunicación o en un área relacionada con la producción audiovisual. Muchos compañeros cayeron en el error de hacer su servicio social en una mediateca, o instalando cañones de proyección en salas de juntas, o en otros lugares que no tenían nada que ver con la producción audiovisual. Así que recomiendo al estudiante de comunicación o al egresado de esta carrera tener siempre la iniciativa, adelantarse, probar, intentar, siempre vendrán tropiezos, pero éstos hay que usarlos para aprender y levantarse nuevamente.

Conozco personas que querían estudiar comunicación y especializarse en televisión, y que de alguna manera lograron entrar como ayudantes de asistentes de producción, solo para conocer más del medio y darse cuenta si les gustaba o no y entonces aventurarse a estudiar la carrera. A varios no les gustó, a otros les encantó. Yo propondría al profesional en comunicación, que conozca y pruebe todas las actividades que abarca la producción y cuando encuentre una que le guste se especialice de lleno en ésta. Ya sea la edición audiovisual, la elaboración de guiones, el desarrollo visual y de animación, locaciones, etc.

Finalmente, durante la elaboración de este trabajo de recepción, encontré tres preguntas que pueden desarrollarse en el ámbito profesional. La primera, ¿Qué pasa con la formación de los estudiantes de comunicación del área de producción después de realizar sus prácticas profesionales? La segunda, en el ámbito técnico en producción ¿porqué se da poca preparación a los estudiantes de la Universidad en los talleres de televisión respecto al tema general de la narrativa audiovisual y particularmente al subtema de la realización audiovisual? Finalmente, la tercera cuestión, sobre la regulación de la publicidad durante la transmisión de programas televisivos para la audiencia infantil, así como el contenido de valores que proyectan estos programas para esta audiencia.

Curiosamente, la programación destinada a los niños cuida muchos de estos aspectos, sin embargo, en la publicidad que se dirige a los mismos, si bien se intuye una mayor sensibilidad, aún se encuentra una tendencia mayor a seguir la segunda línea, la del miedo, la vanidad y el deseo.

Sin embargo, queda la cuestión delicada de la publicidad insertada en medio de estos bloques, y es que, mientras la mente de los programadores y creadores de contenido de estos programas infantiles tiende a dar respuesta a estas cuestiones social; los publicistas siguen manteniendo formatos estereotipados en los que las niñas juegan con muñecas y los chicos con “cochecitos”.

Los profesionales que se dedican al mundo televisivo son conscientes del poder seductor de la emoción, que este medio transmite con más fuerza, como lo es la televisión. Así como también son conscientes de que el niño no tiene aún las herramientas necesarias adquiridas para enfrentarse de manera competente a esos mensajes. Cuestionamientos que se quedan en el tintero para futuras investigaciones.

## FUENTES DE CONSULTA

---

### BIBLIOGRAFÍA

Fernández Collado, Carlos. La comunicación humana. México. McGraw-Hill, 1988.

Berlo, David. El proceso de la comunicación. México. Ediciones El Ateneo, 1985.

César Galeano, Ernesto. Modelos de comunicación. Buenos Aires. Ediciones. Macchi, 1997.

Wright, Charles. Comunicación de masas. México. Paidós, 1986.

González Treviño, Jorge. Televisión y comunicación. México. Alhambra, 1992.

Rivero López, Luis Miguel. Manual de producción de Televisión. p. 18.

Quijada Soto, Miguel Ángel. La televisión. México. Trillas, 1986.

Alcázar, Josefina. La cuarta dimensión del teatro. México. Instituto Nacional de Bellas Artes, 1998.

Orozco, Guillermo. Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Madrid. Universidad Iberoamericana y Ediciones de la Torre, 1996.

Tostado, Verónica. Manual de producción de video. p. 88

Instituto Politécnico Nacional, Historia del IPN, Mimeo, México 1992.

Miguel Ángel Granados Chapa. La Televisión de Estado. En busca del tiempo perdido, en *Nueva Política*, núm. 3, vol. 1, México, 1976.

