

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PRODUCCIÓN, PROGRAMACIÓN Y AUDIENCIA
DE LA BARRA INFANTIL DE CANAL ONCE
DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL:
ONCE NIÑOS

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESPECIALIDAD EN PRODUCCIÓN
P R E S E N T A :
JENNY ISABEL GARCÍA VERGARA

ASESOR: MAESTRA NEDELIA ANTIGA TRUJILLO



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

A mis ángeles:
Isabel y Francisco,
Luli y Agustín (t),
Paco, Sandy y J.,

por estar siempre
presentes.

Gracias

... a la Universidad Nacional Autónoma de México, con especial atención a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y a los profesores que contribuyeron a mi formación profesional.

... a Canal Once, especialmente a l@s Once Niñ@s, porque me permitieron ser parte de un gran proyecto y retribuirles con este trabajo.

... a María Luisa Castro Sariñana por las enseñanzas y por la oportunidad de experimentar la comunicación.

... a Nedelia Antiga por guiar, compartir y creer en este proyecto.

... a los profesores que revisaron y con sus observaciones enriquecieron la investigación: Fernando Gonzáles Casanova, René Ramos Palacios y Ricardo Balcázar.

... a las familias Vergara Espinosa y García Mora, porque incondicionalmente están a mi lado.

... a los amigos y hermanos que el camino me ha regalado. Gracias por compartir momentos llenos de infancia.

... y sobretodo, a los niños que iluminan el mundo con su sonrisa y nunca se privan de danzar.

Índice

	Página
Introducción	3
1. Televisión infantil	8
1.1 La comunicación	8
1.1.1 Niveles de comunicación	11
1.2 La televisión	14
1.2.1 Historia	15
1.2.2 Características	18
1.2.3 Funciones y géneros	20
1.3 Desarrollo cognitivo y discurso audiovisual	26
1.3.1 La teoría de Jean Piaget	27
1.3.2 Atención y comprensión del discurso audiovisual	38
2. Canal Once del IPN	45
2.1 Esbozo histórico 1959 -2003	46
2.2 Régimen jurídico	64
2.3 Financiamiento	67
2.4 Cobertura	70
3. Once Niños	76
3.1 Antecedentes	76
3.1.1 Ventana de Colores	77
3.1.2 Zona O	80
3.2 De ¡Imagínate! a Contacto	89
3.3 Audiencia	106
3.4 Segmentos	115
3.4.1 Recursos técnicos	115
3.4.2 Presentadores	117

3.4.3 Periscopio	118
3.4.4 Once Libros	121
3.4.5 Pregunta de la semana	122
3.4.6 Contacto móvil	123
3.4.7 Juegos	123
3.5 Programación	125
3.5.1 Preescolares	133
3.5.2 Prime Time	136
3.5.3 Fin de semana	142
4. Tipología de análisis	148
4.1 Periscopio	149
4.2 Once Libros	151
4.3 Contacto móvil	153
4.4 Propuesta	155
Conclusiones	157
Glosario	161
Anexos	
1. Decreto por el que la Secretaría de Educación Pública utilizará a Canal Once para transmitir programas de índole educativo	163
2. Resultados del 1er Encuentro de Canal Once con sus Televidentes	166
3. Resultados del 2º Encuentro de Canal Once con sus Televidentes	168
4. Resultados del 3er Encuentro de Canal Once con el Televidente y no Televidente	170
5. Código de ética de Canal Once	172
6. Código de ética de Once Niños	177
7. Bizbirije. Lineamientos de producción	188
Fuentes	192

Introducción

Once TV “la televisora de servicio público más antigua de América Latina”¹, fundado en 1958, es uno de los dos canales culturales “perteneciente al gobierno federal (...) a través del Instituto Politécnico Nacional el cual se encuentra a su vez dentro del organigrama de la Secretaría de Educación Pública.”²

Desde su creación, el contenido de la programación de Once TV ha tenido un enfoque cultural. “...10 años después de haberse fundado Canal Once, un decreto presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación, con fecha 2 de agosto de 1969, dispuso que esta televisora fuera utilizada exclusivamente para emisiones de carácter educativo, cultural o de orientación social, teniendo en aquel entonces a la SEP como encargada de la realización de los programas.”³

De acuerdo a su función social, la programación de Once TV “responde a los intereses de una amplia gama de segmentos de la sociedad mexicana. (...) Niños, jóvenes, adultos y gente de la tercera edad encuentran siempre en esta emisora ofertas de programación que satisfacen sus gustos y necesidades informativas.”⁴

La programación infantil “constituye un capítulo ineludible de toda programación televisiva diaria. Los espacios dedicados a los menores y a los jóvenes pueden adquirir las más diversas formas y opciones. Caben aquí, por igual, tanto los programas de contenido didáctico, formativo, educativo, como los de mero entretenimiento y distracción, y los programas de tipo participativo, como concursos y similares.”⁵

¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/acerca.htm (febrero, 2004)

² Toussaint, Florence. Ob. Cit., p. 81.

³ Barragán Cruz, Lorena. Bizbirije: una alternativa educativa de la televisión infantil, p. 38.

⁴ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/acerca.htm (febrero, 2004)

⁵ Soler, Llorec. La televisión, una metodología para su aprendizaje, p. 139.

En Once TV la programación infantil está contenida en Once Niños, que se define así 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.”⁶

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.”⁷

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, en donde todo está cuidadosamente pensado y diseñado para los niños, hasta los cortes de canal.”⁸

Uno de los motivos para realizar la investigación sobre Once Niños, es mi interés profesional en medios audiovisuales dirigidos a niños. Seleccioné Once TV por ser la televisora abierta que produce el mayor porcentaje (46%) de sus contenidos para este público.

El interés personal que me llevó a elaborar la Tesis acerca de la barra infantil de Once TV, surge gracias a la realización del servicio social en las Coordinaciones de Programación e Investigación de Once Niños.

La presente investigación ofrece la descripción de los segmentos y programas que integran Once Niños. Partiendo del hecho de que el público de la

⁶ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (febrero, 2004)

⁷ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/acerca.htm (febrero, 2004)

⁸ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (febrero, 2004)

barra es fundamental para el desarrollo de la misma, se presenta un análisis sociodemográfico de la conformación de la audiencia.

El estudio parte de la siguiente hipótesis: Once Niños es exitoso, entre otros factores, porque es un espacio de expresión para los niños, porque promueve en ellos la curiosidad y la inquietud por descubrir el mundo; pero, fundamentalmente porque el segmento de población al que va dirigido tiene acceso exclusivamente a la televisión abierta, lo cual reduce sus opciones televisivas.

La hipótesis quedó comprobada al realizar el análisis de audiencia, el cual reveló que la mayoría de los pequeños que ve Once Niños pertenecen al nivel socioeconómico bajo alto, bajo y medio. De aquí se deduce que no cuentan con televisión de paga (cable o satélite) en sus hogares.

La utilidad metodológica del trabajo es la elaboración de la tipología de análisis del discurso televisivo, a partir de la cual se proponen una serie de recomendaciones que tienen como objetivo adecuar el mensaje audiovisual al nivel de desarrollo cognitivo de los niños.

La principal limitación de la investigación, es que la descripción de los segmentos, programas y las constantes metodológicas sólo son válidas para la muestra seleccionada, es decir, para el mes de febrero de 2004. A los niños les gusta lo inesperado, novedoso y contrastante. Esta es la razón por la cual la barra evoluciona constantemente.

Con el propósito de responder a los aspectos teóricos, la investigación documental esta fundamentada en textos de televisión infantil, de psicología evolutiva y de producción de televisión; así como tesis, artículos de periódicos y revistas especializadas.

La investigación de campo consistió en la realización de entrevistas al productor, a la directora de programación, a la coordinadora de investigación y a la coordinadora de difusión de Once Niños.

Con el objetivo de elaborar el análisis audiovisual, se grabó diariamente Once Niños durante el mes de febrero de 2004.

En el primer capítulo se define el concepto de comunicación; se revisa la historia de la televisión y sus características; así como la teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget y sus implicaciones en la investigación de la televisión infantil.

En el segundo se contempla la historia de Canal Once, el régimen jurídico bajo el cual opera, sus mecanismos de financiamiento y cobertura. El tercer capítulo describe ampliamente la programación, estructura y audiencia de la barra infantil de Once TV.

Finalmente, en el último capítulo se realiza el análisis audiovisual de tres segmentos de Once Niños: **Periscopio**, **Once Libros** y **Contacto Móvil**, a partir del cual se proponen una serie de recomendaciones.

1

TELEVISIÓN INFANTIL

1. Televisión infantil

En el presente capítulo se define el concepto de comunicación, así como los elementos que integran el proceso y los niveles en que ésta tiene lugar. Posteriormente se revisa brevemente la historia de la televisión, las características del medio y los géneros. Finalmente el último apartado está destinado a la teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget y las investigaciones que la relacionan con la producción de televisión para niños.

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.”¹

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.”²

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 *comunicar* y *comunicación* 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*. “³

¹ Fuentes Lara, Marcia de las. La televisión como medio de educación infantil, p. 1.

² Schramm, Wilbur. *Cómo funciona la comunicación* en Fernández Collado, Carlos, La comunicación humana, p. 25.

³ Nájera Espinosa, Ozziel. La sombra de occidente: el mito del vampiro, p. 13

De esta forma, *comunicar* comienza a significar *transmitir*. “Es así como trenes, teléfonos, periódicos, radio y televisión se convierten sucesivamente en *medios de comunicación*, esto es, medios para pasar de **A** a **B**. Este sentido es el que persevera en todas las acepciones francesas actuales.”⁴

La evolución del término inglés es equivalente. La palabra surge en la lengua inglesa en el siglo XV derivada de la raíz latina *communis*. “El vocablo es casi sinónimo de *comuni3n* y expresa el acto de compartir, de participar en com3n. A fines del siglo XV, *communication* se convierte tambi3n en el objeto que se participa en com3n. Con el crecimiento de los medios de transporte en el siglo XVII el t3rmino se pluraliza y se comienza a utilizar para denominar carreteras, canales y, m3s tarde, ferrocarriles. Durante el primer tercio del siglo XIX, esta expresi3n comienza a designar a las industrias de la prensa, cine, la radio y la televisi3n.”⁵

La comunicaci3n consiste en la acci3n de transmitir y a su vez, compartir informaci3n, ideas o actitudes; esto es, establecer algo en com3n con alguien. Adem3s la comunicaci3n humana es, de acuerdo a Guillermo Tenorio, un acto racional, consciente e intencional, condicionado y determinado por el contexto sociopol3tico imperante en un momento y espacio dados.

“Lo de racional, consciente e intencional, se refiere a la situaci3n de que la comunicaci3n humana es un producto social, adquirido cuando desapareci3 el instinto gregario y en su lugar surgi3 la conciencia social; junto con ello, tambi3n se dio el uso de un c3digo –lenguaje o conjunto de signos- cuyo origen es estrictamente cultural, y ning3n animal, hasta ahora, lo ha creado y utilizado.”⁶

⁴ Ídem.

⁵ Ídem., p. 14.

⁶ Tenorio Herrera, Guillermo. Elementos b3sicos para el estudio, an3lisis y cr3tica de la televisi3n mexicana, p. III.4.10.

David K. Berlo advierte que la comunicación es un proceso; es decir, un fenómeno que presenta transformaciones a través del tiempo. “Si definimos algo como proceso también estamos significando que este algo carece de principio, de fin o de una secuela fija de acontecimientos; que no es estático, no descansa; que se halla en movimiento.”⁷

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.”⁸

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.”⁹ 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.”¹⁰ Para obtener éxito en la comunicación, los mensajes se construyen en un código común al emisor y al receptor.

Harold D. Lasswell en 1948 introdujo un elemento más al proceso comunicativo: la retroalimentación; es decir, el impacto o respuesta que el

⁷ Berlo, David. El proceso de la comunicación, p. 19.

⁸ Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III.4.9.

⁹ Berlo, David. Ob. Cit., p. 19.

¹⁰ Schramm, Wilbur. Ob. Cit., p. 3.

mensaje genera en el receptor. Ésta puede ser explícita o implícita. Las primeras son aquellas que son expresadas como tales por el receptor. “Las implícitas son aquellas respuestas que no son formales, sino que expresan la adhesión o rechazo a lo que se comunica, mediante las conductas que adopta el receptor.”¹¹

Claude Shannon incorporó el factor ruido, refiriéndose a las perturbaciones que impiden el funcionamiento correcto del proceso de comunicación. El ruido puede ser de tipo técnico (interferencia en la radio, “nieve” en la pantalla de TV, etcétera) o no técnico (aquel que proviene del contexto psicosocial).

1.1.1 Niveles de comunicación

Conforme al número de sujetos participantes y al medio utilizado; el proceso de comunicación puede clasificarse en seis niveles o tipos de comunicación: intrapersonal, interpersonal, intragrupal, intergrupala, masiva y social.¹²

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, y coadyuva a planear la estrategia manipulativa presente en cada intención comunicativa.”¹³

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.

¹¹ César Galeano, Ernesto. Modelos de comunicación, p. 119.

¹² Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III.4.12.

¹³ Ídem, p. III.4.13.

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.”¹⁴

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.”¹⁵ Los grupos pueden ser familiares, laborales, amistosos, de esparcimiento, religiosos, políticos, etcétera.

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 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.”¹⁶

La comunicación intergrupal 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.

¹⁴ Ídem.

¹⁵ Ídem., p. III.4.14.

¹⁶ Ídem.

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.”¹⁷

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.”¹⁸

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.”¹⁹

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.”²⁰

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.”²¹ Además de que la sociedad, como cualquier otra unidad de

¹⁷ Wright, Charles. Comunicación de masas, p. 9.

¹⁸ Schramm, Wilbur. Ob. Cit., p. 16.

¹⁹ Ídem.

²⁰ Ídem, p. 18.

²¹ Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. I.37.

comunicación, decodifica, interpreta y codifica. “Decodifica el medio ambiente, interpreta lo que ha decodificado, llega a un consenso para llevar a cabo cierta política y finalmente transmite nuestra cultura a sus nuevos miembros.”²²

1.2 La televisión

“En 1900 surgió el término *televisión*, que tuvo su origen en la fototelegrafía.”²³ 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 *tele* (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.”²⁴

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.”²⁵

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.”²⁶

²² Schramm, Wilbur. Ob. Cit., p. 19.

²³ González Treviño, Jorge. Televisión y comunicación, p. 17.

²⁴ Quijada Soto, Miguel Ángel. La televisión, p. 15.

²⁵ Citado por Josefina Alcázar en La cuarta dimensión del teatro, p. 63.

²⁶ Orozco, Guillermo. Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo, p. 33.

1.2.1 Historia

“La televisión nace como servicio público en 1936 en Europa y en 1939 en Estados Unidos pero no comienza realmente su época de expansión hasta finales de los años cuarenta. El nuevo medio se preocupó de desarrollar durante los primeros años la tecnología de la transmisión y la recepción mientras que los contenidos consistían en retransmisiones de actos oficiales, deportes o de piezas teatrales.”²⁷

Las primeras emisiones públicas de televisión fueron realizadas por la BBC en Inglaterra y por la NBC y la CBS en Estados Unidos, en el año de 1927; aunque tenían carácter estrictamente experimental. Fue hasta 1936 que la BBC inició la emisión de programas con un horario regular. Al año siguiente transmitió la coronación del rey Jorge VI, a nivel internacional.

Durante la inauguración de la Feria Mundial de Nueva York en 1939, comenzaron las difusiones televisivas en Estados Unidos a través de la NBC, quien anunció que se emitirían dos horas semanales.

“Para mediados de los cuarenta ya había veintitrés estaciones de televisión en Estados Unidos. Sin embargo, con la segunda guerra mundial prácticamente se suspendieron las transmisiones; aunque al terminar la guerra hubo un rápido crecimiento de la industria. En 1949 había un millón de aparatos receptores; en 1951 ya había más de diez millones, y en 1959 se había llegado a más de cincuenta millones de aparatos.”²⁸

Junto con el desarrollo de la industria, la televisión fue modificando hábitos y costumbres. “En años posteriores a 1959, la televisión empezó a introducirse en los campos de la política, cuando se transmitía casi las 24 horas en el curso de las

²⁷ Vilches, Lorenzo. La televisión: Los efectos del bien y del mal, p. 19.

²⁸ Alcázar, Josefina, Ob. Cit., p. 64.

elecciones; se introdujo también en los campos sociales como las bodas principescas, en los Juegos Olímpicos, y en los avances científicos.”²⁹

En México las emisiones de televisión iniciaron su etapa experimental en 1934. “Durante la segunda mitad de los años cuarenta, el gobierno de México recibe las primeras solicitudes para manejar estaciones de televisión comercialmente, entre ellas estaban las de los señores Rómulo O’Farril y Emilio Azcárraga Vidaurreta.”³⁰

En 1946 comenzó a funcionar el primer canal de la Ciudad de México, XHGC Canal 5. A las 14:30 horas del 7 de septiembre se transmitió un programa artístico. A partir de entonces y a lo largo de dos años, cada sábado el canal emitía programas.

Fue el 1 de septiembre de 1950 cuando se inauguró XHTV Canal 4, con la transmisión del informe presidencial de Miguel Alemán. Al mismo tiempo se establecieron horarios para los programas regulares y comenzó la etapa comercial de la televisión mexicana.

El ingeniero Guillermo González Camarena, quien “es considerado como el iniciador del sistema de televisión cromática basado en los tres colores, rojo, verde y azul”³¹ obtuvo la primera patente norteamericana de su sistema de televisión a color en 1949. El 8 de febrero de 1963, XHGC Canal 5 lanzó la primera señal al aire de televisión a color, gracias al sistema de González Camarena. La señal fue captada por 15 aparatos que se ubicaron en diferentes zonas de la Ciudad de México.

²⁹ González Treviño, Jorge. *Ob. Cit.*, p. 26.

³⁰ *Ídem*, p. 29.

³¹ *Ídem*, p. 29.

“Cuatro años después, la proyección televisiva cromática se iba a lograr. Telesistema Mexicano había venido experimentando desde agosto de 1967. Faltaba solamente un año para la celebración en nuestro territorio de los Juegos Olímpicos. Ello fue acicate para perfeccionar rápidamente la imagen en color...y por supuesto, para que muchísimos mexicanos pensaran hasta en acudir a la casa de empeño para poder cambiar su tele en blanco y negro por una de las que, a colores, estaban causando furor.”³²

El 8 de enero de 1973 se anunció la fusión de los canales 2, 4, 5 y 8; lo cual dio origen a la empresa Televisa. “El Canal 2 ofrecería entretenimiento, basado en telenovelas, musicales, noticiosos y matutinos. El Canal 4 estaría dedicado a programas deportivos, películas mexicanas, etcétera. El Canal 5 realizaría transmisiones de programas de tipo cultural, infantil y series filmadas internacionales. En cuanto a Canal 8, proyectaría películas consideradas como éxitos mundiales, programas infantiles y series filmadas.”³³

En 1958 se inaugura XE-IPN-TV, Canal 11, estación de índole cultural perteneciente al Instituto Politécnico Nacional.

Desde el surgimiento de la televisión como medio de comunicación, la sociedad ha sufrido alteraciones en distintos ámbitos; desde lo individual hasta lo colectivo. La televisión altera nuestra percepción del tiempo y el espacio y nos sumerge en la idea de simultaneidad. Gracias a su capacidad de transmitir en vivo, este medio de comunicación nos permite percibir lo que sucede en otro lugar en el momento en que ocurre. Es decir, el hecho acontece simultáneamente en el lugar en que es percibido a través del aparato receptor.

³² Fuentes, Gloria. *Avances técnicos, innovaciones y conquistas en Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*, p. 166.

³³ *Ídem*, p. 168.

Para Vilches, un ejemplo concreto de los cambios que genera la televisión en las familias, es la sustitución del espacio que ocupaba la chimenea “como concitadora del imaginario familiar y salvaguarda de las tradiciones”³⁴, así como el lugar donde se contaban historias; por el televisor.

En este sentido Josefina Alcázar señala que “la televisión forma parte de la vida doméstica. Así como antes se reunía la familia alrededor del fuego, ahora se reúne frente a la televisión; pero ahora las historias las cuentan en otro lado, personas que no conocemos ni sabemos dónde están; además, las historias son compartidas simultáneamente por un auditorio enorme y heterogéneo.”³⁵

Actualmente las historias que narra la televisión alcanzan a un alto porcentaje de hogares y son vistas por todos los miembros de la familia. Uno de los públicos más asiduos al medio televisivo es el infantil, entendido como personas de 12 años o menos.

“Muchos niños crecen en compañía de la niñera electrónica. En la actualidad los niños que tienen televisión en su casa, la ven un promedio de cuatro horas diarias. Para los que nacieron después de 1950 (...) la televisión ha formado parte de su cultura desde la infancia.”³⁶

1.2.2 Características

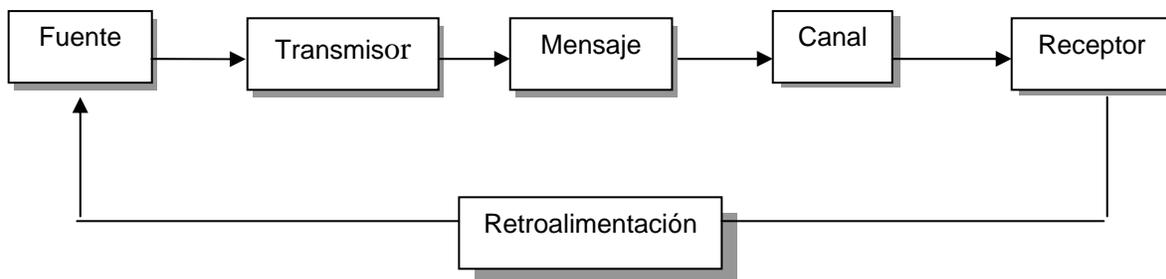
El proceso de comunicación que establece la televisión, se deriva del modelo establecido por Harold D. Lasswell en 1948; como resultado de la fórmula *¿Quién dice qué, por cuál canal, a quién, con qué efecto?* La fuente se refiere a quién manifiesta la información; el transmisor es el codificador de la información; el mensaje es la información codificada; el canal es el medio de transmisión del

³⁴ Vilches, Lorenzo. *Ob. Cit.*, p. 22.

³⁵ Alcázar, Josefina, *Ob. Cit.*, p. 65.

³⁶ *Ídem*, p. 66.

mensaje; el receptor es la audiencia que recibe el mensaje y finalmente, la retroalimentación es la respuesta o reacción del público o audiencia.



A pesar de que la televisión sigue el modelo anteriormente citado, el medio presenta características que definen tanto la transmisión de mensajes, como la forma en que son percibidos por los espectadores. De acuerdo a Jacques Mousseau, la televisión “presenta una especificidad que el investigador que lo estudia no debe perder de vista y sobre la que insistimos insuficientemente: captura al individuo, actúa sobre él, lo modela prácticamente desde la cuna.”³⁷

Es posible señalar las siguientes particularidades:³⁸

- Simultaneidad. Los programas emitidos por televisión son captados por un gran número de personas al mismo tiempo.
- Instantaneidad. Gracias a sus características técnicas, la televisión transmite sucesos en el momento en que ocurren. “La transmisión inmediata de la vida real, se convierte así en objeto de la experimentación personal, a la par que posibilita la actuación de los conocimientos.”³⁹
- Disponibilidad. La televisión es un medio al cual se accede a cualquier hora del día, cualquier día, con sólo presionar un botón. El público puede hacer uso de ella cuando así lo decida.

³⁷ Mousseau, Jacques. *Los niños y la TV* en *La ventana electrónica*, p. 204.

³⁸ Fuentes Lara, Marcia de las. *Ob. Cit.*, 22 –24 pp. Interpretación propia.

³⁹ *Ídem*, p. 22.

- Flexibilidad. “En virtud de sus posibilidades técnicas, los contenidos de sus emisiones pueden ser corregidos y mejorados mucho más fácilmente que los de otros medios (libros, películas, etcétera).”⁴⁰
- Demanda de atención. La televisión requiere la atención total del espectador, impidiéndole realizar otras actividades mientras se está expuesto a ella.
- Discurso audiovisual. “Las imágenes en movimiento producen la sensación de que la gente y los hechos son traídos hasta nosotros, haciéndonos creer que se tiene contacto directo con el mundo, aun cuando en realidad no se participe en él.”⁴¹
- Valor didáctico. Los programas televisivos permiten la presentación de situaciones desconocidas, principalmente para los niños, y despiertan la curiosidad de los espectadores, “la cual desde el punto de vista emotivo constituye la base para la adquisición y comprensión de conocimientos sistemáticos.”⁴²

1.2.3 Funciones y géneros

Las funciones de la televisión han sido clasificadas tradicionalmente en tres categorías: informar, entretener e instruir.

La función informativa busca cubrir las necesidades de información de los televidentes y mostrar la realidad política, económica y social, tanto nacional como internacional a través de programas noticiosos.

El entretenimiento es “considerado como la función más importante de este medio debido a que la televisión, al igual que otros medios de comunicación

⁴⁰ Ídem, p. 23.

⁴¹ Ídem.

⁴² Ídem.

masiva, surgió y se desarrollo como respuesta a las exigencias planteadas por el incremento de un tiempo libre que de inmediato buscó llenarse con diversión.”⁴³

La función educativa abarca un enfoque didáctico o cultural. Desde el punto de vista didáctico, la función del medio es sustituir o complementar la enseñanza escolarizada. La televisión tiene una función cultural, pues se utiliza para llevar conocimientos científicos y artísticos al auditorio, “o sea, se enciende a la TV como un medio educativo o reeducativo.”⁴⁴

Adicionalmente, Marcia de las Fuentes Lara menciona la función de orientación, considerando “todas aquellas emisiones que (...) ofrecen a los telespectadores las opiniones de especialistas sobre aspectos diversos de la vida cotidiana.”⁴⁵

Es importante señalar que la clasificación anterior tiene como objetivo facilitar el análisis y estudio de la televisión; ya que en la práctica, las funciones de la televisión no están separadas. Un programa puede cubrir varias de ellas a la vez.