Javier Esteinou M., La televisión mexicana ante el modelo de desarrollo neoliberal, Fundación Manuel Buendía. México, 1991

Miguel Sabido, Cuadernos, núm. 1. Editorial Siglo XXI. 1976.

Jorge E. González. Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico. Alhambra, México. 1994.

Emili Prado y Amparo Huerta. Medición de audiencias televisivas; un universo en crisis, en *Comunicación social/Tendencias*. Fundesco, España, 1993.

Fuentes, Gloria. Avances técnicos, innovaciones y conquistas en Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión. SCT. México, 1988.

## INTERNET

Instituto Politécnico Nacional. (marzo, 2004). Obligaciones de transparencia . diciembre, 2015, de IPN Sitio web: <http://www.transparencia.ipn.mx>

Instituto Politécnico Nacional. (abril, 2011). Obligaciones de transparencia . diciembre, 2015, de IPN Sitio web: <http://www.transparencia.ipn.mx>

Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2000). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 11 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 011](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_011).

Canal Once. (noviembre 01, 2001). La televisión que queremos para los niños. junio 15, 2014, de Boletín de prensa Sitio web: [http://www.oncetv-ipn.net/acercade/boletin\\_021.htm](http://www.oncetv-ipn.net/acercade/boletin_021.htm)

Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2004). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

Instituto Politécnico Nacional. (febrero, 2000). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 20 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 020](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_020).

Instituto Politécnico Nacional. (octubre, 2002). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 69 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 069](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_069).

Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2003). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 82 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 082](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_082).

Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2004). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 122 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 122](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_122).

Instituto Politécnico Nacional. (octubre, 2010). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 370 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 370](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_370).

La Jornada. (diciembre, 2003). Canal Once no tiene censura, pero tampoco recursos: Di-Bella. noviembre, 2015, de Espectáculos Sitio web: <http://www.jornada.unam.mx/2003/12/05/08an1esp.php?origen=espectaculos.php&fly=2>

Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2004). Acerca de Canal Once. diciembre, 2015, de Boletín 107 Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/boletín 107](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletín_107).

catarina.udlap.mx. (Septiembre, 2013). Canal Once Retro. Diciembre, 2015, de Caricaturas que marcaron nuestra infancia Sitio web: [http://canalonceretro.blogspot.mx/2013/09/bizbirije\\_2.html](http://canalonceretro.blogspot.mx/2013/09/bizbirije_2.html)

Canal Once. (noviembre 25, 1996). Bizbirije. 2014, de Bizbirije Sitio web: <http://oncetv-ipn.net>

Canal Once. (octubre 28, 2015). Código de Patrocinios. 2016, de Código Ética Transmisión Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/docs/autorregulacion/CodigoPatrociniosDG-DPA-12\\_00.pdf](http://oncetv-ipn.net/docs/autorregulacion/CodigoPatrociniosDG-DPA-12_00.pdf)

Canal once. (2010). cobertura. 2015, de sobre canal once Sitio web: <http://oncetv-ipn.net/sobre-canal-once/>

Instituto Politécnico Nacional. (enero, 2016). Sobre Canal Once. diciembre, 2015, de Canal Once Sitio web: [http://oncetv-ipn.net/acerca de canal once/index](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index).

Juan Carlos Jiménez. (2008). Definición de los valores. marzo, 2016, de Cograf Comunicaciones Sitio web: <http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>

## **PERIÓDICOS**

Alcántara C. (2002). Pretende Once Niños, enseñar y entretener. *El Universal*, Ciudad, 17 de julio, p.2.

Espectáculos. (2000). Urge den a Bizbirije “una manita...o un zarpazo de gato”. *El Universal*, 13 de noviembre, p.8.

Espectáculos. (2000). Cumple Bizbirije su cuarto aniversario. *El Universal*, 26 de noviembre, p.10.

Espectáculos (2001). Cumplen 5 años en Bizbirije. *El Universal*, 28 de noviembre, p.3.

Espectáculos. (2002). Premia la UNESCO a Once Niños. *El Universal*, 9 de octubre, p.4.