Partiendo de las funciones de la televisión, el contenido de los programas se divide en tres áreas: información, entretenimiento y cultura. “Se hace dicha clasificación de los mensajes según la intencionalidad del propio mensaje, o sea de acuerdo a los fines manifiestos y latentes observados en el mensaje.”⁴⁶

El contenido de los programas informativos es periodismo presentado a través de la televisión. El objetivo de éstos es dar a conocer los sucesos regionales, nacionales e internacionales. Dentro de ellos se encuentran los

⁴³ Ídem, p. 26.

⁴⁴ Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III.14.15

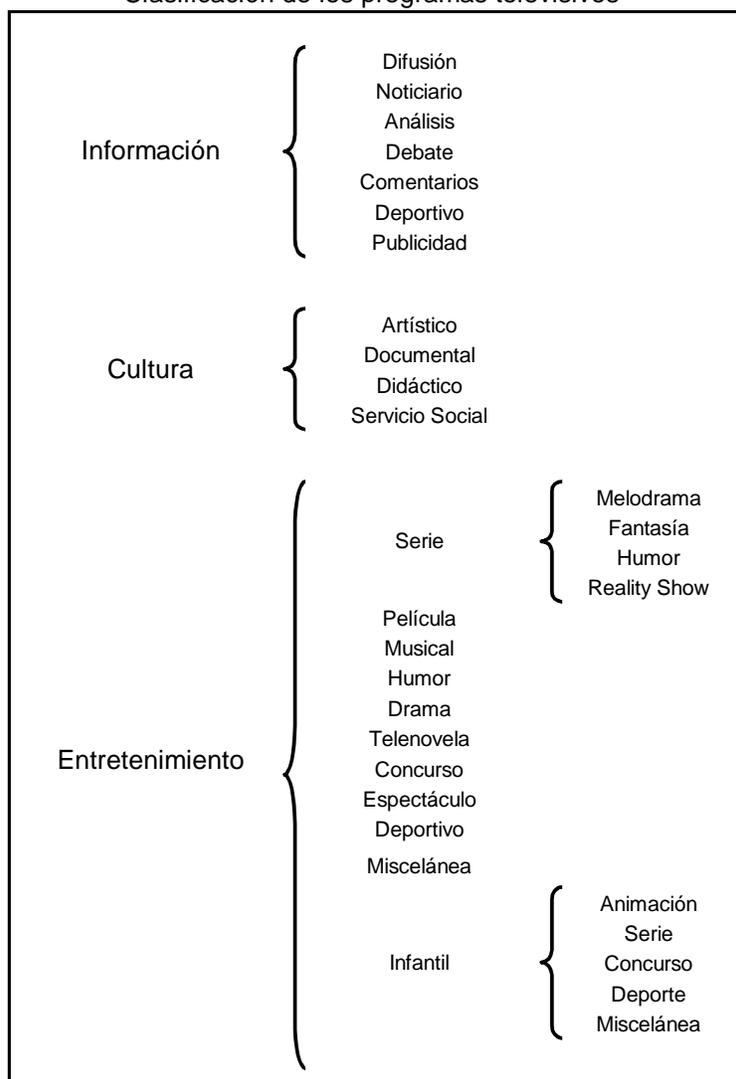
⁴⁵ Fuentes Lara, Marcia de las. Ob. Cit., p. 27.

⁴⁶ Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III.14.1

siguientes géneros: noticiario, análisis, debate, comentarios, deportivo y publicidad.

Los noticiarios toman de la prensa escrita sus géneros: notas, reportajes, entrevistas, etcétera. “Sin embargo, por las características propias de la televisión, la redacción de una noticia se concibe para ser vista y oída.”⁴⁷ Los programas de análisis tienen como objetivo explorar ampliamente un evento social, político o económico para ayudar al público a entenderlo en su totalidad.

Clasificación de los programas televisivos *



* Elaboración propia.

⁴⁷ Linares, Marco Julio. El guión, elementos, formatos, estructuras, p. 163.

“El debate es un programa polémico que busca la discusión, crea controversia, basado en opiniones encontradas que se enfrentan para exponer una posición sobre una situación particular. Este tipo de programas cuenta con la participación de especialistas en un tema. La mayoría de las veces se apoya en un conductor, quien funge como moderador en el desarrollo de un programa.”⁴⁸

Guillermo Tenorio señala dentro de la categoría información el género comentario. “Se trata de algo similar a los editoriales de los periódicos, sólo que no tienen propiamente un carácter institucional, sino más bien están dados en términos personales por quienes leen las noticias en la TV.”⁴⁹

Los programas deportivos están condicionados por el tipo de eventos que transmiten y analizan. Las noticias, reportajes y entrevistas que presentan son referentes a eventos deportivos y de aficionados.

“La publicidad se considera información en la medida en que a través de sus técnicas se le da a conocer (...) a los integrantes del público todo aquello que pueden adquirir en el mercado.”⁵⁰ La duración de los *spots* publicitarios va de los 10 a los 60 segundos.

Dentro de la categoría cultural se encuentran aquellos programas cuyo contenido es científico o artístico. “Normalmente son concebidos para un público de amplio conocimiento.”⁵¹ Las emisiones culturales pueden ser artísticas, documental, didáctico o de servicio social.

Se consideran culturales o artísticas las emisiones que tienen como objetivo difundir y/o analizar alguna o algunas de las Bellas Artes.

⁴⁸ Sánchez Hinojosa, Guillermina. El discurso de la televisión infantil a través de la televisión, p. 56.

⁴⁹ Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III.14.12.

⁵⁰ Ídem, p. III.14.13.

⁵¹ Sánchez Hinojosa, Guillermina. Ob. Cit., p. 57.

Los programas didácticos están sujetos a una institución educativa. “Se utilizan para la difusión de conocimientos escolares o académicos y pueden ser de información general, de capacitación, con conductor y material complementario o de apoyo a programas institucionales en donde el auditorio cuenta con un conductor o monitor.”⁵²

Los documentales para televisión siguen el mismo formato, estructura, lenguaje y elementos que el cine documental; con la diferencia de que son más breves. Por lo regular, duran de 30 a 60 minutos y en el caso de que el tema sea muy amplio, se producen varios programas. Son monotemáticos y buscan presentar experiencias particulares.

Los programas de servicio social están al servicio de la comunidad y no tienen intención de lucro. Como ejemplo se pueden mencionar todos aquellos en los cuales los televidentes realizan denuncias o exponen quejas ciudadanas. Asimismo se localizan las emisiones en las que se orienta sobre diversas cuestiones a la comunidad.

La finalidad de los programas de entretenimiento es llenar el tiempo libre de los televidentes y divertirlos. En este rubro se ubican los siguientes géneros: series, películas, musicales, telenovelas, concursos, espectáculos, deportes, infantiles y misceláneos.

Las series, como su nombre lo indica son programas seriados, cuya unidad está determinada por los personajes, situaciones o temas. “La característica principal de estas series corresponde a la solución unitaria (por programa) de las situaciones temáticas o dramáticas, y de manera similar a las telenovelas se

⁵² Linares, Marco Julio. Ob. Cit., p. 165.

estructuran por programas, por bloque de programas y por el conjunto que representa la serie.”⁵³

El tema principal de las emisiones televisivas musicales puede ser cualquier expresión musical: géneros, grupos, intérpretes, autores, cantantes, etcétera.

“El entretenimiento humorístico comprende toda aquella transmisión televisiva cuya finalidad sea el hacer reír a los espectadores. Aquí (...) se agrupan películas, caricaturas, *sketchs* carperos, comedias, la actuación de cómicos, imitadores y demás.”⁵⁴

En los programas de espectáculos se presentan cantantes, actores, músicos, bailarines, modelos y cómicos; así como noticias relacionadas con ellos. “En fin, todo aquello denominado como variedades (music hall).”⁵⁵

La telenovela se basa en la novela y de éste género literario toma la estructura. “Una característica fundamental de la telenovela corresponde a su desarrollo en episodios o capítulos seriados. (...) La mayoría de los capítulos cuenta con una situación de clímax, así como, en la parte final, con una situación de *suspense* que puede ser coincidente con este clímax.”⁵⁶

En los programas de concurso, los espectadores compiten entre ellos por un premio. Los concursantes pueden estar en el estudio o comunicarse mediante el teléfono o Internet. Los concursos se integran por pruebas físicas, intelectuales, artísticas o de habilidades. Generalmente hay público en el estudio para apoyar a los participantes.

⁵³ Ídem, p. 167.

⁵⁴ Tenorio Herrera, Guillermo. Ob. Cit., p. III.14.4.

⁵⁵ Ídem.

⁵⁶ Linares, Marco Julio. Ob. Cit., p. 164.

Miscelánea o *magazine*. “Este género, formado por fragmentos o pequeñas partes cuyo hilo narrativo está determinado por un tema, un tono, un género o géneros, una actividad o simplemente por un conductor, recurre a los otros géneros para su desarrollo.”⁵⁷

Las transmisiones deportivas “aluden a las noticias, entrevistas, reportajes y promociones, referentes a los eventos de tipo deportivo profesional y de aficionados.”⁵⁸

Los programas infantiles están determinados por el público al cual se dirigen; es decir, personas menores de 12 años. “Los espacios dedicados a los menores y a los jóvenes pueden adquirir las más diversas formas y opciones. Caben aquí, por igual, tanto los programas de contenido didáctico, formativo, educativo, como los de mero entretenimiento y distracción, y los programas de tipo participativo, como concursos y similares.”⁵⁹

1.3 Desarrollo cognitivo y discurso audiovisual

A partir de los años 70, las investigaciones sobre televisión y niños incorporan los hallazgos de la teoría psicológica del desarrollo cognitivo. Desde esta perspectiva, el niño es visto como un receptor activo, que a través de una maduración e interacción con el medio, desarrolla habilidades cognitivas como la atención, percepción, memoria y pensamiento.

En este contexto, las investigaciones se han centrado en el análisis de las formas televisivas; es decir, el discurso audiovisual y la estructura narrativa de los programas, en relación con los niveles de atención y comprensión de los mensajes.

⁵⁷ *Ídem*, p. 165.

⁵⁸ Tenorio Herrera, Guillermo. *Ob. Cit.*, p. III.14.10.

⁵⁹ Soler, Lloreca. *La televisión, una metodología para su aprendizaje*, p. 139.

A continuación se expondrá la teoría del desarrollo cognitivo del psicólogo suizo Jean Piaget. Así como sus implicaciones en el campo de la producción televisiva a través de los estudios que investigan cómo y qué pueden los niños aprender de la televisión.

Es importante señalar que desde esta perspectiva, el desarrollo precede al aprendizaje y por lo tanto, es necesario conocer los niveles de desarrollo alcanzados por el niño, para producir, en función de los mismos, proyectos televisivos.

1.3.1 La teoría de Jean Piaget

La teoría cognitiva estudia el aprendizaje infantil como un proceso a través del cual se desarrolla la organización del conocimiento y trata de establecer cómo evoluciona la estructura intelectual del ser humano a lo largo de la vida; lo cual determina su forma de entender el mundo.

De acuerdo a Jean Piaget, el niño realiza todos sus actos guiado por una necesidad, la cual es definida como la manifestación de un desequilibrio. “Existe necesidad cuando algo fuera de nosotros o en nosotros ha cambiado, de tal manera que se impone un reajuste de la conducta en función de esa transformación.”⁶⁰

Al satisfacer una necesidad, se recupera el equilibrio entre “el hecho nuevo que ha desencadenado la necesidad y nuestra organización mental tal y como se presentaba antes de que aquél interviniera.”⁶¹ Bajo este postulado, Piaget explica el desarrollo como “una progresiva equilibración, un perpetuo pasar de un estado de menor equilibrio a un estado de equilibrio superior.”⁶²

⁶⁰ Piaget, Jean. Seis estudios de psicología, p. 16.

⁶¹ Ídem.

⁶² Ídem, p. 11.

Antes de exponer la teoría evolutiva de la inteligencia, es preciso definir los conceptos básicos de la misma, estos son: organización, adaptación, asimilación, acomodación y equilibrio.

Organización y adaptación son las dos características funcionales de la inteligencia. La *organización* se refiere a la forma en que el sujeto ordena y estructura las experiencias con las que se enfrenta.

La *adaptación* es el elemento que permite que se produzcan los cambios estructurales que el desarrollo comprende; es un reajuste de estructuras cada vez que hay variación exterior. La *adaptación* es producto de la satisfacción de una necesidad. En ella se encuentran dos aspectos: *asimilación y acomodación*

Piaget entiende la *adaptación* como “un proceso de equilibración progresiva resultado de la interacción entre sujeto y medio ambiente. Interacción en la que el sujeto no es un mero receptor pasivo de la influencia ambiental, sino que participa activa y selectivamente en esta organización adaptativa.”⁶³

Cuando el sujeto incorpora los objetos y personas a sus estructuras y esquemas de conducta, realiza el proceso de *asimilación*. Por el contrario, la *acomodación* tiene lugar cuando el individuo modifica sus estructuras para incorporar nuevos objetos. Por ejemplo, cuando un bebé se encuentra con un lápiz, lo asimila a su estructura cognoscitiva y lo chupa. Al crecer, aprende que puede rayar con ese objeto y acomoda su conducta a la función del lápiz.

“El sujeto, desde las primeras etapas de su existencia, construye su proceso de adaptación con la ayuda del medio, especialmente de las personas de este medio, en un intercambio dinámico que recibe el nombre de *equilibración*.”⁶⁴

⁶³ Medrano Mir, Gloria. *Desarrollo Cognitivo* en Beltrán Llera, Jesús, Psicología de la educación, p.128.

⁶⁴ Ídem.

De tal forma, que para Piaget, el desarrollo cognitivo “se asienta en el establecimiento y organización de estructuras, formadas por esquemas de comportamiento, que utilizan una serie de contenidos de información. El desarrollo cognitivo constituye un proceso de organización y reorganización de estructuras de manera que cada nueva estructura engloba la anterior. Por lo tanto, es un proceso de naturaleza dinámica que tiende a la búsqueda del equilibrio.”⁶⁵

La asimilación o incorporación de la vida mental al medio ambiente se realiza a través de estructuras u órganos psíquicos, que amplían su campo de trabajo. Se trata de la percepción y movimientos elementales, la memoria e inteligencia práctica, el pensamiento intuitivo y la inteligencia lógica, “en su forma de operaciones concretas y finalmente de deducción abstracta.”⁶⁶

Piaget señala tres grandes periodos divididos en estadios, en función de los cambios que experimentan las organizaciones cognitivas: *inteligencia sensorio-motriz, operaciones concretas y operaciones abstractas o formales*. “El orden de sucesión de las distintas etapas es constante y los factores que posibilitan el desarrollo son: el crecimiento orgánico, de manera especial la maduración del sistema nervioso; el ejercicio funcional y la experiencia y las interacciones y transmisiones sociales.”⁶⁷

Cada etapa del desarrollo cognitivo se caracteriza “por la aparición de estructuras originales, cuya construcción le distingue de los estadios anteriores. Lo esencial de esas construcciones sucesivas subsiste en el curso de los estadios ulteriores en forma de subestructuras sobre las cuales habrán de edificarse los nuevos caracteres.”⁶⁸

⁶⁵ Ídem.

⁶⁶ Piaget, Jean. Ob. Cit., p. 18.

⁶⁷ Medrano Mir, Gloria. Ob. Cit., p. 129.

⁶⁸ Piaget, Jean. Ob. Cit., p. 15.

A continuación se describen brevemente las principales características de las etapas del desarrollo cognitivo.

Etapas del desarrollo cognitivo de Jean Piaget*				
	Periodo	Edad	Estadio	Características
Bebé	Periodo de la inteligencia sensorio-motriz	0 - 2	Estadio de los reflejos y tendencias instintivas.	Primeras emociones y tendencias instintivas.
			Estadio de las percepciones organizadas.	Primeros hábitos motores y sentimientos diferenciados.
			Estadio de la inteligencia sensorio-motriz.	Práctica de las regulaciones afectivas elementales y fijaciones exteriores de la afectividad.
Niño	Periodo de las operaciones concretas	2 - 7	Estadio de la inteligencia intuitiva.	Aparecen los sentimientos sociales espontáneos, al igual que las funciones simbólicas (lenguaje). Ausencia de operaciones reversibles. Lenguaje y pensamiento egocéntricos.
		7 - 11	Estadio de las operaciones concretas.	Adquisición de reversibilidad. Aparición de la lógica. Comprensión de la conservación de la materia. Sentimientos morales y sociales de cooperación.
Adolescente	Periodo de las operaciones abstractas	12 - 15	Estadio de las operaciones abstractas.	Se inicia el pensamiento propio del adulto: la lógica proporcional y el raciocinio hipotético-deductivo. Máximo desarrollo de las estructuras cognitivas. Formación de la personalidad e inserción afectiva e intelectual en la sociedad adulta.

*Elaboración propia.

Periodo de la inteligencia sensorio-motriz

El periodo de la inteligencia sensorio-motriz, que abarca del nacimiento a los dos años, incluye el estadio de los reflejos o tendencias instintivas, el de las percepciones organizadas y propiamente el estadio de la inteligencia sensorio-motriz.

En los dos primeros años de vida no hay pensamiento pero sí inteligencia, ya que el niño tiene gran capacidad de adaptación. Según Piaget, el desarrollo

mental de esta etapa consiste en “una conquista, a través de las percepciones y los movimientos, de todo el universo práctico que rodea al niño pequeño.”⁶⁹

La inteligencia en este periodo es únicamente práctica; ya que tiene origen en las “percepciones y movimientos organizados en esquemas de acción.”⁷⁰ La información que el niño recibe a través de canales sensoriales proviene de la manipulación de objetos; lo cual le permite elaborar la noción de permanencia del objeto, las estructuras de espacio y tiempo, y el concepto de causalidad.

“La organización progresiva de los movimientos y desplazamientos, centrados inicialmente en el propio cuerpo, le permite desembocar en la estructura funcional espacio-temporal, en la que él mismo se sitúa en un sistema de objetos permanentes, ligados entre sí por relaciones causales.”⁷¹

Durante esta etapa del desarrollo, el juego y la imitación cumplen una función básica. El juego es toda aquella actividad que se realiza por el simple placer de hacerlo; es decir, tiene el fin en sí mismo. Los primeros juegos son ejercicios funcionales que poco a poco introducen la función semiótica o de representación.

Por otro lado, la imitación permite “la adquisición de esquemas de comportamiento que amplían el repertorio adaptativo del pequeño y facilita el paso de la representación en acto a la representación mental, hito esencial para la entrada a la etapa representativa.”⁷²

La imitación comprende tres etapas. Primero, el niño reproduce intencionalmente sus propios actos. Después, imita los esquemas de conducta

⁶⁹ Ídem, p. 19.

⁷⁰ Ídem, p. 22.

⁷¹ Medrano Mir, Gloria. Ob. Cit., p. 132.

⁷² Ídem.

que observa en presencia de los modelos. Finalmente, imita acciones en ausencia del modelo.

Al final del periodo de la inteligencia sensorio-motriz aparece la función semiótica, lo que amplía las posibilidades adaptativas del niño. La función semiótica o de representación “se caracteriza por la posibilidad de sustituir lo significado por un significante, (...) éstos pueden ser muy diversos: palabras, dibujos, imágenes mentales, etc.”⁷³

Periodo de las operaciones concretas

De los dos a los 11 años aproximadamente, se lleva a cabo el periodo de las operaciones concretas. Éste se divide en dos estadios: el de la inteligencia intuitiva y el de las operaciones concretas.

En esta etapa del desarrollo florece el lenguaje y con ello, dos habilidades esenciales: primero, la capacidad de relatar acciones pasadas; segundo, la facultad de anunciar hechos futuros a través de la representación verbal.

Piaget menciona que estos procesos suscitan tres consecuencias en la evolución del pensamiento. La socialización, entendida como el intercambio entre individuos; el pensamiento o interiorización de la palabra y las experiencias mentales (intuición) o interiorización de la acción.

“Cuando interviene la aparición del lenguaje, el niño se ve enfrentado, no ya sólo con el universo físico como antes, sino con dos mundos nuevos y por otra parte estrechamente solidarios: el mundo social y el mundo de las representaciones interiores.”⁷⁴ En este sentido, durante el proceso de socialización el lenguaje cumple tres funciones elementales:

⁷³ *Ídem.*

⁷⁴ Piaget, Jean. *Ob. Cit.*, p. 32.

- Relaciones de subordinación y presión ejercida por el adulto.
- A partir del intercambio, los niños formulan la acción propia.
- El niño habla hacia sí mismo mediante monólogos.

A partir del lenguaje y la socialización, la inteligencia sensorio-motriz evoluciona, dando paso al pensamiento. “En efecto, el lenguaje propiamente dicho es el vehículo de los conceptos y nociones que pertenecen a todo el mundo y que refuerzan el pensamiento individual con un amplio sistema de pensamiento colectivo. Y en él es donde queda virtualmente sumergido el niño tan pronto como maneja la palabra.”⁷⁵

Las manifestaciones más importantes de la función simbólica y de representación son: la imitación, el juego simbólico, el dibujo, las imágenes mentales y la memoria.

Durante este periodo la imitación es diferida, es decir, se realiza sin la presencia del modelo. La imitación “permite poner en marcha respuestas inicialmente poco personales pero que se perfeccionan con el uso y se interiorizan pasando a aumentar el bagaje adaptativo propio.”⁷⁶

El juego simbólico constituye un mecanismo de desarrollo personal, ya que facilita la posibilidad de expresión. “Con el juego no se persigue una adaptación a lo real sino una manifestación del yo sin coacciones, mediante significantes de creación individual (símbolos), que pueden llegar a ser colectivos (signos) en función de acuerdos de grupo.”⁷⁷

⁷⁵ Ídem, p. 38.

⁷⁶ Medrano Mir, Gloria. Ob. Cit., p. 133.

⁷⁷ Ídem.

Por medio del juego simbólico, el niño reproduce y deforma la vida real, acomodándola a su manera; ya que “no es un esfuerzo de sumisión del sujeto a lo real, sino, por el contrario, una asimilación deformadora de lo real al yo.”⁷⁸

El dibujo es una función de representación que busca por un lado, imitar la realidad y por otro la expresión creativa. “Su evolución está relacionada con la estructuración de la representación mental del espacio.”⁷⁹

La imagen mental permite representar mentalmente objetos, personas o situaciones, a través de significantes. “Esta representación puede llevarse a cabo, ya sea en un intento de aproximación a la realidad como tal, ya sea con un deseo de organización y combinación nueva de los elementos perceptivos reales.”⁸⁰

La memoria es la capacidad mental que faculta al párvulo para “desligarse del aquí y del ahora, pudiendo conservar la información captada en un determinado momento y utilizarla en situaciones posteriores.”⁸¹

Entre los dos y los siete años tiene lugar el *estadio de la inteligencia intuitiva*. En éste, el pensamiento del niño no tiene aún una estructura lógica; sino que se reduce a la información adquirida por medio de las percepciones.

La actividad cognitiva es básicamente egocéntrica y carece de objetividad, puesto que el sujeto incorpora o asimila los datos percibidos, a su estructura mental. “Las características intuitivas de los objetos que manipule o las vivencias afectivas que experimente condicionarán la interpretación de la realidad llevándole, a veces, a interpretaciones distorsionadas de la misma.”⁸²

⁷⁸ Piaget, Jean. *Ob. Cit.*, p. 40.

⁷⁹ Medrano Mir, Gloria. *Ob. Cit.*, p. 133.

⁸⁰ *Ídem.*

⁸¹ *Ídem.*

⁸² *Ídem.*, p. 134.

Algunos aspectos propios de la inteligencia intuitiva revelan el egocentrismo del niño pre-operatorio. Por ejemplo, el centrismo, la irreversibilidad, el animismo, el antropomorfismo y el artificialismo.

“El centrismo se traduce en la incapacidad del pequeñito por captar a la vez varios aspectos o características de un mismo objeto. La irreversibilidad se refiere a la idea de que toda acción no tiene sentido inverso.”⁸³

El animismo es la tendencia a creer que los objetos son seres vivos que poseen intenciones. Piaget define el artificialismo como la “creencia de que las cosas han sido construidas por el hombre, o por una actividad divina análoga a la forma de fabricación humana.”⁸⁴ La inclinación de los niños por dotar de cualidades humanas a objetos y animales se conoce como antropomorfismo.

Durante el estadio de la inteligencia intuitiva surgen los primeros sentimientos morales del niño. De los dos a los seis años se manifiesta la moral heterónoma, en la cual los criterios del bien y el mal dependen de las reglas impuestas por los padres y son respetadas sólo porque ellos lo indican, no porque las entiendan. Además, el niño busca cubrir sus necesidades básicas independientemente de la posibilidad real de satisfacerlas.

De acuerdo a Piaget, el estadio de la inteligencia intuitiva se caracteriza por el desequilibrio, puesto que el sujeto realiza más actos de acomodación que de asimilación.

Entre los 7 y los 11 años el desarrollo intelectual da paso al *estadio de las operaciones concretas*. La principal característica de ésta etapa es la manifestación de la lógica, con lo cual los procesos cognitivos ya no dependen de la percepción.

⁸³ Barragán Cruz, Lorena. Bizbirije: una alternativa educativa de la televisión infantil, p. 46.

⁸⁴ Piaget, Jean. Ob. Cit., p. 46.

“Lo propio del pensamiento lógico es que éste no se apega ya a los estados particulares de los objetos, sino que es capaz de seguir mentalmente todas las transformaciones sucesivas, según todos los rodeos y puntos de vista posibles, ni tampoco se apega al punto de vista particular del sujeto.”⁸⁵

Sin embargo, el pensamiento lógico es determinado por la realidad física. El ejercicio intelectual del niño se limita a objetos y situaciones susceptibles de ser representados y relacionados mentalmente.

Aunado a la facultad de realizar operaciones lógicas, el infante experimenta la metacognición o conciencia de los propios procesos mentales. En este sentido, Piaget menciona que, a partir de los siete años el niño “piensa antes de actuar y comienza a conquistar así esa difícil conducta de la reflexión (...) que no es otra cosa que una deliberación interior, es decir, (...) una conducta social de discusión pero interiorizada.”⁸⁶

El psicólogo suizo explica la transformación de las intuiciones en operaciones lógicas “a partir del momento en que constituyen sistemas de conjunto a la vez componibles y reversibles.”⁸⁷ Estos sistemas de operaciones son la reversibilidad, la conservación de la materia o noción de permanencia y la construcción de categorías.

A partir de los seis años se desarrolla la moral autónoma, en la cual, el párvulo emite juicios y toma sus decisiones teniendo en cuenta a los demás. El respeto como obediencia cede su lugar al respeto mutuo. “Hay respeto mutuo cuando los individuos se atribuyen recíprocamente un valor personal equivalente.”⁸⁸

⁸⁵ Medrano Mir, Gloria. Ob. Cit., p. 134.

⁸⁶ Piaget, Jean. Ob. Cit., p.65.

⁸⁷ Ídem, p. 76.

⁸⁸ Ídem, p. 85.

El respeto mutuo conduce a nuevas formas morales, tales como la justicia, la honradez, la reciprocidad, la colaboración y la lealtad. Aparece el juego colectivo reglamentado, el cual es sometido a la norma grupal. En este caso, la regla es respetada “no ya en tanto que producto de una voluntad exterior, sino como resultado de un acuerdo explícito o tácito.”⁸⁹

Periodo de las operaciones abstractas

Por último, durante la adolescencia se desarrolla el periodo o estadio de las operaciones intelectuales abstractas o formales.

Hasta este momento, las operaciones mentales se refieren a los objetos concretos que pueden ser percibidos. Mientras que en éste periodo, “el sujeto prescinde de los estímulos concretos y puede realizar razonamientos formales sobre un nivel abstracto. Su rasgo más marcado es la capacidad para razonar de un modo lógico, partiendo de premisas y deduciendo las conclusiones pertinentes.”⁹⁰

De tal forma, que el pensamiento formal o abstracto también es llamado hipotético-deductivo, porque el sujeto adquiere la habilidad de “deducir las conclusiones que hay que sacar de puras hipótesis, y no sólo de una observación real.”⁹¹

Finalmente, el niño piensa utilizando un procedimiento semejante al del método científico. A partir de la observación de la realidad se formulan hipótesis interpretativas que pueden ser comprobadas. Para Piaget, la lógica formal indica el fin del desarrollo cognitivo de los seres humanos.

⁸⁹ Ídem, p. 87.

⁹⁰ Pérez Sánchez, Luz. *La inteligencia humana* en Beltrán Llera, Jesús, Ob. Cit., p. 76.

⁹¹ Piaget, Jean. Ob. Cit., p. 97.

1.3.2 Atención y comprensión del lenguaje audiovisual

Como se explicó en el apartado anterior, los niveles de atención y comprensión, así como el comportamiento de los niños se desarrollan con la edad y las experiencias. Al mismo tiempo, los párvulos adquieren habilidades para comprender el lenguaje del medio televisivo. Bajo estas condiciones se ha analizado la conducta de los pequeños frente al televisor.

Desde esta perspectiva, los estudios se han centrado en cinco puntos concernientes a las habilidades cognitivas (atención, percepción, memoria, clasificación, comprensión y conducta). Éstos son:

- ¿Qué les llama la *atención* cuando ven televisión?
- ¿Qué *observan* al ver un programa?
- ¿Qué información visual y sonora *recuerdan*?
- ¿Cómo *clasifican* y *ordenan* esos datos?
- ¿Cómo utilizan la información en su *conducta* posterior?

A continuación se exponen las principales conclusiones de las investigaciones enfocadas en el desarrollo cognitivo, las formas de los programas infantiles y sus implicaciones en el campo de la producción.*

De acuerdo a Neisser, la habilidad de *recordar* información aumenta con la edad y está relacionada con tres factores. Primero, la discriminación de imágenes; segundo, la correspondencia entre unidades visuales y auditivas; tercero, la capacidad de integrar sucesos en el tiempo.

En el caso de las imágenes, los niños más pequeños tienen problemas para discriminar detalles, lo cual disminuye el recuerdo visual. Sin embargo, la memoria visual aumenta cuando son capaces de describir los objetos; es decir, a la mitad

* La elaboración del presente trabajo se sustenta en los datos presentados por Lorenzo Vilches en el libro: *La televisión: los efectos del bien y el mal*; debido a la imposibilidad de consultar las fuentes originales.

del estadio de la inteligencia intuitiva. Ya que, como señala Piaget, “la memoria está ligada al relato.”⁹²

En relación con las unidades visuales y sonoras, para los niños menores de seis años los estímulos sonoros resultan más fáciles de procesar que los visuales. En los niños mayores los estímulos visuales se recuerdan mejor a través de la mediación verbal.

Conforme a Bruner, existe mayor capacidad de recuerdo en las historias visuales que en las escuchadas, puesto que “los niños dependen básicamente de la representación icónica. Cuando posteriormente ellos desarrollan la capacidad de pensamiento simbólico perfeccionan el procesamiento verbal sin perder la capacidad visual.”⁹³

Las investigaciones de Meringoff y Gibbons indican que los párvulos recuerdan con mayor facilidad la información audiovisual que la auditiva o visual, principalmente los niños pequeños.

Además, la memoria es afectada por la percepción de acontecimientos temporales en televisión. Piaget asevera que durante el estadio de la inteligencia intuitiva, los niños confunden la sucesión de eventos en el tiempo.

Por ejemplo, “si proponemos la comparación de dos móviles que siguen caminos paralelos pero a velocidades desiguales, observamos que: 1°, los pequeños no tienen la intuición de la simultaneidad de los puntos de parada, porque no comprenden la existencia de un tiempo *común* a ambos movimientos; 2°, no tienen la intuición de la igualdad de ambas duraciones sincrónicas, justamente por la misma razón.”⁹⁴

⁹² *Ídem*, p. 35.

⁹³ Vilches, Lorenzo. *Ob. Cit.*, p. 71.

⁹⁴ Piaget, Jean. *Ob. Cit.*, p. 74.

Huston, Bernstein y otros autores han examinado cuales son los factores que ayudan a mantener o aumentar la *atención* de los espectadores infantiles sin recurrir a contenidos violentos. La conclusión a la que han llegado es que “la atención se puede lograr mediante una eficaz labor de representación de las formas televisivas.”⁹⁵ Por ejemplo, mostrar a las personas, objetos o animales actuando en lugar de utilizar diálogos largos. También se recomienda evitar las escenas complejas, así como las canciones y bailes prolongados.

Al mismo tiempo existen los estímulos relevantes en la percepción del niño, como es el caso de la intensidad, el movimiento, lo novedoso e inesperado, así como lo incongruente o contrastante. Estos factores se traducen en contenidos audiovisuales que determinan el nivel de atención del público infantil.

Huston y Berlyne han comprobado que la utilización de voces infantiles, la aparición de dos o más narradores alternados, los efectos de audio (música, sonidos incidentales) y los efectos especiales contribuyen a mantener la atención.

Las investigaciones realizadas en Suecia por Ingegerd Rydin afirman que la comprensión de las historias está determinada por la madurez intelectual del niño. Por ejemplo, la comprensión fragmentada o incoherente es característica de los niños que atraviesan el estadio de la inteligencia intuitiva.

Así, “a partir de los 7 años se incrementa la comprensión, los procesos mentales se hacen más flexibles y la memoria aumenta. A los 8 años los niños tienen dificultades de comprensión de ciertos géneros televisivos, debido a la complejidad de la historia y las sub-historias que contienen estos programas. A los 12, los niños tienden a absorber selectivamente la información televisiva a condición de que ésta se transmita a través de contenidos relacionados.”⁹⁶

⁹⁵ Vilches, Lorenzo. *Ob. Cit.*, p. 68.

⁹⁶ *Ídem*, p. 82.

Por su parte, Salomon señala tres niveles de comprensión de los códigos del medio; los cuales tienen que ver con la experiencia de los párvulos con el medio.

Los objetos son percibidos de acuerdo a la experiencia de los televidentes en el mundo real en el primer nivel. Aunque desde este momento los niños encuentran elementos propios del lenguaje audiovisual como encuadres y movimientos de cámara.

En segundo grado se ubica el lenguaje televisivo que puede o no tener relación con la realidad. Entre los elementos del discurso que mantienen una analogía con ésta, se pueden mencionar los movimientos de cámara que son equivalentes al acto de mirar.

En este sentido, un *paneo* se entiende como abarcar con la mirada un espacio determinado. Un *tild up* o *down* es semejante a la acción de observar de abajo hacia arriba o viceversa un objeto o persona. Un *zoom in* con acercar la vista a un objeto. El *dolly in / out* con acercarse / alejarse de un punto determinado. De acuerdo al nivel de la cámara se determina la “altura” del espectador. Una toma en *picada* hace ver el objeto observado más pequeño. Por el contrario, en una *contrapicada* los objetos o personas a cuadro se perciben como más altos o importantes.

Por otro lado se tienen los elementos técnicos que no se hallan en la vida real, pero sí en la televisión. Por ejemplo, música, voz en *off*, sonidos incidentales, efectos visuales, sobreimpresiones, cámara rápida o lenta, etcétera.

En el tercer nivel, “la especificidad del lenguaje televisivo se vuelve otra vez débil, como en el primer nivel referencial y realista. Se trata de las formas simbólicas, lingüísticas y no lingüísticas usadas por la televisión.”⁹⁷

Anderson y Losch sostienen que la *atención* al medio está condicionada por la *comprensión* del mensaje o porque se espera entender el mensaje. De tal forma que, mientras un contenido resulte cognoscible para el sujeto, éste se mantendrá atento. En este sentido, Salomon recomienda que se determine una relación entre el lenguaje audiovisual y la representación mental del mismo, facilitando que el niño establezca analogías cognitivas. Por ejemplo, que un *zoom in* sea interpretado como el acercamiento de la mirada.

Vilches advierte que, “la experiencia con los medios fortalece las habilidades mentales y el lenguaje de los medios puede llegar a formar parte del esquema mental de los niños en el sentido de hacerles pensar en forma de *zooms*, panorámicas y cortes de montaje.”⁹⁸

La presencia de personajes o voces infantiles también aumentan la atención de los niños, “no tanto por una posible identificación sino por las expectativas que despiertan. Su experiencia les asegura que cuando ellos tienen relación con otros niños de su edad, las posibilidades de comprensión aumentan.”⁹⁹

Los productores de *Sesame Street* (Plaza Sésamo en México) realizaron una investigación en la cual se analizó la relación entre la atención y la producción del programa. Posteriormente la *Children's Television Workshop* sistematizó las conclusiones del estudio y a partir de éstas emitió recomendaciones a productores y realizadores de programas educativos infantiles. No obstante, los resultados

⁹⁷ *Ídem*, p. 67.

⁹⁸ Vilches, Lorenzo. *Ob. Cit.*, p. 69

⁹⁹ *Ídem*.

pueden ser aplicables a cualquier producción destinada al público infantil. A continuación se mencionan las conclusiones más importantes:¹⁰⁰

- Para conocer los intereses de los niños hay que observarlos detalladamente además de realizar grupos focales.
- Debe tenerse en cuenta la edad a la que va dirigido al programa (*target*), ya que determina las habilidades televisivas.
- Los niños seleccionan los contenidos que les facilitan la comprensión y el interés, es decir, aquellos que son más próximos a sus inclinaciones.
- Los preescolares prestan atención a los programas que comprenden y rechazan los contrarios.
- Con frecuencia los infantes no prestan atención al programa completo, por lo cual los conceptos importantes deben repetirse.
- Los niños preescolares abandonan la televisión mientras observan un programa. De tal forma que es recomendable dividirlos en bloques y repetir el argumento.
- Para llamar la atención es conveniente insertar sonidos cuando se emite información importante. De esta manera se alerta a los espectadores.
- Los párvulos pierden la atención cuando el audio no está bien integrado a la imagen (desfasado) o cuando no tiene que ver.
- El humor gusta a los niños, además de aumentar los niveles de atención y aprendizaje.
- La utilización excesiva de efectos especiales no resulta positiva sobre la atención si no tienen relación con el contenido.
- Por regla general, los espectadores infantiles ven la televisión y realizan una actividad simultáneamente. Éste factor debe tomarse en cuenta al momento de programar las emisiones.
- La televisión puede contribuir a la educación de contenidos visuales, aunque no necesariamente en el aprendizaje verbal.

¹⁰⁰ Ídem, p. 79-81 y ss. Interpretación propia.

2

CANAL ONCE DEL IPN

2. Canal Once del IPN

Once TV “la televisora de servicio público más antigua de América Latina”¹, fundada en 1958, es uno de los dos canales culturales “perteneciente al gobierno federal (...) a través del Instituto Politécnico Nacional el cual se encuentra a su vez dentro del organigrama de la Secretaría de Educación Pública.”²

En 1932, Narciso Bassols, secretario de Educación Pública plantea en su informe anual la necesidad de organizar un sistema de enseñanza industrial. A la propuesta se suman los ingenieros Luis Enrique Erro, jefe del Departamento de Enseñanza Técnica, Industrial y Comercial (DETIC) y Carlos Vallejo Márquez, subjefe del mismo. Los tres establecen las bases y objetivos de una "Escuela Politécnica".

En el Politécnico se agruparon la Escuela Nacional de Medicina Homeopática, la Nacional de Ciencias Biológicas, la Escuela Superior de Comercio y Administración y la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, entre otras.

El 1° de enero de 1936 se da a conocer la existencia del Instituto Politécnico Nacional con la aprobación de la Secretaría de Educación Pública. La coordinación del Instituto recae en el ingeniero Juan de Dios Bátiz, en su calidad de Jefe del Departamento de Enseñanza Técnica de la Secretaría.

Los edificios que debían albergarlo fueron erigidos en el Casco de la Ex-hacienda de Santo Tomás; estos terrenos habían sido donados años atrás por el general Álvaro Obregón al ingeniero Wilfrido Massieu Pérez para fundar la Escuela Técnica para Ferrocarrileros, que no entró en funciones.

¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/acerca.htm (febrero, 2004)

² Toussaint, Florence. *Los canales culturales del D.F.* en Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá, p. 81.

El 27 de febrero de 1939 se lleva a cabo la ceremonia oficial de inauguración del Instituto Politécnico Nacional, en el Palacio de Bellas Artes. El ingeniero Miguel Bernard es designado como Director General del mismo.

En 1958, “después de varias gestiones entre el Director General del IPN, ingeniero Alejo Peralta con Walter C. Buchanan, Secretario de la entonces Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, se otorgó la autorización por medio del Departamento de Concesiones y Permisos de la misma dependencia para que operara Canal Once.”³

2.1 Esbozo histórico 1959 - 2003

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.”⁴

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.”⁵ 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

³ León López, Enrique. *El Instituto Politécnico Nacional. Origen y evolución histórica*, p. 48.

⁴ Pretelín Eguizar, Rosa Natividad. *La audiencia de la televisión pública: los rating de Canal Once durante 1998*, p. 2.

⁵ IPN. *Canal Once Memoria 1959 –1982*, p. 3.

primer director del Canal, José Ruiloba Lozano; los productores Arturo Constantine, Guillermo Ruiz, Sergio Gómez, Ariel San Martín, Brígida Alexander y Luis Carbajo.”⁶

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 *Noticiero 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 Alexander 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

⁶ Fuentes, Gloria. *Avances técnicos, innovaciones y conquistas en Historia de las comunicaciones y los transportes en México. La radiodifusión*, p 170.

cual ayudó a consolidar la oferta de la televisora del Politécnico. Se impartieron clases de matemáticas, química y francés; continuó el *Noticiero 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. Al mismo tiempo 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.”⁷

⁷ IPN, *Ob. Cit.*, p. 12.

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.”⁸

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 transmitir programas de índole educativo, cultural y de orientación social (veáse Anexo 1). “Del decreto presidencial derivaría una programación circunscrita a cinco grandes puntos: apoyo a la educación, difusión de la cultura, información, servicios y entretenimiento.”⁹

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.”¹⁰

⁸ Fuentes, Gloria. *Ob. Cit.*, p. 170.

⁹ Pretelín Eguizar. *Ob. Cit.*, p. 7.

¹⁰ Montoya Hernández, Dalia. *Perfil de Canal Once, XEIPN-TV: retos y perspectivas, 1958 –2001*, p. 54.

- Información. Proporcionar información relacionada con 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.”¹¹

En 1971, bajo la dirección de Rodolfo Porrás Bermúdez, se fundó la primer 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.”¹² 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 cambiarla por otra, de tipo omnidireccional, que permitía eliminar las zonas de silencio en el área capitalina.”¹³ “El cambio permitió que la imagen alcanzara una cobertura potencial de un millón 600 mil telehogares en la zona metropolitana.”¹⁴

¹¹ *Ídem*, p. 56.

¹² IPN, *Ob. Cit.*, p. 16.

¹³ *Ídem*, p. 16.

¹⁴ 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 16 horas diarias, continuas de emisiones.”¹⁵

El mismo año 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.”¹⁶

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.”¹⁷ En 1981 la señal de Canal Once podía verse en todo el Distrito Federal; así mismo se colocó un repetidor en Cuernavaca.

Bajo la dirección de Héctor Parker, en 1984, “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.”¹⁸

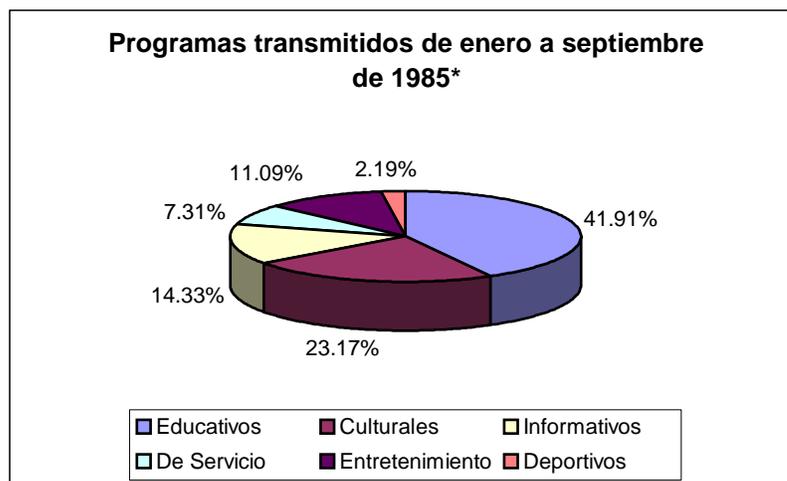
¹⁵ Fuentes, Gloria. Ob. Cit., p. 171.

¹⁶ Ídem, p. 171.

¹⁷ Ídem, p. 172.

¹⁸ Montoya Hernández, Ob. Cit., p. 57.

En 1985 la programación de Canal Once de acuerdo con los objetivos de programación era la siguiente:



*Fuente: Monografía. Canal Once TV

Gloria Fuentes señala que para 1987, “las horas de transmisión por barras de programación proyectadas por Canal 11 son en total 6 020 divididas de la siguiente manera: 2 565 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.”¹⁹

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.”²⁰

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

¹⁹ Fuentes, Gloria. *Ob. Cit.*, p. 172.

²⁰ Pretelín Eguizar. *Ob. Cit.*, p. 10.

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.

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.”²¹

“Era necesario entonces, deslindar los terrenos de la televisión educativa y de la cultural. Ésta se entendió como una televisión que no debe circunscribirse temáticamente, 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.”²²

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 miniseries 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

²¹ Lajous Vargas, Alejandra. Memoria de Gestión, p. 1.

²² Pretelín Eguizar. Ob. Cit., p. 13.

responsable, al no incluir programas de violencia y comportamiento antisocial. Por el contrario, nuestra 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.”²³

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.”²⁴

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

²³ Canal Once. Informe de actividades 1991-1994, p. 23.

²⁴ Ídem, p. 12.

iniciativa privada. Inicialmente lo integraron los señores Gilberto Borja, Roberto Hernández y Adolfo Patrón, destacados empresarios. Pronto se integraron a él Ángel Borja, Augusto Elías y Manuel Arango.”²⁵

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.”²⁶

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.

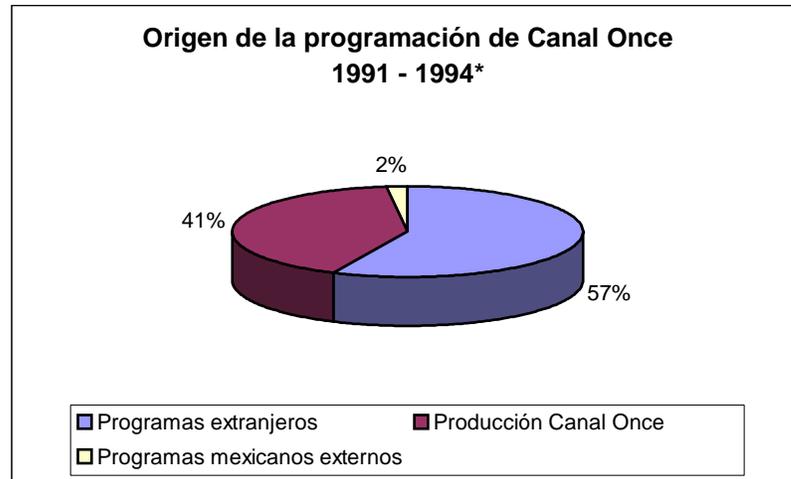
El mismo año, se renovó el Control Maestro, las cabinas de estudios, las salas de post-producción, videograbación y videofilmotecas, así como las áreas administrativas y de oficinas.

En materia de programación, el Canal obtuvo entre 1991 y 1994 “más de 4000 horas de series extranjeras.”²⁷ De tal manera que el origen de la programación de Canal Once, sin incluir cine, queda de la siguiente manera:

²⁵ Toussaint, Florence. Ob. Cit., p. 83.

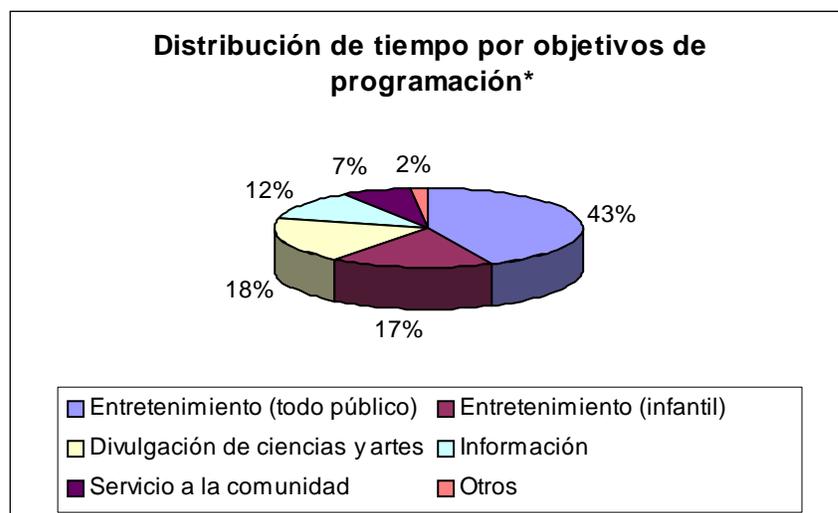
²⁶ Ídem, p. 19.

²⁷ Toussaint, Florence. Ob. Cit., p. 84.



* Fuente: Canal Once. Informe de Actividades 1991 –1994.

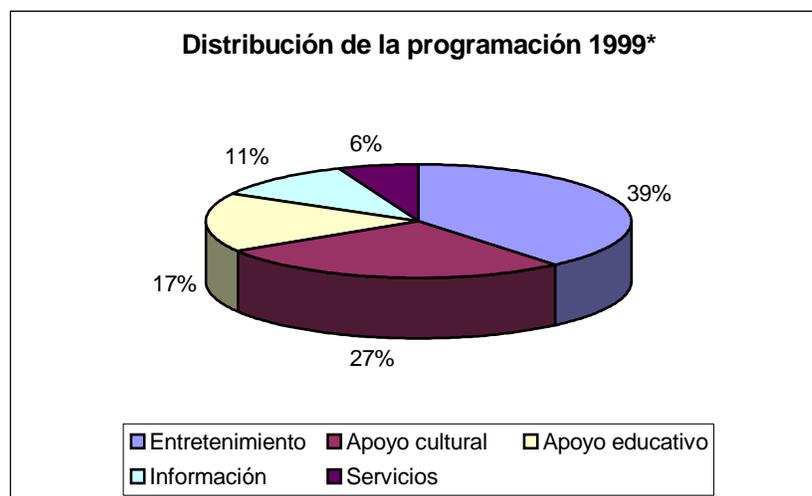
Por otro lado, en el mismo periodo de tiempo, los programas dedicados al entretenimiento obtuvieron mayor porcentaje de tiempo al aire. De acuerdo a los objetivos de programación de Canal Once, la distribución de los tiempos fue la siguiente:



* Fuente: Canal Once. Informe de Actividades 1991 –1994.

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.