Espectáculos. (2002). Once Niños busca más premios. *El Universal*, 18 de octubre, p.16.

Frías H. (2003). Bizbirije tiene nuevo conductor. *El Universal*, Espectáculos, 18 de marzo, p.2.

Hernández Cerda E. (2002). Aspira Once Niños a premio internacional. *El Universal*, Espectáculos, 27 de septiembre, p.8.

Hernández Cerda E. (2002). Bizbirije: Seis años de enseñar y de entretener a los peques. *El Universal*, Espectáculos, 24 de noviembre, p.8.

Mendoza A. (2001). Bizbirije dejó el foro para salir a la calle. *El Universal*, Espectáculos, 25 de febrero, p.19.

Espectáculos. (2000). Cumple Bizbirije su cuarto aniversario. *El Universal*, 26 de noviembre, p.10.

## REVISTAS

- Toussaint F. (1991). Los niños y la tele. *Revista Proceso*, 746, p.61.
- Toussaint, F. (2002). Nuevos canales en Canal Once. *Revista Proceso*, No. 1353, pp.92-93.
- Toussaint F. (2002). Del Once y el 22. *Revista Proceso*, No. 1361, pp.85-86.
- Toussaint F. (2003). Una mirada profunda. *Revista Proceso*, No. 1406, p.69.
- Toussaint F. (2000). Actualidad de las televisoras culturales. *Razón y Palabra*, No.19.
- Toussaint F. (1992). Nuevos programas en Canal Once. *Revista Proceso*, No. 1353, p.92.
- Debate, Presiones del mercado y crisis de identidad ponen en riesgo la viabilidad de la TV oficial, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 23, año 3, México, 1990.
- Alberto Lozoya, La TV estatal en México: notas sobre un intento. *Colegio de México*, núm. 3, vol.14, México, 1974.
- Ponce R. y Terrazas A.C. (1998). “Ventana de Colores”, “Mi gran amigo” y “Bizbirije” en la programación infantil de Canal 11: Contra la violencia y la falta de contenidos. *Revista Proceso*, No. 1124, pp.68-71.
- Vértiz C. (2002). La barra Once Niños, finalista internacional. *Revista Proceso* No. 1334, pp.78-79.

## DOCUMENTOS

- Canal Once. Informe de actividades 1991 -1994, 28 p.
- Canal Once. Monografía, 172 p.
- Canal Once. Plan Innovador 2002, s/p.
- Canal Once. Reporte anual 1999, 33 p.
- Instituto Politécnico Nacional. Canal Once Memoria, 1959 -1982, 146 p.
- Instituto Politécnico Nacional. Canal Once. Memoria 1991-1994.
- Instituto Politécnico Nacional. Canal Once. Memoria 1999.

Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional.

Reglamento Orgánico del Instituto Politécnico Nacional.

## **TESIS**

Fuentes Lara, Marcia de las. La Televisión como medio de educación infantil. Tesis para obtener el título de licenciatura, FCPyS. UNAM. México. El autor, 1982.

Nájera Espinoza, Ozziel. La sombra de occidente: el mito del vampiro. Tesis para obtener el título de licenciatura, FCPyS. UNAM. México. El autor, 2003.

Tenorio Herrera, Guillermo. Elementos básicos para el estudio, análisis y crítica de la televisión mexicana. Tesis para obtener el título de licenciatura, FCPyS. UNAM. México. El autor, 1977.

Pretelin Eguizar, Rosa Natividad. La audiencia de la televisión pública: los *rating* de Canal Once durante 1998. Tesis para obtener el título de licenciatura, FCPyS. UNAM. México. El autor, 2003.

Montoya Hernández, Dalia. Perfil de Canal Once, XEIPN-TV: retos y perspectivas, 1958-2001. Tesis para obtener el título de licenciatura, FCPyS. UNAM. México. El autor, 2002.

Jiménez Osornio, Mónica. Los patrocinios dentro del proceso de globalización (Canal Once). Tesina para obtener el título de licenciatura, FCPyS. UNAM. México. El autor, 1998.