En 1999 la transmisión de Canal Once, desde entonces llamado Once TV, comprendía 24 horas continuas. Además se fortaleció la producción propia. La distribución de la programación en ese año es la siguiente:



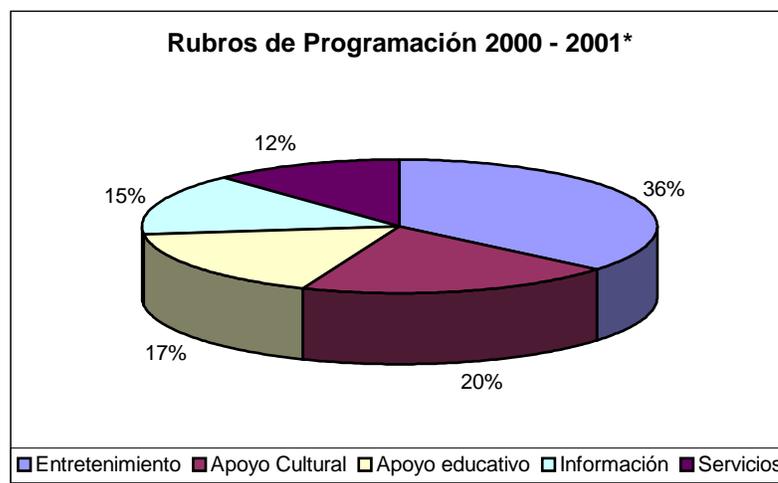
* Fuente: Canal Once. Reporte anual 1999.

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 de manera gratuita a los mexicanos.²⁸

²⁸ Canal Once. Reporte Anual 1999, p. 7.

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.”²⁹



* Fuente: Montoya Hernández, *Ob. Cit.*, p. 137

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, el actual Director General de Once TV, inició actividades el año 2001. Entre sus principales objetivos se encuentran:

- 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 Canal³⁰

²⁹ *Ídem*, p. 22.

³⁰ Montoya Hernández, *Ob. Cit.*, p. 134.

Para Julio Di Bella, la misión de la televisora del IPN, es “generar, producir y transmitir contenidos que impulsen y fomenten el desarrollo humano.”³¹ 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. (véase Anexo 2)

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 refuerza los programas que han dado reconocimiento a Canal Once.”³² Se estrenaron *El Tal Chou del Once*, *Haciendas de México*, *Noticias con Laura Barrera*, *Tweenies*, *Zoboomafo*, *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 creamos 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.”³³ 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

³¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index.htm (febrero, 2004)

³² http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_011.htm (febrero, 2004)

³³ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_020.htm (febrero, 2004)

programas que integraban esta barra se encuentran: *Capitán Z*, *El travieso Ralph*, *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.”³⁴

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 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.”³⁵

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. (véase Anexo 3)

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

³⁴ Montoya Hernández, *Ob. Cit.*, p. 137.

³⁵ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_055.htm (febrero, 2004)

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.”³⁶

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 Jeunes³⁷ 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.

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

³⁶ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_069.htm (marzo, 2004)

³⁷ El Festival Prix Jeunesse, con sede en Munich, Alemania, se lleva a cabo cada dos años y premia programas con altos estándares de calidad, que ayuden a los niños a desarrollarse emocional, intelectual y socialmente.

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.”³⁸

El 3er 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. (véase Anexo 4)

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.”³⁹ 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*,

³⁸ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_082.htm (marzo, 2004)

³⁹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_107.htm (enero, 2004)

Manchild, Gladiadores y El Reino. Además Once Niños y *Bizbirije* 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.⁴⁰ “El Certificado acredita el Sistema de Gestión de Calidad del total de áreas de la televisora del Instituto Politécnico Nacional; se obtuvo después de realizarse en noviembre pasado la auditoria de vigilancia y de ampliación de alcance de todas las áreas de la televisora.”⁴¹

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.”⁴²

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 recuerdan 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**.

⁴⁰ El alcance de la certificación abarca la generación de contenidos, pasando por Control de Calidad, Edición, Programación, Videofilmotecas, 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.

⁴¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_122.htm (enero, 2004)

⁴² <http://www.jornada.unam.mx/2003/dic03/031.../> (enero, 2004)

2.2 Régimen jurídico

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 I, 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: 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, culturales 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.”⁴³

⁴³ Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional, p. 1.

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.”⁴⁴

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

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.

ARTICULO 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.

Artículo 26. Corresponde a la Estación de Televisión XEIPN Canal 11 el despacho de los siguientes asuntos:

⁴⁴ Ídem, p. 3.

- 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 politécnica 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;
- VII. Producir todo tipo de programas que contribuyan al cumplimiento de sus fines;
- VIII. Procurar que sus transmisiones se mantengan dentro de los límites de respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicas;
- 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;

XV. Hacer del conocimiento de la Oficina del Abogado General, para su atención y desahogo los casos de conflicto, asesoría y consultoría de carácter legal que se susciten, así como representar y defender sus intereses;

XVI. Planear, dirigir y controlar la utilización de recursos humanos, financieros, materiales, así como la prestación de los servicios generales que el Canal requiere para su funcionamiento, y

XVII. Las demás funciones que prevean la Ley Orgánica, el Reglamento Interno y las disposiciones jurídicas y administrativas aplicables.

2.3 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 ha tenido que enfrentar el canal es la falta de recursos ya que no puede 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 permite el sistema de patrocinios que fortalezcan el encarecido presupuesto del Estado Mexicano.”⁴⁵

⁴⁵ Jiménez Osornio, Mónica. Los patrocinios dentro del proceso de globalización (Canal Once), p. 53.

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.”⁴⁶ 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 N\$19 545 000 y provenía en su totalidad en forma de subsidio a través del Instituto 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.”⁴⁷

En 1993 Canal Once “obtuvo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la clave B01 para identificar y manejar su presupuesto.”⁴⁸ “En 1994, el presupuesto total de la emisora ascendió a N\$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.”⁴⁹

⁴⁶ *Ídem*, p. 52.

⁴⁷ Canal Once, *Ob. Cit.*, p. 11.

⁴⁸ Montoya, *Ob. Cit.*, p. 74.

⁴⁹ Canal Once, *Ob. Cit.*, p. 11.

Origen de Recursos Canal Once*

	Canal Once	COFAA	Fideicomiso
1989	33%	67%	
1990	29%	71%	
1991	17%	61%	23%
1992	30%	34%	36%
1993	19%	42%	39%
1994	66%		34%

*Fuente: Canal Once. Informe de actividades 1991 –1994.

En 1999 los ingresos de Canal Once provenían de dos fuentes, recursos fiscales, que representaron 77.4% de su presupuesto, y recursos autogenerados, 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.”⁵⁰

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.

Total de recursos*

Fiscales	148 828
Autogenerados	37 206
TOTAL	186 034

*Fuente: Canal Once. Reporte anual 1999.

⁵⁰ Canal Once. Reporte anual 1999, p. 8.

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.”⁵¹

A continuación se presenta el presupuesto autorizado 2002 y 2003 asignado a Canal Once.

PRESUPUESTO AUTORIZADO ORIGINAL Y MODIFICADO 2002*					
CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	ASIGNACIÓN ORIGINAL 2002	%	ASIGNACIÓN MODIFICADA 2002	%
1000	Servicios personales	108 960 244	57%	107 960 244	58%
2000	Materiales y suministros	19 386 029	10%	13 077 048	7%
3000	Servicios generales	57 689 363	30%	60 517 209	32%
5000	Bienes muebles e inmuebles	5 396 100	3%	5 396 100	3%
	TOTAL	191 431 736	100%	186 950 601	100%

*Fuente: <http://www.transparencia.ipn.mx> (marzo, 2004)

PRESUPUESTO AUTORIZADO ORIGINAL 2003*			
CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	ASIGNACIÓN ORIGINAL 2003	%
1000	Servicios personales	115 517 461	59%
2000	Materiales y suministros	13 077 048	7%
3000	Servicios generales	62 071 444	32%
5000	Bienes muebles e inmuebles	5 396 100	3%
	TOTAL	196 062 053	100%

*Fuente: <http://www.transparencia.ipn.mx> (marzo, 2004)

2.4 Cobertura

Los primeros años de vida de Canal Once pasaron inadvertidos para la mayoría de los habitantes del Distrito Federal. La señal de la televisora sólo podía ser vista en las inmediaciones del Casco de Santo Tomás, en donde se encuentran las instalaciones del Canal.

⁵¹ Ídem, p. 24.

Fue hasta 1965 que se colocó la antena en el Cerro del Chiquihuite, pero fue diseñada para transmitir desde las instalaciones de la emisora, por lo cual, la transmisión de la señal no fue la adecuada.

Aunque en 1977 Canal Once “ya tenía la potencia suficiente para que sus emisiones se captaran en todo el Distrito Federal, la antena instalada era direccional, es decir, transmitía hacia una sola dirección. Por ello se decidió cambiarla por otra, de tipo omnidireccional, que permitió eliminar las zonas de silencio en el área capitalina.”⁵²

En 1981, la señal abierta de Canal Once cubría el Distrito Federal, además se contaba con un repetidor en Cuernavaca. Gracias a los satélites y microondas la señal llegaba a gran parte del territorio nacional. A través de la televisión de la Universidad de Sonora, la programación se retransmitía a Hermosillo y Ciudad Obregón; y a Parral, Torreón y Los Mochis por medio de un concesionario particular.

“Al inicio del sexenio de Carlos Salinas de Gortari (...) Canal Once cubría el área metropolitana de la Ciudad de México y sus repetidoras eran Actopan, Hidalgo, Tres Cumbres, Morelos y San Luis Potosí. La operación de las dos primeras era semiautomática con recepción de señal directa desde México y en el caso de la última la programación era pregrabada y se transmitía de lunes a viernes con un horario de 17:00 a 21:00 horas.”⁵³

En octubre de 1991, la televisora adquirió un nuevo transmisor que entró en operación al año siguiente, con lo cual mejoró la calidad de la imagen. En 1992 se firmaron convenios con DirecTV y SKY para retransmitir la señal del Canal.

⁵² IPN, Ob. Cit., p 16.

⁵³ Jiménez, Ob. Cit., p. 47.

Para 1994 la señal del Canal llegaba a 6 000 000 telehogares. La cobertura por señal abierta llegaba a la Ciudad de México y área metropolitana, Estado de México (18 municipios) e Hidalgo (7 municipios). Las repetidoras estaban instaladas en Acapulco, Guerrero; Actopan, Hidalgo; San Luis Potosí, y el Valle de Morelos, Morelos. Se tenían convenios con las televisoras de Baja California Sur, Michoacán, Nayarit, Oaxaca y Tlaxcala. A través de sistemas de televisión por cable, la señal llegaba a 174 poblaciones. Por medio del Satélite Morelos II, la cobertura abarcaba la República Mexicana, el sur de Estados Unidos y Centroamérica.⁵⁴

En 1995 se instaló un retransmisor en Valle de Bravo, Estado de México. El año siguiente se aprobó la repetidora de Tijuana, Baja California. En 1999 se pusieron en funcionamiento las retransmisoras de Cancún y Chetumal y de Tijuana.

En 1999 “la red del Once cubría casi al 20% de los aproximadamente 100 millones de habitantes que tiene México.”⁵⁵ El Informe Anual de ese año informa que Canal Once llegaba a 4 259 958 telehogares en Cancún, la Ciudad de México, Morelos, Hidalgo, San Luis Potosí, Tijuana y Valle de Bravo, con lo que se cubría 23% de los telehogares de la República.

Actualmente la señal abierta de Once TV cubre gran parte de los telehogares de la República Mexicana, mediante estaciones transmisoras y retransmisoras ubicadas en la Ciudad de México y área metropolitana, Aguascalientes, Baja California (Tijuana y Tecate), Coahuila (Saltillo), Guerrero (Acapulco), Estado de México (Valle de Bravo), Morelos, Nayarit (Tepic, Acajoneta, Ahuacatlán, Bahía de Banderas, Compostela, San Blas, Santa María del Oro, Santiago Ixcuintla, Tecuala y Tuxpan), Puebla (Ciudad de Puebla, San Andrés Cholula y San Andrés Texmelucan), San Luis Potosí y Sinaloa.

⁵⁴ Canal Once, Informe de actividades 1991-1994, s/p. Véase biblioteca de Canal Once.

⁵⁵ Montoya, Ob. Cit., p. 119.

COBERTURA POR SEÑAL ABIERTA 2002*		
Ciudad	Canal	TV Hogares
Ciudad de México	11	3 747 947
Acapulco, Guerrero	6	135 537
Aguascalientes, Ags.	5	145 779
Amealco, Querétaro	22	12 581
Campeche, Campeche	4	46 786
Culiacán, Sinaloa	5	159 266
Durango, Durango	4	106 267
Estado de México	11	1 323 261
Hidalgo	11	67 429
La Paz, BCS.	8	41 727
Monterrey, Nuevo León	28	719 876
Morelos	6	211 020
Oaxaca, Oaxaca	11	90 141
Puebla, Puebla	22	586 018
Quintana Roo	7	94 319
Saltillo, Coahuila	13	116 690
San Luis Potosí	4	160 641
San Miguel de Allende, Gto.	11	22 704
Tepic, Nayarit	10	66 972
Tijuana, BCN.	3	231 734
Valle de Bravo, Edo. Mex.	7	4 927
Total TV Hogares		8 091 622

*Fuente: Canal Once. Plan Innovador 2002

Canal Once tiene cobertura nacional a través de los sistemas de cable y de satélite SKY y DirecTV.

COBERTURA POR SISTEMAS DE TV PAGADA*		
Sistema	Cobertura	TV Hogares
Multivisión	seminacional	700 000
Cablevisión	local	525 000
SKY	nacional	500 000
DirecTV	nacional	300 000
PEFAC / PCTV	nacional	1 700 000
TOTAL TV Hogares		3 725 000

*Fuente: Canal Once. Plan Innovador 2002

El 5 de mayo de 2003, Canal Once inició la transmisión de sus programas a través de Internet, de esta forma se puede acceder a la programación de la televisora del Instituto Politécnico Nacional desde cualquier punto del planeta. Para conectarse hay que entrar a la página web del Canal: www.oncetv.ipn.mx y seleccionar la televisión con la leyenda **Conéctate, transmisión en vivo**.

En abril de 2004 Once TV firmó un convenio de colaboración con DirecTV* y SATMEX MÁXIMO** para difundir su señal en Estados Unidos con el nombre de ONCE MÉXICO.

ONCE MÉXICO, la señal internacional del Canal tendrá cobertura total en los Estados Unidos las 24 horas del día. “La programación cubrirá las expectativas de los televidentes de DIRECTV PARA TODOS y SATMEX MÁXIMO, quienes tendrán a su alcance producciones de gran calidad sobre nuestras tradiciones, análisis políticos e históricos, noticias y mucho más.”⁵⁶

Don el *slogan* **Una ventana a México**, ONCE MÉXICO tiene como objetivo mantener a los hispanos que radican en Estados Unidos cerca de sus raíces, tradiciones y cultura; además de proporcionarles contenidos de calidad en español. Los suscriptores de DirecTV tendrán acceso a todas las producciones de Canal Once: *Aquí nos tocó vivir*, *Conversando con Cristina Pacheco*, *Noticias con Adriana Pérez Cañedo y Gabriela Calzada*, *In memoriam*, *La aventura de México desconocido*, *Diálogos en confianza* y *Águila o sol*, entre otras. Para el público infantil se transmitirán *Bizbirije* y *El diván de Valentina*.

* DirecTV es el principal sistema de televisión directa al hogar en Estados Unidos con más de 12.2 millones de suscriptores.

** SATMEX MÁXIMO es una plataforma digital de distribución que permite a los productores del continente Americano hacer llegar su programación a la población hispana de Estados Unidos a través de operadores locales de televisión por cable y satélite. Actualmente se distribuyen 10 canales con programación latina.

⁵⁶ <http://oncetv-ipn.net/cartelera/internacional.htm> (abril, 2004)

3

ONCE NIÑOS

3. Once Niños

En septiembre del año 2001, siendo director general Julio Di Bella Roldán se crea Once Niños, la actual barra infantil de Once TV, con el *slogan* ¡Imagínate!, teniendo como directora a Patricia Arriaga. A partir de entonces los niños constituyen uno de los públicos más importantes para el Canal.

No obstante, desde la década de los setenta Once TV transmite programas infantiles los cuales, según Llore Soler, “constituyen un capítulo ineludible de toda programación televisiva diaria. Los espacios dedicados a los menores y a los jóvenes pueden adquirir las más diversas formas y opciones. Caben aquí, por igual, tanto los programas de contenido didáctico, formativo, educativo, como los de mero entretenimiento y distracción, y los programas de tipo participativo, como concursos y similares.”¹

A continuación se describen brevemente los programas y barras infantiles que transitaban por la pantalla de la televisora politécnica, antes que Once Niños: Chicos, Ventana de Colores y La Zona O.

3.1 Antecedentes

A partir de 1971 Canal Once incluyó en pantalla programas especiales para el público infantil. El primero de ellos fue *Los amigos del tío Polito*, en donde Polito orienta a los niños acerca de cómo deben conducirse en ciertas situaciones.

En la década de los setenta la televisora del Politécnico transmitía los programas *Las 400 tareas*, *Tiempo de niños* y *Ventana infantil*, entre otros. Uno de los programas sobresalientes de esta época es *Los cuentos de María Luisa*, en él, los actores María Luisa Alcalá y Patricio Castillo escenifican los mejores cuentos infantiles. Con una duración de 30 minutos, *Los cuentos de María Luisa* salía al aire de lunes a domingo.

¹ Soler, Llore. La televisión, una metodología para su aprendizaje, p. 139.

En *Pensando y viajando con los niños* se narraban cuentos infantiles; también se emitía de lunes a domingo y tenía una duración de media hora. Los pequeños encontraban consejos en *De niño a niño*, que se transmitía una vez a la semana. El programa *El Trompo y el Lápiz*, que salía al aire toda la semana, “se efectuó con materiales proporcionados por el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE).”²

El objetivo de la programación infantil en la década de los ochenta era “reforzar entre los menores el sentimiento de identidad nacional, desarrollo de la conciencia crítica y estímulo al conocimiento de nuestra realidad histórica.”³ En 1986 se crea la barra infantil **Chicos**, que incluía 15 programas que salían al aire de lunes a viernes y parte del domingo. “Desarrollándonos juntos, aprendiendo juntos, niños y adultos fortaleceremos nuestros conceptos de nación y de hombre.”⁴ Algunos de los programas que integraba **Chicos** son: *El mundo del sol naciente*, *La lagartija científica*, *Los jóvenes tienen la palabra*, *Como jugando*, *Creciendo juntos* y *Notichicos*.

3.1.1 Ventana de Colores

En la década de los noventa, bajo la dirección de Alejandra Lajous se crea la barra Ventana de Colores, dirigida a niños preescolares. Los programas que la integraban carecen de violencia, aportan conocimiento y entretenimiento sano, además de estimular la imaginación de los televidentes.

Ventana de Colores presentaba series que “contienen en sus historias enseñanzas que propician en los preescolares la adquisición de valores morales y sociales que sirven de fundamento para la vida en sociedad y el fortalecimiento de la unidad familiar.”⁵

² Montoya Hernández, Dalia. Perfil de Canal Once, XEIPN-TV: retos y perspectivas, 1958 –2001, p. 97.

³ Ídem, p. 111.

⁴ Monografía Canal Once TV, p. 80.

⁵ Luna Cerdan, Rossana. Ventana de Colores, una opción educativa infantil: análisis de la recepción mediada en una muestra ilustrativa, p. 130.

Alejandra Lajous señala al respecto que “la programación infantil de Canal Once 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, nuestra 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.”⁶

Los objetivos de esta barra eran:

- Transmitir programas de calidad tanto en contenido, como en un aspecto técnico.
- Exhibir programas con un fondo educativo tanto formal como informal, sin olvidar para ellos el aspecto lúdico, es decir, sin dejar a un lado el entretenimiento, diversión y juego.
- Mantener un estrecho contacto entre el niño y sus preferencias.
- Evitar programas que fomenten la violencia.
- Presentar un panorama de cultura distinta a la nuestra.
- Promover la participación del niño en actividades extra-televisivas.
- Contribuir al desarrollo de una estética no regida por patrones comerciales.⁷

Ventana de Colores transmitía 21 horas semanales y contaba con series provenientes de Alemania, Australia, Canadá, Estados Unidos, Francia, Holanda, Inglaterra, Japón, Rusia y Polonia. Es importante señalar que además de presentar dibujos animados, la barra incluía documentales y programas realizados con la técnica *stop motion* o animación cuadro por cuadro.

⁶ Canal Once. Informe de actividades 1991-1994, p. 23.

⁷ Luna Cerdan, Ob. Cit., p. 107.

A continuación se enlistan algunas series de Ventana de Colores.⁸

Aventuras bajo el mar	Dos niños viajan en un submarino cuidando el medio ambiente.
Babar	Babar, el rey elefante, narra las aventuras que vivió cuando era niño.
Cirkissimo	Rutinas circenses con payasos.
Clifford	Un perro gigante se juega con letras, números y figuras geométricas.
Ernesto el vampiro	Divertidas pesadillas de Ernesto el vampiro
Experimentos de Sami	Sami lleva a cabo asombrosos experimentos.
Face clips	Los mimos muestran sus habilidades.
Fred y Leo	Estos amigos viven divertidas aventuras dentro de un circo.
Inspector Truquini	Para resolver los casos, el Inspector utiliza extraños inventos.
La bola mágica	Sam lleva a los niños a diferentes lugares y épocas y con su bola mágica ayudan a resolver problemas.
Las fábulas del capitán	El capitán Oso Azul le cuenta historias a sus nietos.
Los inventores	Grandes inventos de la historia en dibujos animados.
Mi pequeño cuento	Niños de diferentes países relatan cuentos tradicionales de sus lugares de origen.
Mis primeras series	Realización de actividades con objetos de uso cotidiano.
Mister Go	Mister Go siempre infringe reglas y se mete en problemas.
Otto es un rinoceronte	Película en donde un niño descubre un lápiz mágico que convierte en realidad todo lo que pinta.
Philip	Un ratón francés con espíritu de artista trata de conquistar a una ratoncita.
El Profesor Thompson	El profesor viaja a épocas distantes enseñando a los niños historia y arqueología.
Quiero saber	El Sabelotodo guía a los niños a través de la naturaleza, la ciencia y los inventos.
Reksio	Un perro muy inteligente tiene aventuras tratando de ayudar a su amo.
Rey Rollo	El Rey Rollo es un niño con barba que enfrenta la experiencia de crecer.
Ric	Un gran pájaro azul vive situaciones humorísticas.

⁸ Ídem, 113-129 pp. y ss. Interpretación propia.

Solo di no	Una mariposa enseña a los niños cómo actuar en situaciones peligrosas.
Solo historias	Basada en relatos de Ruyard Kipling, presenta explicaciones extraordinarias a fenómenos naturales.
La granja de cuatro caminos	Un grupo de animales descubren y explican fenómenos naturales como el reflejo, el hielo y las sombras.
Moomin	En el valle Moomin se viven excitantes aventuras.
Mundo de la música	Historia de la música a través de dibujos animados.
Nuestro cuento favorito	Cuentos clásicos orientales interpretados por marionetas.
Nuevas mitologías	Mitos de la antigua Grecia en dibujos animados.
Pingu	Este divertido pingüino aprende jugando.
Víctor y María	Aventuras de un oso blanco y una pequeña niña.
El viento en los sauces	En un bosque vive una sociedad de animales.

3.1.2 La Zona O

A mediados de los noventa, Ventana de Colores se integró a la nueva barra infantil del Once, La Zona O, cuyo público meta eran los niños preescolares, así como los niños de 7 a 12 años. Ventana de Colores siguió constituyendo la programación para niños de 3 a 6 años.

La Zona O era “un espacio de diversión no violenta que ofrece a los niños producciones originales, con las que se identifican porque les permiten participar y les hablan en su propio lenguaje.”⁹ En la Zona O aparecieron las exitosas producciones de Once TV, *Bizbirije*, *Mi Gran Amigo*, *Camino a Casa* y *Los Goms*.

Mi Gran Amigo, realizada por Gustavo Loza, contaba con 65 episodios de 15 minutos. La serie se enfocaba a niños de 3 a 6 años y tenía un perfil educativo. Los personajes son Ana, Reloj y Azul, un gigante de cuatro metros quien en cada



⁹ Canal Once. Reporte anual 1999, p. 11.

episodio descubre algo nuevo del mundo del niño preescolar. Azul y sus amigos conviven diariamente en un *set* que parece dibujado a mano. El programa combinaba drama, cápsulas con niños preescolares y pequeñas animaciones.

Camino a casa es una serie de 13 cortometrajes de ficción, realizada por Gustavo Loza y dirigida a niños de 6 a 9 años. A través de pequeñas historias de 13 minutos, filmadas en 16mm, los niños expresan situaciones cotidianas en las que se ven confrontados y ante las que deben tomar decisiones que ponen a prueba sus valores y que nos introducen al mundo infantil.

Los Goms era una serie de 40 episodios de corta duración o *fillers*, realizada por Mónica Albín, en los cuales no había diálogo. Los *Goms* son seres increíbles, monstruos fantásticos de carácter alegre, cuyo universo se sitúa entre la imaginación y el buen humor. Este programa era utilizado como transición o ajuste entre cada uno de los bloques de la Zona O.

Con el lema **El programa donde tú mandas**, *Bizbirije* sale al aire el 25 de noviembre de 1996, bajo la dirección de Patricia Arriaga. Dirigido a niños de 6 a 9 años, *Bizbirije* era conducido por Plutarco Haza, mejor conocido por el público infantil como “Alex”; además de 10 niños y “Barco” el perro. Tenía una duración de una hora, de la cual, 15 minutos eran de producción propia y los 45 restantes eran cubiertos con programas extranjeros.

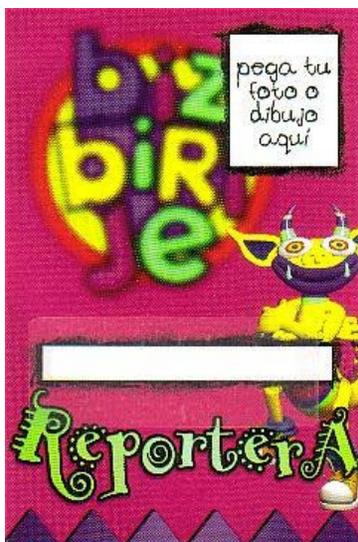
Uno de los elementos de *Bizbirije* eran las tres mascotas que aparecían riéndose a lo largo del programa. Se trata de tres alebrijes que no tienen nombre, simplemente se caracterizan por su color. El alebrije Amarillo que salía patinando, el alebrije Morado volando y el Verde croando y sacando la lengua.

Al respecto, Patricia Arriaga creadora de la serie, comenta: “Otra idea que se pretende infundir en la mente del niño, es que al ser *Bizbirije* el mundo de los alebrijes, es un lugar donde todo puede suceder, y nada es imposible, ya que toda

fantasía se hace realidad. Aquí el pensamiento del niño es libre y tomado en cuenta, puesto que el maravilloso universo Bizbirije sólo lo comparten los alebrijes y los niños.”¹⁰

El formato del programa es *magazine* o misceláneo, “este género, formado por fragmentos o pequeñas partes cuyo hilo narrativo está determinado por un tema, un tono, un género o géneros, una actividad o simplemente por un conductor, recurre a otros géneros para su desarrollo; así, un mismo programa puede incluir en su estructura sección de noticias, mesa redonda, documental, dramatización y números musicales.”¹¹

Bizbirije se formó como un club de reporteros, para pertenecer a él, los niños tienen que mandar una carta con sus datos (nombre, edad, teléfono y dirección) y a cambio reciben una credencial que los acredita como **Reporteros de Bizbirije**.



Credencial de reportero Bizbirije.

La misión: observar, investigar y reportar las situaciones que les llamen la atención o “las grandes hazañas de todos los días”. *Bizbirije* se compone de los

¹⁰ Barragán Cruz, Lorena. *Bizbirije, una alternativa educativa de la televisión infantil mexicana*, p. 109.

¹¹ Linares, Marco Julio. *El guión, elementos, formatos y estructuras*, p. 165.

reportajes de los niños. A través de sus cartas se reciben chistes, trabalenguas, adivinanzas, recetas de cocina, recomendaciones, historias, dibujos, fotografías, etcétera.

Los objetivos que acompañaron la creación de *Bizbirije*, son los siguientes:

- Que los niños y niñas mexicanas contaran con un programa nacional de corte educativo dentro del que pudiesen participar, donde sus opiniones, propuestas e ideas fueran escuchadas y tomadas en cuenta.
- Que los contenidos del programa incluyeran algunos de los problemas que enfrentan cotidianamente los niños y las niñas, haciéndoles sentir de esa manera lo importantes y valiosos que son y el lugar que ocupan dentro de la sociedad mexicana.
- Que permitiera a los niños y niñas ver reflejada su personalidad, al tiempo que les mostrara las características de su país, raza y lengua.¹²

En este sentido, la producción y programación del programa se basa en ciertos lineamientos contenidos en los documentos titulados **Los 10 mandamientos de Bizbirije**, **Las prácticas adecuadas e inadecuadas de Bizbirije** y **Lo que para Bizbirije significa el aprendizaje** (véase Anexo 7).

Para *Bizbirije* el aprendizaje significa mucho más que la capacidad de retener información; es entendido desde un punto de vista más amplio como una respuesta a la curiosidad natural de los niños. Se adquiere observando, preguntando y experimentando.

En *Bizbirije* es importante que los niños descubran el mundo que los rodea ya sea a través del juego o cometiendo errores. De tal forma que el programa

¹² Barragán Cruz, Lorena. Ob. Cit., p. 106.

plantea a los niños actividades, con el objetivo de que no permanezcan pasivos frente al televisor. En los segmentos **Eureka** y **Experimentos** se realizan acciones creativas que ayudan a los pequeños a resolver problemas cotidianos y a entender ciertos fenómenos respectivamente.

Los errores son percibidos como necesarios y naturales en el proceso de aprendizaje y crecimiento. A través de ellos también se obtiene conocimiento y experiencia. En *Bizbirije* no se juzga a los niños por equivocarse, se les alienta a intentar otras soluciones. Durante los **Bloopers**, se muestran los errores de los conductores durante las grabaciones, así, los espectadores pueden ver que no son los únicos que se equivocan y que no está mal hacerlo.

En *Bizbirije* los niños son lo más importante, se trabaja para ellos y con ellos. El contenido del programa está determinado por la vida cotidiana de los niños de entre 6 y 9 años. Se escribe y produce teniendo en cuenta las inquietudes, preguntas y situaciones a las que se enfrenta diariamente un niño de esa edad. El objetivo es que el público se identifique con lo que ve en la televisión.

Son las cartas y llamadas de los televidentes las que proporcionan material para el programa. De ellas se obtiene más que chistes y recetas; son una puerta de acceso al mundo infantil desde su propio punto de vista. **No es justo** es una sección en donde se recrean situaciones que los reporteros viven y con las que no están de acuerdo. Es una posibilidad de denuncia, la cual pocas veces gozan los niños.

Para *Bizbirije* las diferencias regionales y culturales de los niños mexicanos son importantes. La diversidad de costumbres y entornos físicos determinan los intereses, dudas y formas de expresión de los infantes. No se trata de producir para un grupo homogéneo de personas de cierta edad. En el segmento **Vida diaria** reporteros de varias partes de la República Mexicana reciben la visita de las cámaras de *Bizbirije* y cuentan cómo viven, a qué juegan, dónde lo hacen, qué

quieren ser de grandes, etcétera. El propósito es que los pequeños valoren las diferencias culturales y conozcan a través de niños de distintos Estados, su país.

Otra función del programa es fomentar en los televidentes habilidades sociales como el trabajo en equipo, la cooperación, negociación y la capacidad de relacionarse y expresarse. Además de incluir actividades tanto en interiores como al aire libre.

Bizbirije considera importantes las actividades artísticas y deportivas en el desarrollo de los niños. En la sección **Arte**, los reporteros aprenden artes plásticas y manualidades.

La segunda temporada de *Bizbirije* fue del 6 de octubre de 1997 al 20 de septiembre de 1998. Plutarco Haza dejó su lugar a Esteban Soberanes, quien en pantalla se hizo llamar “Emilio, jefe de reporteros”. La duración del programa seguía siendo de 60 minutos distribuidos de la misma manera.

A partir de la tercera temporada (21 de septiembre de 1998 a 24 de noviembre de 1999) *Bizbirije* transmite 45 minutos de producción propia y 15 de programas extranjeros. Durante la cuarta y quinta temporada la distribución del tiempo continúa de esta forma.

A continuación se mencionan algunos de los segmentos que han constituido *Bizbirije*.¹³

Abraca-biz	Sección de trucos de magia.
Arte	Se desarrollan artes plásticas y actividades manuales.
<i>Bloopers</i>	Errores en la grabación de <i>Bizbirije</i> .

¹³ *Ídem*, 71 – 101 pp. y ss. Interpretación propia.

Biz-tracciones	Recomendaciones literarias, teatrales, y de todo tipo de eventos infantiles.
Biz-cocho	Los reporteros enseñan cómo preparar deliciosas y fáciles recetas de cocina.
Buzón	Se revisa al aire la correspondencia.
Chistes, trabalenguas, adivinanzas y colmos	De las cartas, correos electrónicos y faxes de los reporteros.
DIS (Departamento de Investigaciones Secretas)	5 detectives invitan a los reporteros a convertirse en investigadores y resolver los casos que llegan al DIS.
Do - re - biz	Sección de música con Luis Pescetti.
Entre-bizta	Los reporteros entrevistan a personajes famosos.
Eureka	Ingeniosos inventos para solucionar los problemas cotidianos de los reporteros.
Experimentos	Los reporteros realizan sencillos experimentos, que los ayudan a entender ciertos fenómenos.
Garabatijos	Elaboración de dibujos paso a paso.
Manos a la obra	Los reporteros aprenden manualidades.
No es justo	Recreación de las anécdotas que mandan los reporteros, en las cuales plantean situaciones personales que no les parecen justas.
¡Súper sorprendente!	Datos sorprendentes acerca de diversos temas.
Vida diaria	Los reporteros de varias partes del país nos cuentan cómo es su vida diaria.

“Con el propósito de ofrecer a los niños programación divertida y no violenta, el Once adquiere de las más importantes compañías productoras internacionales series infantiles y juveniles que, tomando en cuenta los gustos e intereses de sus televidentes, les abren una ventana al mundo.”¹⁴ Algunas de las series extranjeras que se transmitían en la Zona O eran *El mundo de Beakman*, *Inspector Truquini*, *Pumkel*, *Pastagums*, *Elvis Jones*, *Enigma*, *Cuentos de la Calle*

¹⁴ Canal Once. Reporte anual 1999, p. 20.

Broca, Moomin, Kassai y Leuk, Aventuras de una mosca, Pingu, Kipper y Mumble Bumble.

El mundo de Beakman es una serie conducida por un científico extravagante, acompañado de su escandalosa asistente y Lester, su ratón de laboratorio. Beakman se encarga de dar respuestas científicas a las preguntas que mandan los niños, sólo que lo hace de forma experimental y muy divertida.

“Humor, ternura y diversión se conjugan en *Kipper*, una animación infantil de primera calidad en la que un equipo de escritores e ilustradores que han ganado varios premios internacionales llevan a los niños por un mundo de imagen y aventura en el que se ponen en juego los valores humanos.”¹⁵

En la serie de animación canadiense *Mumble Bumble*, un hipopótamo, una rana y un pollo se hacen preguntas acerca de las cosas sencillas de la vida. Teniendo al mundo como laboratorio, estos amigos salen a buscar respuestas y logran hacer de lo cotidiano algo extraordinario.

El pequeño Elvis Jones, animación producida por la televisión australiana, es la historia de un niño con grandes cualidades musicales. Creador de un estilo propio, Elvis Jones vive con la idea de ser Elvis Presley vuelto a nacer.

En la animación francesa *Enigma*, una chica de 13 años llamada Agatha lleva una doble vida. Por un lado se dedica a sus actividades escolares y por el otro, ayuda a su abuelo Tsing Pao en su lucha contra el crimen. Además tiene un poder mágico, al ponerse sus zapatillas de ballet se transforma en una enigmática heroína.

¹⁵ Ídem, p. 21.

Pastagums, otra serie de animación francesa, nos muestra las aventuras escolares de un grupo de amigos, cuyas ocurrencias no tienen límite y siempre ponen de cabeza a la escuela.

Siguiendo con las animaciones francesas, la Zona O transmitía *Kassai y Leuk*, basada en las leyendas africanas recopiladas por el senegalés Leopold Sedar Senghar. Kassai, el personaje principal, viaja a través de África cumpliendo diversas misiones en nombre de su pueblo. En sus recorridos enfrenta muchos peligros siempre acompañado de Leuk, su conejo y Marana, una hermosa princesa.

Los *Cuentos de la Calle Broca* es una animación francesa. En esta calle parisina vive Monsieur Pierre, quién tiene como vecinos a los pequeños Nadia y Bachir. Monsieur Pierre se encarga de narrarles las fantásticas historias de la Calle, las cuales están llenas de brujas, hadas, diablillos y encantamientos.

En Alemania existen unos duendecillos invisibles que traen bienestar a los hogares, cuidan que no ocurra nada malo y dan consejos a la gente. *Pumukel* cuenta las divertidas travesuras del duende del mismo nombre. En esta serie el personaje principal es un dibujo animado que se mueve en escenas reales filmadas.

De Finlandia la Zona O contaba con *Moomin*. Los moomin son unos seres peculiares y simpáticos que viven en el Valle del mismo nombre. Gracias a la amistad logran salir de los problemas en los que se meten.

Pingu es una serie de corta duración elaborada con la técnica *stop motion*. Pingu es un pequeño pingüino que tiene aventuras en la nieve con sus amigos, su hermanita y sus papás. No hay diálogos.

Aventuras de una mosca es una animación de corta duración, sin diálogos. En ella observamos y somos partícipes de la vida de una simpática mosca, todo desde su punto de vista. La mosca va al gimnasio, se convierte en torero, en abeja y hasta vive su propio *western*.

Durante la gestión de Julio Di Bella se estrenaron *Tweenies* y *Zoboomafoo*. La primera serie es producida por la BBC de Londres, dirigida a preescolares, con un formato de *magazine* combina la animación y la presencia de personas disfrazadas con botargas. Los Tweenies (Jake, Bella, Milo y Fizz) invitan a los niños a cantar, bailar y realizar actividades y juegos.

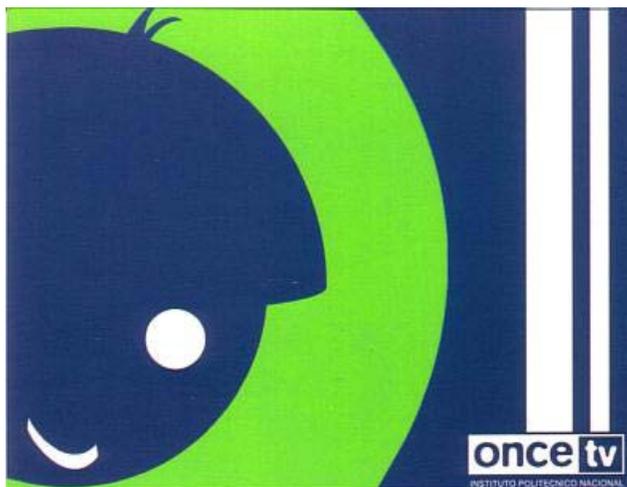
Zoboomafoo es una producción de Canadá que combina animación, ficción, marionetas y personajes animados en plastilina. Los hermanos Chris y Martín acompañados del lémur Zoboomafoo, invitan a los niños a conocer el mundo animal a través del juego y la observación.

3.2 De ¡Imagínate! a Contacto

Con el slogan **¡Imagínate!** en octubre de 2001 dan inicio las transmisiones de Once Niños con un horario de 13:00 a 16:30 horas de lunes a viernes y de las 7.00 a las 10:00 horas los sábados y domingos.

“¿Te imaginas un espacio donde el buen humor y el ingenio se sintonicen en una televisión sana y sin violencia? ¿Te imaginas una televisión para niños y niñas que programe las series más premiadas de México y el mundo? ¿Te imaginas una televisión estimulante, divertida e inteligente compañera? ¡Imagínate en...Once Niños!”¹⁶

¹⁶ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)



Fuente: Once Niños*

Liliana Flores, Max Espejel y Paola Picazo eran los presentadores de la barra, quienes se encargaban de llevar a los niños a través de los programas, cápsulas, retos y juegos. Al mismo tiempo recomendaban exposiciones, libros, visitas a museos y “cientos de sugerencias más para crear y apoyar una cultura de calidad para los niños y niñas.”¹⁷

Entre las cápsulas que entonces integraban la barra infantil de la televisora politécnica se encuentran **Ilusópticus**, **Cuentostados**, **Zig zag zum** y **¡Cháscalas!**. **Ilusópticus** muestra ilusiones ópticas para estimular el pensamiento lateral; en **Cuentostados** los niños encontraban cuentos cortos para fomentar la lectura; **Zig zag zum** es un juego diseñado para mejorar la capacidad de observación y **¡Cháscalas!** para aprender música.

La programación incluía series de Inglaterra, Canadá, Holanda, Alemania, Suecia, Dinamarca, Francia y Estados Unidos. Además las series de producción propia *Mi gran amigo*, *Las Aventuras del D.I.S.*, *Camino a casa* y *Bizbirije*.

* Tarjeta postal proporcionada por la Coordinación de Difusión Once Niños. (Mayo, 2004)

¹⁷ Ídem (enero, 2004)

La serie *Mi gran amigo*, producida por Once TV, era dirigida a los niños preescolares. “Azul es un monstruo bebé que junto con Ana y reloj, explora los retos, las alegrías y los miedos de los niños en edad preescolar. Con la ayuda de los niños televidentes los personajes resuelven toda clase de problemas y les ayudan a ejercitar habilidades propias de su nivel de desarrollo.”¹⁸

“En el Departamento de Investigaciones Secretas se presentan los casos más descabellados. Clark junto con los niños televidentes y su simpática banda de despistados detectives, se encargarán de seguir las pistas.”¹⁹ Los niños que resolvían los casos obtenían las tarjetas coleccionables del D.I.S.

Camino a Casa I y II es una serie de ficción protagonizada por niños y niñas de 6 a 9 años. Estas historias tratan de un grupo de niños que en su camino a casa viven situaciones que ponen a prueba sus valores. “La segunda temporada de esta serie de ficción (...) llega con nuevas historias que hablan sobre el valor de la amistad, la generosidad y la confianza. Los tres nuevos episodios de Camino a Casa, nos muestran el mundo visto a través de los ojos de tres niños que conservan la magia de creer y soñar.”²⁰

Bizbirije festeja su quinta temporada con nuevo formato y secciones. Para entonces el programa contaba con 131 862 reporteros inscritos.

Ventana de Colores siguió constituyendo la programación para niños de 3 a 6 años, al igual que en la Zona O. “En Ventana de colores se encuentra la mejor selección de series cortas de animación: Pablo, Titch, Mumble Bumble y otros entrañables personajes que viven el mundo y hablan el lenguaje de los preescolares.”²¹

¹⁸ *Ídem* (enero, 2004)

¹⁹ *Ídem* (enero, 2004)

²⁰ *Ídem* (enero, 2004)

²¹ *Ídem* (enero, 2004)

De Inglaterra, Once Niños transmitía *Capitán Z*. El capitán y su equipo tienen la importante misión de proteger los sueños de los niños de sus enemigos Snort y Mutter, quienes conciben las pesadillas.

Utilizando la técnica de animación cuadro por cuadro, la barra emitía la serie inglesa *El travieso Ralph*. Ralph es un gato que disfruta de las travesuras y siempre se mete en problemas.

Tweenies es una serie con formato *magazine* producida por la BBC. “Los Tweenies son rojos, azules, verdes, pero sobretodo son extremadamente divertidos. Han logrado capturar a atención de los más pequeños con su música, sus bailes, sus juegos y sus aventuras, que van desde situaciones cotidianas, hasta los enredos más imaginativos que puede enfrentar un Tweenie.”²²

También de Inglaterra se encuentra la serie de ficción *La bruja desastrosa*, en la cual Mildred Embrollo acude a la academia de brujas en donde se ve envuelta en situaciones desastrosas.

Moomin es una animación basada en los cuentos de uno de los autores más reconocidos de Finlandia. Los Moomin son unos seres simpáticos que viven en un bosque en el que les suceden aventuras y situaciones que logran resolver gracias a la amistad.

Mona la vampira es una animación canadiense que narra las aventuras de una niña que se convierte en vampiro y junto con sus amigos la Princesa Gigante y Relámpago salvan la ciudad de los terribles monstruos que la acechan.

²² Ídem (enero, 2004)

De Canadá se encuentra la serie *Zoobomafoo*. A través de técnicas como la animación, ficción, *stop motion* y marionetas, los hermanos Kratt y el lémur Zoobomafoo presentan a los preescolares el mundo animal.

La animación francesa *Cuentos de la calle Broca* presenta las historias de fantasmas, brujas, diablos y vampiros que Monsieur Pierre narra a los pequeños Nadia y Bachir.

Con el slogan **¡Tu y la Paz!**, Once Niños celebró el Día Internacional de la Radio y la Televisión a favor de los Niños y las Niñas en diciembre de 2001. Esta celebración “responde a la convención sobre los derechos de los niños, la que establece que tienen derecho a expresar sus opiniones, obtener información y difundir ideas o informaciones más allá de cualquier frontera.”²³

Desde el estudio Max, Liliana y Paola junto con los niños invitados, motivaron a su público a reflexionar y participar con llamadas en una plática acerca de la paz en su vida, en su casa, escuela, familia y en el mundo.

Bizbirije ha sido uno de los programas más exitosos e importantes dentro de la programación de Once TV por estar especialmente diseñado para y con los niños de México. Con motivo del Día del Niño, el 30 de abril de 2002 el Presidente de la República, Vicente Fox y su esposa, Martha Sahgún asistieron como invitados especiales a *Bizbirije*, en donde recibieron credenciales como reporteros honorarios.

“Preguntas como: qué se siente ser presidente, cuáles son sus pasatiempos, qué se siente ser esposa del presidente, cuánto mide, qué podemos hacer por México o qué querían ser de grandes, no se dejaron esperar; a lo que

²³ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_029.htm (enero, 2004)

respondieron con gran sencillez en un acercamiento muy cálido con los reporteros y reporteras.”²⁴

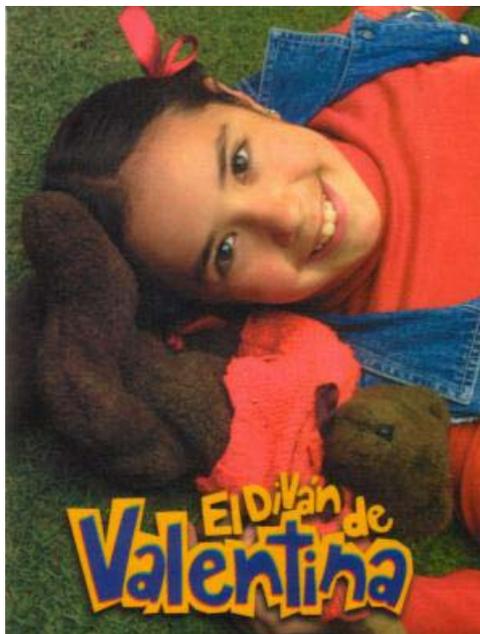
El mismo día se estrenó la primera serie de ficción para niños en América Latina producida por Once TV: *El diván de Valentina*. La serie presenta “un mundo lleno de historias y aventuras sobre lo que significa vivir, reír y hasta llorar en familia. Dirigida a niños y niñas de 5 a 10 años, esta serie de ficción muestra a la familia como un espacio que provee de experiencia a los niños y les permite aprender, crecer y reflexionar. En cada episodio se presenta una experiencia significativa que tiene como trasfondo un valor.”²⁵

La protagonista de esta serie es Valentina Valdez Valdivia (Irene Garibay), una niña de 9 años, quien comparte con los televidentes su mundo familiar desde el diván de su mamá. Su papá Vicente Valdez (Dino García) tiene 42 años y es arquitecto. Berta Valdivia (Irela de Villers) es su mamá tiene 36 años y es terapeuta. Valentina tiene tres hermanos, Vicky (Hannah Recinas) de 14 años, Benito (Erich Harrsh) de 13 y Bruno (Shaí Grinberg) de 13 meses de edad. Además vive con su abuelita, a quien llama Mamaí (Nelly Horsman). Tiene tres mascotas: Manchas, su perro y Tingo y Tango, sus peces.

En *El diván de Valentina* los niños se dan cuenta de que a su edad ciertas situaciones y sentimientos son comunes y normales, además de mostrar a la familia como un núcleo al cual pertenecen y de donde adquieren apoyo en todas las etapas de su desarrollo.

²⁴ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_045.htm (marzo, 2004)

²⁵ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_043.htm (febrero, 2004)



Fuente: Once Niños.*

En octubre de 2002 y como parte de la nueva imagen de Once TV la otra mirada, Once Niños estrenó series, episodios y agrupó la programación en barras especiales. *Ventana de colores* desapareció aunque no la programación para preescolares.

De lunes a viernes a las 15:00 horas llegaron las **Criaturas de las 3 de la tarde**. En esta sección se presentaban *Mona la vampira*, *Los siete monstruitos* y *Dragones de la mesa cuadrada*.

Todos los viernes a las 15:30 horas, lo mejor de Once niños, *Cuentos de la Calle Broca*, *Mowgli* y *Dino Detectives*, en los **¡Viernes especiales!**.

Los pequeños podían ver historias fantásticas todos los sábados de las 8:00 a las 10:00 de la mañana en **Sabacadabra**, con las series *Mona la vampira*, *Moomin*, *Cuentos de la Calle Broca* y *La bruja desastrosa*.

* Tarjeta postal proporcionada por la Coordinación de Difusión Once Niños. (Mayo, 2004)

El Capitán Z, Bizbirije, Camino a Casa, Me encanta mi ciudad, Tracey McBean, La bruja desastrosa y El diván de Valentina salían al aire todos los domingos de las 7:00 a las 10:00 horas en **Historias Domingueras**.

Se estrenaron las series *El mundo de los animales, Dragones de la mesa cuadrada, Los siete monstruitos, Mowgli, Dino Detectives y Tracey McBean. Las Aventuras del D.I.S., El diván de Valentina, Moomin, Mona la vampira y Zoboomafoo* estrenaron episodios.

Bizbirije presentó tres segmentos nuevos: **Biztorias, Papirolas y Eureka**. En **Biztorias** se encontraban “historias de todos los días que muestran cómo enfrentar situaciones cotidianas.”²⁶ En **Papirolas** aprenden a transformar el papel en figuras; y en **Eureka** se muestran ingeniosos inventos para solucionar problemas cotidianos.

También en octubre de 2002, Once Niños ganó el Premio Internacional de Televisión para la Juventud otorgado por el Festival *Prix Jeunesse*, “auspiciado por la UNESCO, el Consejo de Europa, la Comisión Europea y el Consejo Nacional para la Investigación Científica de Francia en el marco del Festival de Imagen y Ciencia, que organiza el Consejo Nacional de la Investigación Científica de Francia.”²⁷

Patricia Arriaga, directora de Once Niños señaló que “Once Niños fue considerado para llevarse este galardón debido al trabajo que realizamos con los niños, a las políticas que hemos implementado y que están centradas realmente en ellos, para hacer una televisión para y desde los niños.”²⁸ (Véase Anexo 7)

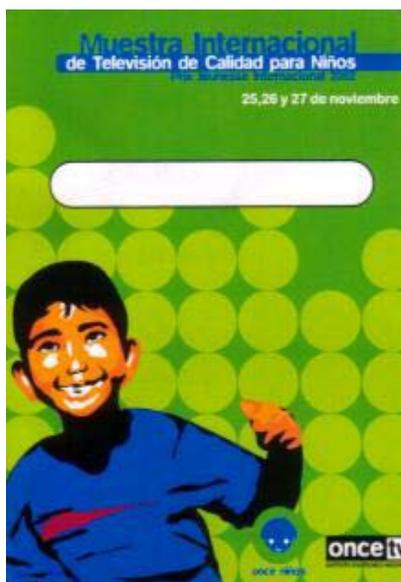
²⁶ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_069.htm (marzo, 2004)

²⁷ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_070.htm (enero, 2004)

²⁸ *Ídem* (enero, 2004)

El Festival de Imagen y Ciencia otorga reconocimiento al talento, la investigación que da sustento al proyecto, la calidad y la temática que plantea la televisión. Por otro lado el Festival *Prix Jeunesse*, con sede en Munich, Alemania “se lleva acabo cada dos años y premia programas con altos estándares de producción que ayuden a niñas y niños a desarrollarse emocional, intelectual y/o socialmente, y que contribuyan a que los niños vean su mundo, sus preocupaciones y a sí mismos reflejados en la televisión. Ganar el *Prix Jeunesse* ha sido el mayor honor en el mundo de la televisión para niños desde 1968.”²⁹

Del 25 al 27 de noviembre del mismo año, Canal Once organizó a través de Once Niños la Muestra Internacional de Televisión de Calidad para Niños Prix Jeunesse Internacional 2002, misma que se realizó en las instalaciones de la Cineteca Nacional.



Gafete otorgado a los asistentes de la Muestra.*

La muestra incluyó conferencias, mesas redondas y una selección de 38 programas del Festival Prix Jeunesse, producidos en Alemania, Australia, Bélgica,

²⁹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_075.htm (enero, 2004)

* Muestra Internacional de Televisión de Calidad para Niños Prix Jeunesse Internacional 2002.

Brasil, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, Holanda, Inglaterra, Irán, Israel, Japón, Kenia, Noruega y Suecia.

Entre los ponentes que participaron en la Muestra se encuentran Ursula von Zallinger, secretaria ejecutiva de Prix Jeunesse; Jenny Buckland, directora ejecutiva de la Fundación Australiana de Televisión para Niños; Peter Moss, vicepresidente de entretenimiento de Corus Televisión; Bernardita Prado, jefe de fomento del Consejo Nacional de Televisión; David Kleeman, director ejecutivo del Centro Norteamericano sobre Medios y Niños.

De Once Niños colaboraron la directora Patricia Arriaga; Mariana Cano, jefe de programación para Niños; Alfredo Castañeda, productor de Bizbirije; Alfredo Marrón, jefe de producción; Carolina Rivera, creadora y escritora de programas y Patricia Gutiérrez, diseñadora pedagógica de programas.

Además intervinieron Ma. Teresa Guevara, directora de A favor de lo Mejor; Ury Harad, director de Plaza Sésamo; Marcela Lemberg, vocera del 30 Aniversario de Plaza Sésamo; Rosy Ocampo, directora de Televisa Niños y Fritz Wingartshofer, especialista en televisión cultural y televisión para niños.

Desde 1992, el segundo domingo de diciembre se celebra anualmente el Día Internacional de la Radio y la Televisión a Favor de los Niños y las Niñas. En el 2002, Once Niños lo celebró con programación especial de las 7:00 a las 12:00 horas. Los presentadores Max, Liliana y Paola platicaron con los niños vía telefónica bajo el *slogan* **Préndete y exprésate**, ayudando a su auditorio a convertirse de observadores pasivos en participantes activos.

“El objetivo de Once Niños es promover que los pequeños practiquen su derecho a la expresión, lo cual incluye la libertad de buscar, recibir y difundir

información de todo tipo, ya sea oral, escrita o impresa, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.”³⁰

Se transmitieron episodios especiales de *Tweenies*, *Bizbirije*, *El mundo de los animales*, *Zoboomafoo*, *Camino a Casa*, *Me encanta mi ciudad*, *La bruja desastrosa*, *El diván de Valentina*, *Tracey McBean*, *Wallace y Gromit* y la película *El piano mágico de Sparky*. Conjuntamente a lo largo del día se emitieron spots de la UNICEF acerca de los derechos de los niños y durante los cortes de Once Niños, las cápsulas **El tren de mi vida**, en donde varios niños cuentan su biografía ilustrada con fotografías.

En marzo de 2003, *Bizbirije* inició una nueva etapa con Mario como nuevo jefe de reporteros. En un programa especial Emilio (Esteban Soberanes) se despidió de los reporteros y dio la bienvenida a Mario (Mario Pérez de Alba). Anteriormente Mario fue presentador de la Zona O en Once TV y conductor de *Zapping Zone* para Disney Channel.

“A partir del 3 de marzo Mario se hace cargo de los reporteros y reporteras de *Bizbirije*, el equipo más prendido de la televisión. El nuevo jefe de reporteros los invita a que sigan cumpliendo con su misión en *Bizbirije*: reportear. Y continúen mandando sus reportajes para compartir con él y con otros reporteros lo que piensan, sientan y hagan.”³¹

³⁰ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_077.htm (enero, 2004)

³¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_084.htm (marzo, 2004)



Fuente: Once Niños.*

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.”³²

En este contexto Once Niños realizó cambios tanto en imagen y concepto como en programación. Los cambios fueron el resultado de investigaciones de audiencia, antropológicas y psicológicas. La barra aumentó su horario media hora más, de las 13.00 a las 17:30 horas de lunes a viernes.

El *slogan* **¡Imagínate!** dejó su lugar a **Contacto**. La directora de programación de Once Niños, Mariana Cano, comenta al respecto: “la investigación reveló que le estábamos llegando a los niños de cuatro, entonces nos pusimos a investigar quiénes teníamos que ser para atrapar a más niños.”³³

* Tarjeta postal proporcionada por la Coordinación de Difusión Once Niños. (Mayo, 2004)

³² http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_107.htm (enero, 2004)

³³ Entrevista a Mariana Cano, directora de programación Once Niños, realizada el 1 de abril de 2004.

Se realizaron etnografías con niños de ocho años, “en la investigación descubrimos que los niños se sienten como un escucha pasivo en este mundo. Todo lo ven y todo lo oyen, pero nadie les pregunta ¿qué? Nadie les explica ¿qué? Entonces nosotros no podemos ponernos en la tele como los sabelotodo, debemos ponernos más escucha y más en contacto con ellos.”³⁴

“El **Contacto** no es nada más decirlo, es vivirlo.”³⁵ En Once Niños los presentadores dan un tema semanal, no son ellos quienes hablan; Max y Liliana invitan a los niños a que participen, a que llamen y escriban para dar su opinión, compartir sus experiencias y sentimientos; “(...) como en secreto, como sus confidentes. Y creímos que la palabra más adecuada era contacto y quitamos el **¡imagínate!** para que la barra le llegue a niños de más edades, no nada más a los de cuatro.”³⁶

En el 3er Encuentro de Canal Once con el Televidente y No Televidente, realizado del 31 de marzo al 6 de abril de 2003 a través de llamadas telefónicas y vía Internet, el total de participaciones fue de 12 836. El 40% de estas fue de niños de 4 a 12 años de edad. (Véase Anexo 5)

Al respecto Mariana Cano comenta: “Para nosotros no es novedad, diario nos llaman 500 niños y lo que les preguntes te contestan. Una de las partes más importantes de Once Niños es la interactividad, es el escucharlos, además lo que dicen sí es tomado en cuenta. Ellos participan porque saben que son tomados en cuenta. Esa es nuestra gran bondad, además es un proceso honesto.”³⁷

El estudio de transmisión de Once Niños también tuvo cambios importantes. Antes era un espacio pequeño, cerrado, pintado de verde y en el cuál había

³⁴ Ídem.

³⁵ Ídem.

³⁶ Ídem.

³⁷ Ídem.

asientos de colores para los presentadores e invitados. Actualmente el set es más amplio y está dividido en escenarios.

Por un lado se encuentra el escritorio con una computadora, desde la cual Liliana y Max responden los correos electrónicos que reciben diariamente. De color amarillo hay una sala de lectura con un librero que tiene la forma del símbolo del infinito, empotrado en la pared. En este espacio se transmite la sección **Once Libros**.

Del techo cuelga una pantalla de televisión plana; a cada lado de ésta hay dos bancos de aluminio. En este sitio los presentadores se enlazan a la patrulla **Contacto Móvil** y dan algunos **Periscopios**. Por otro lado se ubica una sala roja que tiene de fondo el logotipo de Once Niños. Finalmente hay un espacio rojo con un sillón en forma de dona.

Se estrenaron las series *Fetch el veterinario*, *Franklin*, *Grafitos* y *Los misterios de Merville*. También los segmentos **Contacto móvil** y **Once Libros**. En el **Contacto móvil** Ilse y Daniel transmiten desde las calles de la ciudad y hacen contacto con los niños de México. **Once Libros** busca fomentar la lectura en el público de la barra.

Los cambios también incluyeron a *Bizbirije*; en noviembre inició su octava temporada, al mismo tiempo estrenó escenografía y los segmentos **Se me hizo fácil**, **¿Qué decides?**, **Reporteros fenomenales**, **Reporte del clima** y **Reportaje sobre ruedas**.

“El nuevo Centro de Operaciones Bizbirije (...) cuenta con tres sets: el escritorio lleno de luz de Mario, una sala para dar lectura a las cartas de los reporteros y reporteras y la mesa de trabajo de los niños; espacios con colores

brillantes llenos de luz que invitan a los niños y niñas televidentes a tener un lugar así para trabajar.”³⁸

Se me hizo fácil es una comedia de situación que muestra lo que le sucede a varios niños al querer cubrir errores o mentiras por subestimar las consecuencias de una decisión equivocada.

¿Qué decides? plantea situaciones familiares en las cuales se debe tomar una decisión. Al final del programa se dan los resultados de las llamadas telefónicas con la participación de los niños televidentes, quienes eligen entre las dos opciones guiados por su criterio.

En **Reporteros fenomenales** los reporteros y reporteras muestran alguna particularidad que los distingue de los demás y los hace únicos.

Reporte del clima: mediante la parodia de los reportes climatológicos Bizbirije se acerca aún más a cada región del país.”³⁹

Los reporteros televidentes de *Bizbirije* se apoderan de las cámaras y micrófonos para mostrar un reportaje sobre un momento importante en sus vidas en **Reportaje sobre ruedas**.

Del 8 al 23 de diciembre de 2003 se presentaron cápsulas de *Bizbirije* en Boston. Kevin y Atzin, niños conductores de *Bizbirije* viajaron a Boston y se hospedaron en la casa de Francesco y Shing Ying, niños conductores del programa *Zoom*, producido por la WGSBH de Boston.

“Las cápsulas grabadas en Boston cumplen con el propósito de Bizbirije de fomentar la identidad para que los televidentes se vean reflejados en sus

³⁸ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_109.htm (marzo, 2004)

³⁹ Ídem (marzo, 2004)

semejantes, aunque pertenezcan a distintos grupos culturales o regionales, y descubran las diferencias de su entorno e identifiquen muchas cosas en común: su familia, sus amigos, sus deseos y sus necesidades, entre otras.”⁴⁰

El 14 de diciembre del mismo año se celebró el Día Internacional de la Radio y la Televisión a favor de las Niñas y los Niños. Max y Liliana invitaron a los televidentes a expresar su opinión acerca de la diversidad cultural de nuestro país.

“Once Niños dedicará ese día a los niños de México para oír su voz a través de llamadas telefónicas, pues todos tienen el derecho de expresarse y decir lo que piensan. Ya sea que vivan en Chiapas, Baja California, Guerrero o Puebla, en la ciudad, el campo, la selva o el desierto, siempre hay algo que les hace sentir orgullosos del lugar donde viven.”⁴¹

La programación incluyó episodios especiales de *Camino a Casa* y *El diván de Valentina*. Igualmente se presentaron varios segmentos de **Vida diaria** de *Bizbirije*, en los cuales niños de diversas partes del país cuentan cómo es el lugar donde viven.

También en diciembre de 2003 Once Niños estrenó la producción propia *Rock en contacto*, con un formato *docu-reality*. Más de 50 bandas de niños de entre 8 y 15 años respondieron a la convocatoria de Once TV para concursar en la selección de tres de ellas, quienes grabarían un disco con el sello EMI Music.

Rafael Illescas, jefe de producción de Once Niños comenta el origen de la serie. “Existía la inquietud de realizar un programa musical para la barra. Se planteó originalmente un programa con Luis Pescetti, que se llamaba *Hola Luis*, que por diversas circunstancias no se pudo llevar a cabo. Originalmente *Rock en contacto* se llamaba *Hagamos una banda*, se había planteado que vinieran niños,

⁴⁰ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_119.htm (marzo, 2004)

⁴¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_120.htm (enero, 2004)

se presentaran y se formara una banda. Pero era muy poco tiempo para poder integrar una banda de niños que realmente tocara con calidad. Siempre fue manejar muy honestamente el asunto de que los niños tocaran y hablaran de lo que a ellos les pasa y les interesa en sus canciones. Entonces se modificó el concepto y se llamó *Rock en contacto*.⁴²

“*Rock en contacto* se propone fomentar la calidad de la música creada por niños, quienes son generadores de música de calidad y letras que reflejen su mundo y sus intereses.”⁴³

El objetivo del programa es mostrar a los niños las fases por las que atraviesa la formación de una banda, desde la selección de los integrantes, las letras y musicalización, los ensayos, presentaciones en vivo y finalmente la grabación del disco y video.

En *Rock en contacto* la participación de los niños fue fundamental; además de participar en el concurso, los televidentes votaron para seleccionar a la banda ganadora. **Astronautas, Ellie y Kids and Rock** fueron las bandas finalistas.



Fuente: http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once *

⁴² Entrevista con Rafael Illescas, jefe de producción Once niños, realizada el 14 de mayo de 2004.

⁴³ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_118.htm (enero, 2004)

* http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_134.htm (marzo, 2004)

Durante los primeros 5 episodios de la serie se narró la competencia de las tres bandas. En las siguientes 8 emisiones se documentó el desarrollo musical de la banda ganadora, pasando por las clases de música en EMI Music, los ensayos con el productor del disco, el diseño de imagen, el diseño de arte, presentaciones en vivo, y la grabación de un video clip y del disco.

La banda seleccionada por el auditorio de Once Niños fue **Astronautas**, integrada por Nancy Mejía Martínez, vocalista; Daniel Domínguez Ramírez en la batería; Sinúe López Lara en el bajo y Ramsés López Lara en la guitarra. El segundo lugar lo obtuvo **Ellie** y **Kids and Rock** el tercero.

Para concluir *Rock en contacto*, en el marco del 45 aniversario de Once TV se llevó a cabo un concierto en el foro “D” de Canal Once. **Astronautas** compartió el escenario con **Ellie** y **Kids and Rock**. “Julio Di Bella, director general de Canal Once, estuvo acompañado por más de 500 niños y niñas, junto con sus papás, además de representantes de los medios de comunicación y funcionarios de la televisora del Instituto Politécnico Nacional.”⁴⁴

3.3 Audiencia

Canal Once llega a 27.5 millones de televidentes potenciales por señal abierta. En abril de 2004 se puso en marcha el lanzamiento de la señal internacional que cubre el territorio de Estados Unidos. El *target* o público meta al que va dirigida la barra son niños de 4 a 12 años.

El conocimiento de la audiencia es fundamental para Once Niños. Esto se lleva a cabo a través de la Coordinación de Investigación, quien se encarga de observar, monitorear y analizar a los televidentes y su entorno. Asimismo mantiene al personal de la barra informado acerca del comportamiento y opinión de los niños.

⁴⁴ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_134.htm (marzo, 2004)

El principal objetivo de la Coordinación es conocer a los niños; para lograrlo se realizan monitoreos, encuestas, sondeos telefónicos, grupos focales, sesiones de observación y análisis de audiencia y *rating*.

Los monitoreos abarcan medios electrónicos (Internet, televisión abierta y televisión de paga) y escritos (periódicos y revistas). En el caso de televisión abierta, se sondea la oferta de los demás canales en el horario de Once Niños. En los medios escritos se presta especial atención a las noticias relacionadas con niños y su mundo.

Los grupos focales “consisten en reuniones de grupos pequeños o medianos (5 a 10 personas), en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales.”⁴⁵ Se realizan en las instalaciones de Canal Once o en escuelas primarias. Los niños se seleccionan de acuerdo a la edad y a la actividad a realizar.

“Hay dos vertientes en grupos focales; la primera es visionar las cintas que estamos a punto de adquirir. Siempre se prueban las series para conocer la opinión de los niños. Y también vemos lo que piensan acerca de un tema específico.”⁴⁶

Las sesiones de observación consisten en ir a lugares donde se encuentren niños en un ambiente propio, por ejemplo, ludotecas, parques de diversiones, escuelas. Esta dinámica es la única en la cual todo el personal que labora en Once Niños está involucrado.

Hay dos tipos de observación, la silenciosa y la participativa. “La primera consiste en ir al lugar y prestar atención a los niños. Observamos a qué juegan,

⁴⁵ Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la investigación, p. 465.

⁴⁶ Stivaliss Licon, coordinadora de investigación Once Niños, entrevistada el 1 de abril de 2004.

cómo platican, qué comen, cómo se sientan, todo. Y la participativa es interactuar con el niño; platicas con él, te fijas cómo habla, qué palabras usa, cómo se comunican.”⁴⁷

Las encuestas telefónicas se llevan a cabo cuando se necesita la opinión de muchos niños (50 ó más). Consisten en “aplicar el cuestionario a los respondientes por este medio de comunicación.”⁴⁸ Los teléfonos, nombres y edades se obtienen de las llamadas que se reciben. Se pide hablar con los padres y se les explica el motivo de la llamada, si ellos autorizan la encuesta se habla con los niños.

Para conocer a su audiencia, las cartas que llegan a *Bizbirije* y Once Niños mensualmente, pasan por varias Coordinaciones. Son recibidas por el Centro de Atención a Niños, quienes las leen y les anexan una papeleta indicando el sexo y edad de quien la escribió, así como el lugar de procedencia; si se trata de un reportero *Bizbirije* se anota la clave secreta.

De ahí pasan a la Coordinación de Apoyo Pedagógico de *Bizbirije*, en donde las leen y seleccionan contenidos (chistes, recetas, recomendaciones, etc.) para el programa. Ellos las entregan a la Coordinación de Investigación en dónde una vez más se leen.

Al igual que las llamadas, las cartas también se tabulan. Se anota en los formatos correspondientes si fueron escritas por un niño o niña o si las escribió un adulto; la edad y el Estado de procedencia.

La correspondencia se clasifica como carta, fotografía, caricatura Once Niños, caricatura de otro canal, logotipo *Bizbirije*, reportajes especiales y otros. El contenido se registra de acuerdo a las siguientes categorías: chiste, trabalenguas,

⁴⁷ *Ídem.*

⁴⁸ Hernández Sampieri, Roberto. *Ob. Cit.*, p. 408.

adivinanzas, receta, recomendaciones. En el formato se anotan las preferencias por series (*Zoboomafoo, La Mosca, El diván de Valentina, Mona la Vampira*, etc.) y por secciones (**Garabatijos, No es justo, Do re biz, Vida diaria, Manos a la obra**).

Asimismo la Coordinación se encarga del análisis de la audiencia y del *rating*. El *rating* es el “porcentaje de hogares o personas con la TV encendida en un canal y hora específicas en relación al total de TV hogares.”⁴⁹ La medición de los *rating* está a cargo del Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE). “Ellos miden el *rating*, nos lo mandan y nosotros nos encargamos de analizarlo. En las cartas y llamadas identificamos los Estados, delegaciones y colonias donde viven los niños que nos ven, así como el nivel socioeconómico al cual pertenecen.”⁵⁰

A continuación se presentan los programas infantiles de Canal Once con más altos niveles de *rating* de acuerdo a la división IBOPE-AGB México durante el mes de febrero de 2004. Los datos se obtuvieron en una muestra representativa de 600 telehogares del Distrito Federal y área metropolitana, que incluye 16 delegaciones y 30 municipios conurbados. Adicionalmente contempla 300 TV hogares de la muestra especial de TV pagada (total de 900 hogares).⁵¹

De acuerdo al *Libro Mercadológico de la Megaciudad de México*⁵², publicado por el Buró de Investigación de Mercados, S.A. de C.V., la clasificación del nivel socioeconómico es la siguiente:

⁴⁹ <http://www.ibope.com.mx> (febrero, 2004)

⁵⁰ Stivaliss Licon, coordinadora de investigación Once Niños, entrevistada el 1 de abril de 2004.

⁵¹ “IbopeTV”, *Merca 2.0*, Año 3 No. 25, mayo 2004, p. 76.

⁵² <http://coparmexdf.org.mx/df/pdf/Azcaptzalco.pdf> (mayo, 2004)

CANAL ONCE		
Febrero, 2004		
GÉNERO	PROGRAMA	RATING
Musical	Rock en contacto	1.7
Series	El diván de Valentina	3.0
Infantil	Bizbirije	2.1
	Zoboomafoo	2.0
	Bizbirije - Sábado	1.2
Caricaturas	Cuentos de la Calle Broca	3.0
	Mona la Vampira	2.6
	Jack y Marcel	2.4

Fuente: Merca 2.0, Año 3, número 25, mayo 2004.

NIVEL	DESCRIPCIÓN GENERAL	INGRESO MENSUAL FAMILIAR	ESTRATO
A/B	Personas con el más alto nivel de vida e ingresos	Al menos \$50 000	ALTO
C+	Personas con ingresos o nivel de vida ligeramente superior al medio	Desde \$21 000 hasta \$49 000	MEDIO ALTO
C	Personas con ingresos o nivel de vida medio	Desde \$6 000 hasta \$20 000	MEDIO
D+	Personas con ingresos o nivel de vida ligeramente por debajo del nivel medio	De \$4 000 a \$5 000	BAJO ALTO
D	Personas con un nivel de vida austero y bajos ingresos	De \$1 500 a \$3 000	BAJO
E	Personas con menores ingresos y nivel de vida	Menor a los \$1 500	POPULAR

“El grueso de nuestra población son niños de 8, 10 y 11 años, de nivel socioeconómico D+, C y D. El año pasado se incrementó el porcentaje de niños de nivel alto, pero la mayoría son de nivel bajo alto.”⁵³

⁵³ Stivaliss Licona, coordinadora de investigación Once Niños, entrevistada el 1 de abril de 2004.

De acuerdo a los datos proporcionados por la Coordinación de Investigación Once Niños, en el periodo comprendido del 1 de enero de 2004 al 31 de marzo del mismo año se recibieron 28 366 llamadas telefónicas. De las cuales el 63% fueron hechas por niñas, el 36.9% por niños y 3% no especificaron.

SEXO	TOTAL DE LLAMADAS
Femenino	17 893
Masculino	10 472
No especificado	866
Total	28 366

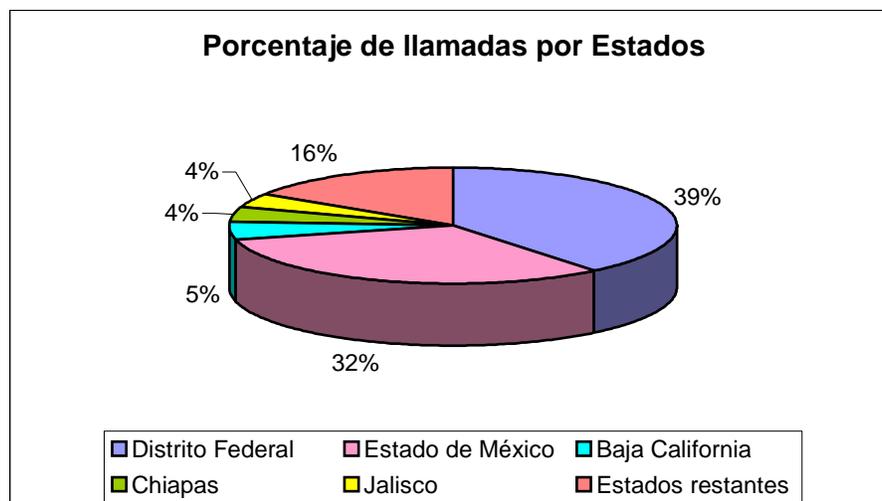
Fuente: Once Niños.

La mayoría de los niños que se comunicaron tienen entre 8 y 10 años (60%). El 17.7% tiene 10 años; el 16.8%, 11; el 14.9%, 9 y el 10.7%, 8.

EDAD	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1	10	11	21
2	37	34	71
3	67	102	169
4	266	220	486
5	421	439	860
6	722	502	1 224
7	1 120	864	1 984
8	2 138	909	3 047
9	2 920	1 333	4 253
10	3 358	1 665	5 023
11	3 385	1 405	4 790
12	1 753	927	2 680
13	651	361	1 012
Más de 13	1 043	1 699	2 742
TOTAL	17 891	10 471	28 362

Fuente: Once Niños.

El 84.2% de las llamadas se realizaron desde el Distrito Federal, el Estado de México, Baja California, Chiapas y Jalisco. El 15.8% restante se distribuyó en las demás Entidades Federativas.



Elaboración propia con datos de Once Niños.

Las llamadas recibidas del Distrito Federal fueron 11 121; las cuales pertenecen en su mayoría a niños que viven en la Delegación Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Azcapotzalco, Cuauhtémoc, Álvaro Obregón y Coyoacán.

DELEGACIÓN	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
Iztapalapa	1 445	885	2 330
Gustavo A. Madero	968	570	1 538
Azcapotzalco	643	332	975
Cuauhtémoc	533	294	827
Álvaro Obregón	491	259	750
Coyoacán	485	243	728
Total			7 148

Fuente: Once Niños.

De acuerdo al registro estadístico de *Bizbirije*, que abarca el periodo comprendido entre el 25 de noviembre de 1996 y el 13 de mayo de 2004, existen 187 056 reporteros inscritos. El 52.1% son niñas y el 47.8% niños.

SEXO	TOTAL DE REPORTEROS
No especificado	16
Femenino	97 486
Masculino	89 554
Total	187 056

Fuente: Once Niños.

Del total de reporteros *Bizbirije*, 114 537 tiene actualmente entre 1 y 12 años de edad. Los 72 519 restantes tienen más de 13 años. El 8.8% tiene 11 años; el 8.6%, 12 y el 8.4%, 10.

EDAD	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1	111	125	236
2	452	501	953
3	1 305	1 370	2 675
4	2 305	2 349	4 654
5	3 449	3 336	6 785
6	5 284	4 985	10 269
7	6 266	5 870	12 136
8	7 164	6 583	13 747
9	7 793	6 949	14 742
10	8 321	7 412	15 733
11	8 809	7 663	16 472
12	8 647	7 488	16 135
TOTAL	59 906	54 631	114 537

Fuente: Once Niños.

Conforme a los datos proporcionados por Once Niños, la mayoría de los reporteros *Bizbirije* asiste a escuelas de gobierno y pertenece al nivel socioeconómico D+ (bajo alto), C (medio) y D (bajo).

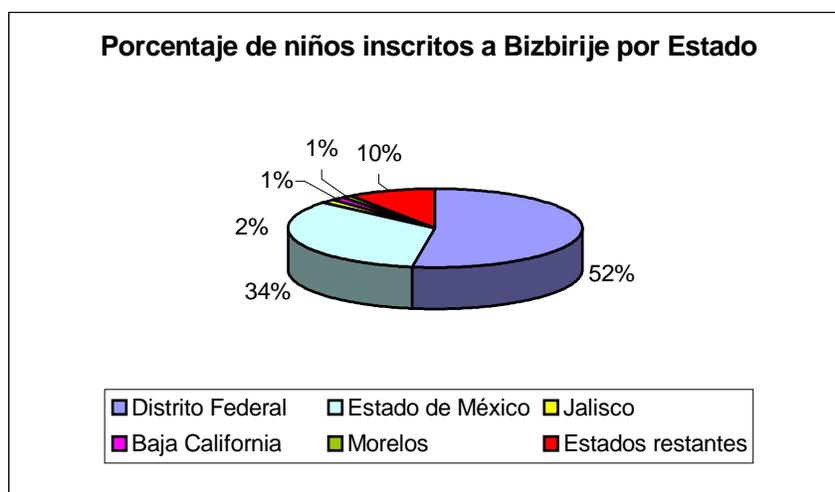
ESCUELAS	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
No especificado	19 858	18 992	38 850
Gobierno	49 808	45 372	95 180
Particular	27 754	25 136	52 890
Total	97 420	89 500	186 920

Fuente: Once Niños.

NIVEL SOCIOECONÓMICO	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
No especificado	19 525	16 777	36 302
A/B	1 923	1 631	3 554
C+	3 077	2 764	5 841
C	21 560	20 020	41 580
D+	42 824	40 288	83 112
D	7 485	7 034	14 519
E	999	946	1 945
Total	97 393	89 460	186 853

Fuente: Once Niños.

En el Distrito Federal residen 98 275 reporteros; 63 075 en el Estado de México; 3 163 en Jalisco; 2 473 en Baja California y 2 431 en Morelos; lo cual da un total de 90.3%. El 9.7% restante se distribuye en los demás Estados.



Elaboración propia con datos de Once Niños.

De los 98 275 reporteros del Distrito Federal, el 17.3% vive en la Delegación Iztapalapa; el 14.12% en la Gustavo A. Madero; en 9.2% en Coyoacán; el 7.7% en Azcapotzalco; el 7.3% en Cuauhtémoc y el 6.8% en Álvaro Obregón.

DELEGACIÓN	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
Iztapalapa	8 773	8 236	17 009
Gustavo A. Madero	7 111	6 767	13 878
Coyoacán	4 682	4 373	9 055
Azcapotzalco	3 914	3 680	7 594
Cuauhtémoc	3 728	3 538	7 266
Álvaro Obregón	3 545	3 138	6 683

Fuente: Once Niños.

Como conclusión y retomando los datos anteriormente citados, podemos definir el perfil sociodemográfico del televidente de Once Niños:

- Edad: entre 9 y 12 años.
- Nivel socioeconómico: D+, C y D.
- Lugar de residencia: Distrito Federal, Estado de México, Baja California y Jalisco.
- Delegaciones: Iztapalapa, Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón, Azcapotzalco, Coyoacán y Cuauhtémoc.

3.4 Segmentos

A continuación se describen las secciones que integran la barra infantil de Once TV, independientemente de las series que transmite Once Niños. Los segmentos son los siguientes: recursos técnicos (identificaciones, cortes de canal y cortinillas), presentadores, **Periscopio**, **Once Libros**, pregunta de la semana, **Contacto móvil** y los juegos **¡Cháscalas!**, **Figurateteté**, **Ilusópticus**, **Psicodelia**, **Tres tris trazos** y **Zig zag zum**.

3.4.1 Recursos técnicos

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 es un trabajo hecho en película de cine de 8mm, material caprichoso que se trabaja artesanalmente, lleno de texturas, colores, contrastes; material con vida propia que le otorga a las imágenes una característica única. 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.”⁵⁴ Se produjeron más de 100 identificaciones y cortinillas en las cuales se observa México a través de su gente.

Las identificaciones, cortes de canal y cortinillas son inserciones breves (15 segundos) que aparecen a lo largo de las transmisiones. En los cortes de canal se presenta el logotipo de la estación, las siglas de la misma y en el caso de Once TV, la institución a la que pertenece. Las identificaciones distinguen al programa que en ese momento sale al aire. Están integradas por el logotipo del programa, el tema musical del mismo y el slogan.

En Once Niños, los recursos técnicos (identificaciones, cortes de canal, carteleras y promocionales) se produjeron pensando en el público de la barra. En ellas se observan niños desde preescolares hasta los doce años realizando diferentes actividades.

En el horario de preescolares, los niños de las *Id's* o identificaciones tienen entre tres y 7 años y están en el jardín de niños o jugando. A partir del horario estelar o *prime time*, salen niños más grandes jugando en resbaladillas, columpios, bicicletas, con muñecas o con otros niños.

En las identificaciones y cortes de canal, la cámara sigue a los niños en sus actividades hasta que repentinamente voltean o corren a la cámara y muestran una de las palmas de sus manos (en este momento la acción se congela) sobre la cual se inserta el logotipo de Once Niños. Durante las *Id's* se escucha la voz de un niño susurrar “Once Niños”, mientras que en los cortes de canal una niña dice: “Once Niños, en Canal Once del Instituto Politécnico Nacional”. Los cortes de canal se emiten cada hora.

⁵⁴ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_107.htm (enero, 2004)

Las cortinillas que se utilizan en Once Niños, son de dos tipos: carteleras y promocionales. Las carteleras tienen como función indicar qué programas se transmitirán a continuación. En ellas los niños realizan una actividad, por ejemplo, dominadas con un balón de fútbol. Mientras tanto, una niña dice: “Ahora va...luego...y después...”.

Los promocionales o *spots* se utilizan para la difusión de servicios, en este caso las series que integran la barra y su horario de emisión. En ellos, las imágenes corresponden al programa que se esté promocionando.

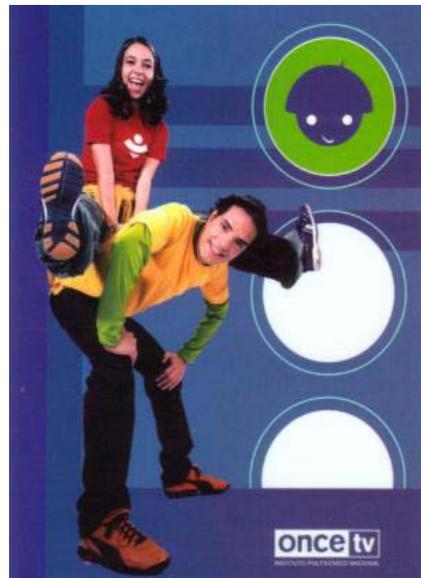
3.4.2 Presentadores

Max Espejel y Liliana Flores son los presentadores de Once Niños. Se les llama presentadores y no conductores porque presentan los programas de la barra, pero no conducen ninguno.

Max y Liliana son dos jóvenes que transmiten entusiasmo, curiosidad y confianza al público de la barra. Al respecto, la directora de programación de Once Niños, Mariana Cano señala que “la misión de Once Niños es que todo es real. Max y Liliana han trabajado en ser ellos mismos bajo la premisa de lo real. Han recibido capacitación para explotar las características de cada uno de ellos y contrapuntearlas para hacerlo atractivo a la hora de estar en pantalla. Salvo temas que no pueden decir por no ser apropiado para los niños, ellos tienen que ser ellos.”⁵⁵

Además de presentar programas, Max y Liliana acompañan a los niños mientras ven la televisión, hablan sobre un tema específico y los invitan a participar en la pregunta de la semana, exponen los segmentos **Periscopio** y **Once Libros**.

⁵⁵ Entrevista con Mariana Cano, directora de programación Once niños, realizada el 1 de abril de 2004.



Fuente: Once Niños.*

3.4.3 Periscopio

“Y para saber a donde ir o que hacer, nuestros presentadores tienen muy buenas ideas: exposiciones, libros, visitas a museos, y cientos de sugerencias más para crear y apoyar una cultura de calidad para los niños y las niñas.”⁵⁶

Estas recomendaciones se transmiten en la sección llamada **Periscopio**, varias veces al día. Además de recomendar eventos, se regalan pases para asistir a los mismos. “El **Periscopio** trata de ofertar contenidos de calidad para niños que tengan que ver específicamente con espectáculos y lugares interesantes para ellos. El requisito más importante para que estos contenidos puedan estar en el segmento es que tengan calidad y siempre como todos los contenidos de Once Niños es que tengan un punto de vista cercano al mundo de los niños.”⁵⁷

Once Niños tiene como objetivo fomentar el desarrollo integral de los niños a través de sus contenidos. Al respecto Andrea Medina, coordinadora de difusión

* Tarjeta postal proporcionada por la Coordinación de Difusión Once Niños. (Mayo, 2004)

⁵⁶ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)

⁵⁷ Andrea Medina, coordinadora de difusión Once Niños, entrevistada el 12 de mayo de 2004.

señala que el “**Periscopio** surge como una necesidad de abarcar y difundir al principio las bellas artes y después se amplió el rango a lo que tuviera que ver con entretenimiento de calidad en el mundo de los niños.”⁵⁸

El segmento busca estimular en los niños la inquietud por el arte, acercarlos a los museos y propiciar experiencias estéticas. “Queremos colaborar para que se les quite la idea de: qué flojera ir a los museos. Creemos que podemos despertar una experiencia estética que te conmueva, que te haga sentir cosas, como ver una pintura o escuchar un tipo de música que nunca has escuchado. Lo que queremos comunicar a los niños es: este es tu museo, es tu pintor, es tu cuadro, aprópiatelo, es tu lugar, no tengas miedo de entrar porque es tuyo.”⁵⁹

Max y Liliana presentan tres **Periscopios** diarios de lunes a viernes. “Tratamos de hacer una oferta equilibrada, presentar teatro, museos, danza, talleres, parques, zoológicos.”⁶⁰ Del mismo modo se mantiene un equilibrio entre los eventos gratuitos y los que tienen costo.

El **Periscopio** se muestra de tres maneras; en la primera, los presentadores dan los datos de los eventos e invitan a los espectadores a asistir. En la pantalla aparece un recuadro con el nombre del evento, el lugar en donde se lleva a cabo y el teléfono al que los niños pueden marcar para solicitar información.

“Tenemos en esta nueva faceta una pantalla de plasma donde aparecen las imágenes de lo que vamos a recomendar, es lo que llamamos **Periscopio** en locación. Llevamos la cámara a eventos que consideramos importantes y que

⁵⁸ Ídem.

⁵⁹ Ídem.

⁶⁰ Ídem.

tengan una temporalidad mínima de un mes y hacemos un pequeño clip especializado para que los niños se interesen en asistir.”⁶¹

Por otro lado se encuentran los **Periscopio** que no tienen como intención recomendar eventos, sino criticarlos. Los presentadores exponen un contenido y le asignan estrellas. “El puntaje máximo son cuatro estrellas, cada una para una categoría. Max y Liliana dicen porqué tiene una estrella en escenografía o porqué no. Entonces llega la información, vamos a verla si vale la pena lo recomendamos, sino se va a la crítica o lo descartamos.”⁶²

La coordinadora de difusión de Once Niños advierte que se realizan grupos focales para medir hasta qué punto los niños televidentes entienden el mensaje. “Por ejemplo, la crítica ya la tienen asumida. Ya saben que cuatro estrellas es la calificación más alta y que es una estrella por criterio.”⁶³

Los **Periscopios** se seleccionan teniendo en cuenta varios factores. Los más importantes son la calidad, que incluyan el punto de vista de los niños y que los contenidos sean compatibles con el código de ética de Once Niños. Es importante señalar que antes de recomendar un evento se tiene que ver y evaluar por la Coordinación de Difusión de la barra.

“Nos acercamos a instituciones que sabemos que manejan eventos para niños con calidad, les ofrecemos el espacio y ellos nos mandan su programación. Pero no quiere decir que forzosamente lo tenemos que incluir. No hay convenios en el sentido de que nos comprometamos a difundir un contenido. Si no cumple con nuestros criterios no lo presentamos. Ahora que el **Periscopio** ya está

⁶¹ Ídem.

⁶² Ídem.

⁶³ Ídem.

posicionado los niños nos hablan y recomiendan eventos. Afortunadamente cuando esto ha sucedido, son contenidos que nosotros ya hemos contemplado.”⁶⁴

Las exposiciones tienen preferencia si incluyen museografía, montajes, espacios lúdicos, mamparas y cédulas especiales para niños; es decir, si son tomados en cuenta desde la planeación de la misma. “Actualmente algunos museos están creando folletos didácticos, invitando a los niños a recorrer la exposición resolviendo pistas; o hacen también catálogos para niños.”⁶⁵

3.4.4 Once Libros

A partir de octubre de 2003 la recomendación de libros, que hasta entonces era contemplada dentro de **Periscopio**, formó un segmento independiente dentro de Once Niños llamado **Once Libros**. “Porque buscamos una cultura de calidad, preparamos un gran proyecto de fomento a la lectura. Si los niños no van a los libros, Once Niños los lleva hasta ellos.”⁶⁶

Dentro del estudio de transmisión de Once Niños hay un espacio especialmente diseñado para la lectura. Es una pequeña sala amarilla en donde hay un librero fuera de lo común. Sobre la pared se encuentra una estructura que casi forma el símbolo del infinito. En el suelo hay varios sillones de colores que invitan a sentarse a disfrutar de un buen libro. Finalmente, al lado y como división está un muro de vidrio transparente que tiene grabado en amarillo el siguiente texto:

leer?
te gusta?
qué te gusta leer?

⁶⁴ Ídem.

⁶⁵ Ídem.

⁶⁶ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_107.htm (enero, 2004)

Desde este espacio Max y Liliana comparten textos con los espectadores. Hay desde libros con ilustraciones grandes y coloridas con poco texto para quienes se inician en la lectura, hasta los que tienen más texto para los niños más grandes. Además, **Once Libros** regala once ejemplares de los libros recomendados a los once primeros niños que llamen al Canal.

3.4.5 Pregunta de la semana

Las llamadas que llegan diariamente son importantes para Once Niños, en ellas se refleja el público, sus gustos, comentarios y quejas. Además se reciben respuestas a la pregunta de la semana.

Cada semana los presentadores hablan de un tema específico, deportes, música, miedo, familia, mascotas, etcétera. La pregunta de la semana está diseñada para que los niños expresen su opinión de acuerdo al tópico propuesto por los presentadores. Sus comentarios se reciben vía telefónica o por correo electrónico y algunos se leen al aire.

Las llamadas llegan al Centro de Atención Telefónica (CAT) que “pertenece a la Red de Centros de Atención Especializada y a la Red Latinoamericana de Centros de Contacto e-contact. El CAT cuenta con una línea de atención especializada en público infantil.”⁶⁷

El CAT imprime las llamadas y las envía a la Coordinación de Investigación de Once Niños, éstas se tabulan indicando si la realizó un niño o niña, de qué edad, de qué Estado y de acuerdo al mensaje se dividen en respuestas a la pregunta de la semana y llamadas generales.

⁶⁷ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_106.htm (marzo, 2004)

Las respuestas a la pregunta se vacían en un formato de Excel, en el cual se indica la edad y el sexo del participante. Al final del mes se imprimen y se archivan en la carpeta “Preguntas de la semana”.

3.4.6 Contacto móvil

En octubre de 2003 el slogan de Once Niños cambió de **¡Imagínate!** a **Contacto**. Pero **Contacto** no sólo es una frase, sino un concepto. Con el objetivo de hacer contacto real con los niños, se crea la patrulla **Contacto móvil**.

Esta patrulla está comandada por Ilse y Daniel, quienes resultaron seleccionados por el público de la barra de entre varios niños que mandaron su fotografía y datos al Canal para ser parte de Once Niños.

Ilse y Daniel tienen la misión de trasladarse a un punto de la ciudad cada viernes y hacer contacto con los niños. Se enlazan al estudio con Max y Liliana, dan su ubicación y piden objetos o hacen preguntas. Los 11 primeros niños que lleguen y hagan contacto reciben paquetes especiales o pases para asistir a un evento.

3.4.7 Juegos

Los juegos son cápsulas de 30 segundos de duración que a través de las imágenes, sonidos y música, enseñan al público de Once Niños que hay diferentes maneras de ver las cosas. **¡Cháscalas!**, **Figurateteté**, **Ilusópticus**, **Psicodelia**, **Tres tris trazos** y **Zig zag zum** se transmiten intercalados en la programación de la barra.

“**¡Cháscalas!** Es un juego con mucho ritmo para aprender música.”⁶⁸ En la pantalla aparecen cuatro o seis líneas horizontales de caras animadas de color blanco. A cada fila le corresponde un instrumento musical. Al comenzar la música,

⁶⁸ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)

se ilumina con un color determinado la fila de caras del instrumento que suena. Los ojos y boca de las caras se mueven al mismo tiempo. El locutor indica qué cara hay que chascar, las azules, verdes, moradas o las que se prendan con el sonido de un silbato, un ladrido, la guitarra, etcétera.

¡Cháscalas! ganó el Bronce en el Premio BDA por diseño en televisión en la categoría *In House Topical Promo* en junio del año 2002. También obtuvo el Oro en el Premio PROMAX por promoción en televisión en la categoría *Children's Program Promotion* en el 2002.

En **Figurateteté** los niños tienen que observar con atención cinco figuras (ranas, changos, mariposas) muy parecidas y encontrar las diferencias. El juego se complica cuando las imágenes se mueven rápidamente. El objetivo es que los niños tomen conciencia de la importancia de los detalles al observar un objeto o situación.

“Ilusópticus: donde encontramos las ilusiones ópticas más locas para estimular el pensamiento lateral.”⁶⁹ En estas cápsulas, los párvulos aprenden que no todo es lo que parece y cómo funciona la percepción visual.

En **Psicodelia** se deforma la imagen de un personaje de las series de Once Niños. El locutor da pistas a los niños para que lo reconozcan mientras la figura en movimiento cambia de apariencia.

En **Tres tris trazos** se presenta una figura y se invita a los niños a imaginar los diferentes objetos en los que se puede encontrar. Por ejemplo, un círculo con una espiral en su centro se encuentra en una paleta, en el caparazón de un caracol o en el cabello rizado de una mujer.

⁶⁹ Ídem, (enero, 2004)

“**Zig zag zum**: es un juego para mejorar la capacidad de observación.”⁷⁰ El juego inicia con una toma muy cerrada o *big close up* de un objeto y poco a poco se va abriendo a *close up*, después a *medium close up*, a *medium shot* hasta llegar a una toma abierta o *full shot*. Entretanto el locutor invita a los niños a adivinar de qué objeto se trata.

El Departamento de Diseño de Once Niños recibió la Plata en el Premio PROMAX en la categoría *Non Promotional Animation Campaign* por los juegos **Ilusópticus**, **Tres tris trazos** y **Zig zag zum** en junio de 2002.

3.5 Programación

La programación dirigida al público infantil está reglamentada por la Ley Federal de Radio y Televisión. En el artículo 59 Bis del Capítulo III, relativo a la programación se indica lo siguiente:

ARTICULO 59 Bis.- La programación general dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de Radio y Televisión deberá:

- I. Propiciar el desarrollo armónico de la niñez.
- II. Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana.
- III. Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional.
- IV. Promover el interés científico, artístico y social de los niños.
- V. Proporcionar diversión y coadyuvar al proceso formativo de la infancia.
- VI. Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.
- VII. La programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta Ley.

En este sentido, Once TV fundamenta las estrategias de producción, adquisición y transmisión de programas en su **Código de ética**. “Canal Once genera, produce y transmite contenidos sustentados en valores humanos ligados esencialmente a la vida, la libertad y el respeto.”⁷¹

⁷⁰ Ídem.

⁷¹ Canal Once, Código de ética. Véase Anexo 5 y http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index.htm

De acuerdo a éste documento, el contenido de la programación de la televisora del Instituto Politécnico Nacional, sigue los siguientes lineamientos:

- Excluir los contenidos televisivos que fomenten la violencia.
- Evitar puntos de vista subjetivos o exclusivos de los hechos y de la realidad.
- Emitir mensajes que impulsen el bienestar social.
- Incluir puntos de vista de distintos sectores sociales y mostrar tolerancia y respeto hacia los mismos.
- Evitar las imágenes pornográficas.
- Transmitir la programación en horarios convenientes de acuerdo a la audiencia para evitar cortes de escenas o censura.
- Evitar la discriminación racial, a grupos étnicos y a personas con capacidades distintas.

“Además, existe un código de ética de Once Niños (...) debido a la especificidad y el cuidado que requieren los contenidos dirigidos a los niños, así como los que se presentan en los noticiarios y en los programas donde se abordan problemáticas en torno a la familia, la sexualidad y la pareja.”⁷²

El **Código de ética de Once Niños** “se aplica dentro de Once TV en lo concerniente a la televisión y los niños, definiendo a estos últimos como personas de 12 años y menos.”⁷³ En él se menciona que los niños incorporan a su forma de pensar, sentir y actuar, los mensajes que reciben de la televisión, por lo tanto, es necesario que los programas promuevan su desarrollo físico y mental, así como valores positivos (véase Anexo 6).

En el apartado concerniente a los contenidos de la programación para niños, el documento establece la postura de Once Niños con relación a la violencia, el humor, el sexo, el lenguaje, las conductas antisociales, la publicidad,

⁷² Ídem. (febrero, 2004)

⁷³ http://oncetv-ipn.net/onceninos/presentacion/codigo_etica.htm (febrero 2004)

los concursos y convocatorias y la participación de los niños a través de llamadas telefónicas e Internet.

Para Once Niños la violencia no es aceptable en ninguna de sus modalidades. Por lo tanto, quedan fuera de la programación los contenidos que incluyan violencia verbal, en espacios domésticos, dirigida hacia animales, así como actos criminales y la presentación y/o utilización de armas.

El sexo se trata de manera adecuada para el público de la barra, evitando la transmisión de conductas sexuales explícitas y cualquier tipo de imagen sexual (fotografías, videos, dibujos).

Humillar, burlarse de personas con capacidades distintas o por algún rasgo físico, al igual que el albur, no son acciones consideradas como humorísticas. Por esta razón, el humor de los programas es sano e impulsa la imaginación de los pequeños.

Once Niños promueve en los niños la solidaridad, el respeto y el apego a las normas. Se evita mostrar conductas antisociales como fumar y beber, ridiculizar a otras personas por sus características físicas o culturales, asesinar o provocar dolor en animales y personas, y el uso inadecuado de aparatos electrodomésticos o materiales peligrosos.

En Once Niños no se permite el uso de lenguaje que resulte ofensivo, discriminatorio, obsceno e incomprensible para niños de 12 años o menos.

La publicidad en el espacio que ocupa la barra infantil también está regulada. Se evitan los anuncios de bebidas alcohólicas, cerillos, chocolates con licor; así como todos aquellos que induzcan a vicios, causen temor a los niños y promuevan malos hábitos. Durante la muestra seleccionada para la investigación no se transmitieron comerciales de ningún tipo en el horario de Once Niños.

En Once Niños la programación sigue el concepto de “dieta balanceada”. Al respecto, Mariana Cano directora de programación, aclara el concepto: “consiste en ofrecer todos los contenidos y todos los formatos porque creemos en ampliar la visión del mundo de los niños.”⁷⁴

En este sentido, el objetivo de la barra es transmitir documentales, ficción, no ficción, animación, animación cuadro por cuadro, animación 2D y animación 3D; no sólo caricaturas. “También procuramos ampliar el sentido estético de los niños, con series que tengan una propuesta de animación o trazos diferentes.”⁷⁵

En Once Niños se toman en cuenta dos criterios fundamentales al momento de adquirir series. El primero es gustarle más al público, “creemos en los buenos contenidos y valores, pero el objetivo es que les guste a los niños y no por eso les guste tiene que ser violento o de baja calidad.”⁷⁶ El segundo es que incluya el punto de vista de los niños: “es lo más importante, si una caricatura es narrada en tercera persona sin incluir el punto de vista de los niños, no es aceptado.”⁷⁷

Todos los programas que salen al aire se prueban antes con un grupo focal. “Siempre se prueban las cintas que estamos a punto de adquirir para conocer la opinión de los niños, qué piensan del programa, si les gusta o no, si está aburrido, si ya lo vieron en otro canal. Y si no les gusta no se compra; se respeta su decisión.”⁷⁸

Una característica importante de la programación de la barra, es que presenta el mundo infantil en su totalidad. La infancia es más que sonrisas, juegos y felicidad; los niños, al igual que los adultos se enfrentan diariamente a retos, conflictos y situaciones difíciles que tienen que solucionar. En las series *Titch*,

⁷⁴ Entrevista a Mariana Cano, directora de programación Once Niños, realizada el 1 de abril de 2004.

⁷⁵ Ídem.

⁷⁶ Ídem.

⁷⁷ Ídem.

⁷⁸ Entrevista a Stivaliss Licon, coordinadora de investigación Once Niños, realizada el 1 de abril de 2004.

Camino a casa, Bizbirije y El diván de Valentina, el público de Once Niños encuentra un espejo donde ve reflejados sus intereses, inquietudes, preguntas y experiencias.

La transmisión de valores positivos está presente en los programas de Once Niños. La amistad, solidaridad y cooperación están presentes sobretodo en las series orientadas a preescolares, por ejemplo en *Kipper, Yoko Jakamoko Toto, Pablo, Franklin, Fetch el veterinario y Moomin*.

La capacidad de crear y disfrutar de mundos alternos es propia de la infancia. En *Mona la vampira, Cuentos de la Calle Broca, Los misterios de Merville, La bruja desastrosa y Grafitos*, la fantasía y la imaginación dan lugar a las mas divertidas historias.

Diversión y personajes increíbles son los distintivos de las animaciones de corta duración: *Aventuras de una mosca, El mundo de los animales, El Conejito Callado, Mamemo y Jack y Marcel*.

Once Niños promueve la realización de actividades artísticas como parte de una formación integral. De ello dan cuenta *Rock en contacto* y algunos segmentos de *Bizbirije*. *Zoobomafoo* les da a los niños la oportunidad de acercarse al mundo animal y divertirse al mismo tiempo.

La programación de Once Niños se divide en preescolares, *prime time* y fin de semana. De las 13:00 a las 14:30 horas se transmite la programación dirigida a preescolares, aunque comprende niños de 4 a 7 años. El horario estelar o *prime time* de Once Niños abarca de las 14:30 a las 17:30 horas y está dirigido a niños de 8 a 12 años. El fin de semana la barra tiene un horario de 7:00 a 10:00 a.m.

Para la realización de esta investigación se seleccionó el mes de febrero de 2004 como muestra. Las transmisiones incorporaron cambios a partir del día 23

del mes señalado. En los siguientes cuadros se expone la programación que Once Niños emitió de lunes a viernes durante el periodo elegido.

Cuadro de programación Once Niños*					
Del 1 al 22 de febrero de 2004					
Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
13:00	<i>Titch</i> <i>Pablo</i> Fetch el veterinario				
13:30	Franklin	Franklin	Franklin	Franklin	Franklin
14:00	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo
14:30	Bizbirije Aventuras de una mosca				
15:00	El mundo de los animales Mona la vampira				
15:30	<i>La bruja desastrosa</i>				
16:00	Grafitos El conejito callado				
16:30	Los misterios de Moville				
17:00	Cuentos de la Calle Broca	Rock en contacto			

* Elaboración propia basada en las transmisiones de Once Niños durante el periodo indicado. En cursivas las series que salieron de la programación a partir del 23 de febrero.

Como se observa en los cuadros comparativos, los cambios en la programación de lunes a viernes fueron los siguientes: *Titch* dejó su lugar a *Kipper*, *Pablo* a *Yoko Yakamoko Toto* (serie nueva) y *La bruja desastrosa* a *El diván de Valentina*. Además se estrenó la animación *Jack y Marcel* al concluir *Los Misterios de Moville*.

Cuadro de programación Once Niños*					
Del 23 al 29 de febrero de 2004					
Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
13:00	<i>Kipper</i> <i>Yoko Yakamoko</i> <i>Toto</i> Fetch el veterinario				
13:30	Franklin	Franklin	Franklin	Franklin	Franklin
14:00	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo	Zoboomafoo
14:30	Bizbirije Aventuras de una mosca				
15:00	El mundo de los animales Mona la vampira				
15:30	<i>El diván de Valentina</i>				
16:00	Grafitos El conejito callado				
16:30	Los misterios de Movice <i>Jack y Marcel</i>				
17:00	Cuentos de la Calle Broca	Rock en contacto			

* Elaboración propia basada en las transmisiones de Once Niños durante el periodo indicado. En cursivas las series que entraron a la programación.

Las variaciones en la cartelera de fin de semana, son las siguientes: *Ovejitas* salió del aire, al igual que *Aventuras de una mosca*, el lugar de esta última, lo ocupó *El mundo de los animales*. El sábado el horario de *Bizbirije y Mamemo* cambió de 7:30 a 8:00 a.m. Su espacio lo cubrió *Dragones de la mesa cuadrada*, que se transmitía el mismo día a las 8:30 horas.

Zoboomafoo se integró a la programación de fin de semana, el sábado a las 8:30 horas. El *D.I.S.*, que se salía al aire el sábado a las 8:00, cambió a domingo a las 7:30 a.m. *Camino a casa* y *Bizbirije pijamas* intercambiaron horarios el domingo. El mismo día, *Mamemo* se transmitió al concluir *Camino a casa*, en lugar de presentarse al final de *Bizbirije*. La emisión dominical de *Bizbirije* salió del aire.

Cuadro de programación*		
Fines de semana del 1 al 22 de febrero de 2004		
Horario	Sábado	Domingo
7:00	Los siete monstruitos <i>Ovejitas</i>	Moomin
7:30	<i>Bizbirije</i> <i>Mamemo</i>	<i>Bizbirije</i> <i>Mamemo</i>
8:00	<i>D.I.S.</i> <i>Binka</i>	<i>Camino a casa</i>
8:15	<i>Aventuras de una mosca</i> <i>Conejito Callado</i>	<i>Bizbirije pijamas</i>
8:30	<i>Dragones de la mesa</i> <i>cuadrada</i>	Tracey McBean
9:00	El travieso Ralph	Rock en contacto (repetición)
9:30	Mowgli <i>Aventuras de una mosca</i>	El diván de Valentina <i>Aventuras de una mosca</i>

* Elaboración propia basada en las transmisiones de Once Niños durante el periodo indicado. En cursivas las series que tuvieron cambios.

Cuadro de programación*		
Fin de semana del 28 al 29 de febrero de 2004		
Horario	Sábado	Domingo
7:00	Los siete monstruitos	Moomin
7:30	<i>Dragones de la mesa</i> <i>cuadrada</i>	<i>D.I.S.</i> <i>Binka</i> <i>Aventuras de una mosca</i> <i>Conejito Callado</i>
8:00	<i>Bizbirije</i> <i>Mamemo</i>	<i>Bizbirije pijamas</i>
8:15		<i>Camino a casa</i> <i>Mamemo</i>
8:30	<i>Zoobomafoo</i>	Tracey McBean
9:00	El travieso Ralph	Rock en contacto (repetición)
9:30	Mowgli <i>El mundo de los animales</i>	El diván de Valentina <i>El mundo de los animales</i>

* Elaboración propia basada en las transmisiones de Once Niños durante el periodo indicado. En cursivas las series que tuvieron cambios.

3.5.1 Preescolares (4 a 7 años)

A continuación se describen las series que Once Niños transmitió durante febrero de 2004 dirigidas a preescolares en el horario de 13:00 a 14:30 horas.

Fetch el veterinario

Título original: Fetch the vet

Año de producción: 2000

País: Inglaterra

Capítulos: 26 x 11´

Técnica: *stop motion*



www.fetchthevet.com.uk

Tom Fetch es el veterinario del pueblo. Siempre está dispuesto a ayudar a los amigos y sus mascotas, sobretodo en situaciones difíciles. En cada episodio, Tom recibe la ayuda de sus amigos y juntos logran salvar la vida de perros, cabras, gatos e iguanas.

Franklin

Título original: Franklin the turtle

País: Canadá-Francia

Capítulos: 39 x 30"

Técnica: dibujos animados



www.nelvana.com

En un bosque viven la tortuga Franklin y sus amigos, Oso, Caracol, Liebre, Castor y Zorro. Juntos aprenden acerca de la amistad, el trabajo en equipo, la honestidad y como la mayoría de los niños, Franklin aprende cometiendo errores. Esta serie está basada en los libros de Paulette Bourgeois y Brenda Clark.

Kipper

Título original: Kipper

Año de producción: 1999

País: Inglaterra

Capítulos: 78 x 10´

Técnica: dibujos animados



www.hitentertainment.com

Programa basado en los libros de Mike Inkpen, *Kipper* cuenta las historias de un pequeño perro y sus amigos. “Humor, ternura y diversión se conjugan en *Kipper*, una animación infantil de primera calidad en la que un equipo de escritores e ilustradores que han ganado varios premios internacionales llevan a los niños por un mundo de imagen y aventura en la que ponen en juego los valores humanos.”⁷⁹

Pablo

Título original: Pablo the little red fox

Año de producción: 1999

País: Inglaterra

Capítulos: 52 x 5´

Técnica: dibujos animados



www.millimages.com

Los pequeños zorros Pablo, Calabaza y Poppy tienen que dejar el bosque donde habitan y se mudan a la ciudad. En ella viven temerosos de los humanos aunque sienten curiosidad por descubrir su mundo. Todas las noches salen a buscar aventuras y cuando están en peligro sus amigos ciudadanos, un búho y un gato, los ayudan a regresar sanos a su hogar.

⁷⁹ Canal Once. Reporte anual 1999, p. 21.

Titch

Título original: Titch

País: Inglaterra

Capítulos: 39

Técnica: *stop motion*



www.titch.net

Titch es el menor de tres hermanos. Él tiene un problema, es muy pequeño para ir a la escuela, para ayudar a sus padres y para jugar con Peter y Merry. Con su gato Tailcat, Titch busca integrarse a las actividades familiares, aunque casi siempre es excluido por su corta edad.

Yoko Jakamoko Toto

Título original: Yoko Jakamoko Toto

Año de producción: 2003

País: Inglaterra

Capítulos: 52 x 5´

Técnica: dibujos animados



www.collingwoodohare.com

“Yoko, Jakamoko y Toto son un pajarito, un armadillo y un pequeño chango que no paran de reír y jugar entre lagartijas, piedras y cactus del desierto. Podrían ser alucinaciones por el calor, pero esto es lo más divertido que se ha cruzado por este lado del cañón.”⁸⁰

Zoboomafoo

Título original: Zoboomafoo

País: Canadá

Técnica: miscelánea



www.cinar.ca

⁸⁰ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_129.htm (febrero, 2004)

“En esta serie, Chris y Martin, dos jóvenes aventureros, llevan a los preescolares a conocer el mundo animal utilizando el buen humor y divertidas técnicas como animación, ficción, marionetas y personajes de plastilina.”⁸¹ En el 3er Encuentro de Canal Once con el Televidente y No televidente, realizado del 31 de marzo al 6 de abril de 2003, *Zoboomafoo* fue seleccionado por el público infantil entre los cinco programas más gustados.

3.5.2 Prime Time (8 a 12 años)

El horario estelar de Once Niños o *prime time*, dirigido a niños de 8 a 12 años, se transmite de las 14:30 a las 17:30 horas, de lunes a viernes.

Aventuras de una mosca

Título original: Fly tales

Capítulos: 65 x 5´

Técnica: dibujos animados



www.hitentertainment.com

Aventuras de una mosca es una animación de corta duración, sin diálogos. En ella observamos la vida de una simpática mosca, todo desde su punto de vista. La mosca va al gimnasio, se convierte en torero, en abeja y hasta vive su propio *western*.

Bizbirije

Título original: Bizbirije

Año de producción: 2004

País: México

Género: miscelánea



Fuente: Once Niños*

⁸¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)

* Tarjeta proporcionada por la Coordinación de Difusión Once Niños.

“Con nuevo formato y nuevas secciones, *Bizbirije* es el espacio donde los niños de 6 a 9 años mandan, y mandan de todo: juegos, experimentos, trabalenguas, recetas, chistes, retos y todo lo que ocurre en su mundo y su imaginación.”⁸² En la octava temporada del club de reporteros más grande de todo el mundo, se suman las secciones **Se me hizo fácil, ¿Qué decides?, Reporteros fenomenales, Reporte del clima y Reportaje sobre ruedas.**

La bruja desastrosa

Título original: The worst witch

País: Inglaterra

Técnica: *live action*



www.galafilm.com

“Mildred Embrollo es una niña que acude a la academia de brujas de la maestra Cackle pero definitivamente, no es la primera de la clase; así que frecuentemente sus encantamientos la meten en los más divertidos problemas. Esta pequeña bruja es la más desastrosa y encantadora del mundo.”⁸³

El conejito callado

Título original: Untalkative bunny

Capítulos: 65 x 5´

Técnica: dibujos animados



www.hitentertainment.com

En *El Conejito Callado* la música es fundamental, acompañados de jazz, un conejito mudo junto con su amiga ardilla, viven enredos en la ciudad. El conejito va al estilista, practica ballet y sufre apagones y visitas inesperadas en su departamento.

⁸² Ídem (enero, 2004)

⁸³ Ídem. (enero, 2004)

Cuentos de la Calle Broca

Título original: Les contes de la Rue Broca

País: Francia

Capítulos: 26 x 13´

Técnica: dibujos animados

“Monsieur Pierre es un escritor que vive en la Calle Broca y en cada episodio crea un mundo imaginario en donde brujas, gigantes, hadas y demás personajes de los cuentos tradicionales, se ven involucrados en las divertidas historias que protagonizan Nadia y Bachir.”⁸⁴

En el 3er Encuentro de Canal Once con el Televidente y No televidente, realizado del 31 de marzo al 6 de abril de 2003, los *Cuentos de la Calle Broca* fueron seleccionados por el público infantil entre los cinco programas más gustados.

El diván de Valentina

Título original: El diván de Valentina

Año de producción:

País: México

Capítulos: 26 x 26´

Género: ficción



Fuente: Once Niños.

Esta producción de Once TV es la primera serie de ficción para niños en América Latina. Es protagonizada por Valentina, una niña de nueve años, quien desde el diván del consultorio de su mamá cuenta sus aventuras, alegría y miedos.

“Dirigida a niños y niñas de 5 a 10 años, esta serie de ficción muestra a la familia como un espacio que provee de experiencia a los niños y les permite aprender, crecer y reflexionar. En cada episodio se presenta una experiencia

⁸⁴ Ídem. (enero, 2004)

significativa que tiene como trasfondo un valor. (...) *El diván de Valentina* busca crear roles positivos para niñas, ayudar a los niños a ver que ciertas situaciones y emociones son comunes en todos ellos, fomentar una autoestima positiva y brindarles un sentido de pertenencia.”⁸⁵

Grafitos

Título original: *Stickin´ around*

País: Canadá

Capítulos: 79 x 11´

Técnica: *boiler paint*



www.nelvana.com

“Ganadora del Gemini Award 1998 por Mejor Serie Animada, *Grafitos* es una caricatura hecha con gráficos por computadora con la técnica *boiler paint* que nos convence de que fueron los niños quienes crearon la animación.”⁸⁶ Stacy y Bradley, los protagonistas, viven una aventura aumentada por su imaginación en su camino a la escuela.

Jack y Marcel

Título original: *Jack & Marcel*

Año de producción:

País: Hong Kong

Capítulos: 150 x 1´

Técnica: dibujos animados



www.mediapegs.com

“Cortos de un minuto de duración donde todo puede pasar en tamaño miniatura. Esta serie de dibujos animados, presenta las fugaces aventuras de un perro y un gato que no se detienen por nadie y por nada.”⁸⁷

⁸⁵ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_043.htm (enero, 2004)

⁸⁶ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_107.htm (enero, 2004)

⁸⁷ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_129.htm (febrero, 2004)

Los misterios de Moville

Título original: Moville Mysteries

País: Canadá-China

Capítulos: 26 x 30´

Técnica: dibujos animados



www.creativa.com.mx

“Serie cómica de encuentros espeluznantes y humor irreverente. Mosley Moville, mejor conocido como Mo, narra las horripilantes historias que él y sus amigos Mimi y Hitch enfrentan diariamente en su pueblo natal, Ougiee Falls.”⁸⁸

Mona la vampira

Título original: Mona the vampire

País: Canadá

Técnica: dibujos animados



www.cinar.ca

“Con una cortina de comedor como capa y unos colmillos de plástico brillantes, ésta intrépida niña de 10 años encuentra las soluciones más extrañas para resolver los misterios, que según ella, abundan en su ciudad. Mona posee una imaginación del doble de su tamaño y por ello reinventa el mundo que la rodea a medida que lo descubre.”⁸⁹

Mona se transforma en vampiro, su amigo Charlie en Relámpago y Lili en la Princesa Gigante. Acompañados de su gato Colmillos, este trío de superhéroes viven espeluznantes aventuras.

Mona la vampira fue seleccionado por el público infantil entre los cinco programas más gustados en el 3er Encuentro de Canal Once con el Televidente y No televidente, realizado del 31 de marzo al 6 de abril de 2003.

⁸⁸ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_107.htm (enero, 2004)

⁸⁹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)

El mundo de los animales

Título original: Wild life

Capítulos: 52 x 5´

Técnica: dibujos animados



www.hitentertainment.com

Todas las noches los animales de esta serie van al cine y se divierten con historias fantásticas de jirafas con estrellas en lugar de machas, cocodrilos azules, montañas cantantes y estrellas que bajan a bañarse al río.

Rock en contacto

Título original: Rock en contacto

Año de producción: 2003

País: México

Capítulos: 13 x 24´

Técnica: *documental-reality*



www.oncetv.ipn.mx

Esta serie producida por Once Niños y EMI Music enseña a los niños el proceso de formación de una banda de rock. Desde la selección de integrantes, las letras y musicalización, ensayos, imagen y presentaciones en vivo, hasta llegar a la grabación del disco y video.

“En México, el fenómeno de bandas o grupos musicales conformados por niños no es muy común; Once Niños cree en la generación de música de calidad, por ello busca motivar a más niños en la incursión musical y acercar a su público a los diferentes géneros. *Rock en contacto* se propone fomentar la calidad de la música creada por niños, quienes son generadores de música de calidad y letras que reflejan su mundo y sus intereses.”⁹⁰

⁹⁰ http://onetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_118.htm (enero, 2004)

3.5.3 Fin de semana

En fin de semana Once Niños comprende el horario de 7:00 a 10:00 horas.

Título original: Binka

País: Inglaterra

Técnica: dibujos animados

Binka



www.bbc.co.uk/cbeebies

Binka es un gato azul, pasado de peso y por lo tanto muy lento. Vive en tres casas en las cuales siempre encuentra la forma de divertirse y alimentarse. Esta serie corta dirigida a preescolares se caracteriza por los colores contrastantes y brillantes y las líneas sencillas de la animación.

Bizbirije pijamas

Título original: Bizbirije pijamas

Año de producción: 2003

País: México

Técnica: miscelánea



Fuente: Once Niños.

Para el fin de semana, *Bizbirije* tiene la combinación perfecta: *Bizbirije* y pijamas. El programa reúne los mejores segmentos (**Vida diaria**, **Se me hizo fácil**, **Reportaje sobre ruedas**, **chistes**, **trabalenguas** y **adivinanzas**) de la semana.

Camino a casa

Título original: Camino a casa

País: México

Capítulos: 13 x 13´

Técnica: cortometraje de ficción

“Una serie de ficción protagonizada por niños y niñas de 6 a 9 años. Las historias giran en torno a un grupo de niños que asisten a una escuela de música. Al salir de clase, camino a casa, cada uno de ellos vive situaciones en las que tienen que poner en práctica valores como honestidad, la amistad, la generosidad, la perseverancia, la fortaleza, la empatía y la responsabilidad.”⁹¹

D.I.S.

Título original: D.I.S.

País: México

Técnica: miscelánea



www.plutarcohaza.com

“Una serie de humor, aventuras y misterios tiene lugar en el D.I.S. (Departamento de Investigaciones Secretas), donde 5 detectives muy peculiares invitan a los niños televidentes a convertirse en investigadores e investigadoras para descubrir pistas y resolver los casos que llegan a este Departamento. En las aventuras del D.I.S. participan Plutarco Haza (Clark), Carmen Mastache (Rak), Rhual Rogers (C.J.), Perico Payaso Loco (El Padrino) y Jorge Marín (On Toy).”⁹²

Dragones de la mesa cuadrada

Título original: Blazing Dragons

Técnica: dibujos animados



www.nelvana.com

Basada en los personajes creados por Terry Jones, esta serie animada se sitúa en la tierra de Camelhot y encarna las historias épicas de la eterna batalla entre caballeros y dragones, sólo que desde el punto de vista de los dragones.

⁹¹ http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)

⁹² http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_114.htm (enero, 2004)

Los siete monstruitos

Título original: Seven little monsters

Técnica: dibujos animados



www.nelvana.com

Serie creada por el renombrado autor e ilustrador, Maurice Sendak. Siete no tan pequeños monstruos viven con su diminuta mamá en el número 1234567 de la calle Chestnut. El programa sigue a los siete monstruos a través de sus hilarantes aventuras mientras ellos enfrentan los retos de la vida y se ayudan mutuamente como una familia.

Mamemo

Título original: Mamemo

País: Francia

Capítulos: 52 x 4´

Técnica: dibujos animados



www.mamemo.com

Mamemo es un niño que tiene por amigo imaginario a una vaca. Ella toma diferentes formas y actúa como su mejor amigo, aliado y protector. *Mamemo* cuenta a través de las canciones y ritmos las aventuras diarias de un niño con una vida no tan común. Los 52 mini musicales revelan el mundo de dos amigos que comparten sus ilusiones y proyectos. Al final siempre se dan cuenta de que su mundo no es tan diferente al de todos los demás niños.

Moomin

Título original: Moomin

País: Finlandia

Técnica: dibujos animados



“En el valle Moomin viven unos peculiares y simpáticos seres blancos llamados Moomin. Su aspecto redondeado y dulce no los libra de meterse en toda clase de problemas, pero siempre encuentran la mejor solución porque cuentan con una llave mágica: la amistad. Es una serie basada en los cuentos de uno de los autores para niños más reconocidos en Finlandia.”⁹³

Mowgli

Título original: Mowgli, the new adventures of the Jungle Book

Año de producción: 1998

País: Estados Unidos

Técnica: *live action*

Basada en los libros de Ruyard Kipling, *Mowgli* cuenta las aventuras de un niño que creció en la selva rodeado de animales salvajes. Sus amigos son un oso, una pantera y un mono; junto con ellos, Mowgli enfrenta el mundo occidental que poco a poco se va adueñando de la selva.

Ovejitas

Título original: Sheep

Año de producción: 2000

Capítulos: 26 x 10´

Técnica: dibujos animados



www.hitentertainment.com

Basada en el libro “Sheep in wolves clothing” de Satoshi Kitamura. Esta animación trata acerca de las hazañas de tres jóvenes ovejas, Hubert, Georgina y Gogol. Ellos resuelven misterios, ayudan a otros animales y simplemente tienen aventuras en las cuales se enfrentan a sus eternos adversarios: los lobos. No importando la situación en la que se encuentren, las ovejitas siempre encuentran soluciones en las que nadie más hubiera pensado.

⁹³ http://onctv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_021.htm (enero, 2004)

Tracey McBean

Título original: Tracey McBean

País: Australia

Técnica: dibujos animados



www.abc.net.au/children/tracey

Tracey Alicia Lauren McBean, es una niña inventora, que ha construido desde una nave para volar al espacio, un artefacto que realiza las tareas escolares y una máquina capaz de desaparecer su escuela. Tracey y su mejor amigo y compañero Shamus Wong, llevan a cabo inventos que llenan sus días de misterio, drama, cambios inesperados y mucha diversión.

El travieso Ralph

Título original: Rotten Ralph

País: Inglaterra

Técnica: *stop motion*



www.abc.net.au

“Ralph tiene cara y cuerpo de gato pero las peores costumbres del planeta y una capacidad infinita para provocar los conflictos más entretenidos. Sarah es una niña juiciosa que lo adora y junto con Ralph y sus amigos se dedican a pasarla bien.”⁹⁴

En fin de semana se repiten las series *Rock en Contacto* y *El diván de Valentina*, que Once Niños transmite en el *prime time*; así como las animaciones *Aventuras de una mosca*, *El conejito callado* y *El mundo de los animales*.

⁹⁴ Ídem (enero, 2004)

4

TIPOLOGÍA DE
ANÁLISIS

4. Tipología de análisis

Para realizar el análisis del mensaje televisivo de Once Niños se tomaron como muestra las transmisiones de lunes a viernes del mes de febrero de 2004. Los segmentos seleccionados fueron **Periscopio**, **Once Libros** y **Contacto móvil**. El criterio para la elección consistió en que cubrieran los siguientes aspectos:

- Producción original.
- Segmento constante dentro de la programación.
- Estructura definida.
- Presentadores a cuadro.
- Lenguaje audiovisual
- Aporte información.

El cuadro de concentración se diseñó con el objetivo de abarcar tres categorías o tipologías de análisis: el lenguaje visual, el lenguaje auditivo y la información proporcionada.

ONCE NIÑOS - ONCE TV	SEGMENTO	FECHA
Imagen	Audio	Información proporcionada
Planos y movimientos de cámara	Música	
Escenografía	Voz	
Presentadores		
Max		
Liliana		
	Otros	

Cuadro de concentración metodológica. Elaboración propia.

Dentro de la categoría visual, se registraron planos y movimientos de cámara, escenografía e imagen de los presentadores (vestuario, lenguaje corporal). El audio se desglosó en: música, voz (claridad, velocidad, utilización de lenguaje) y otros (sonidos incidentales). En el apartado correspondiente a información proporcionada se asentaron los datos que los presentadores comunicaron a los televidentes de manera visual y/o auditiva.

Para el análisis del segmento **Contacto móvil** se añadieron los nombres de los integrantes de la patrulla, Ilse y Daniel, al apartado “Presentadores” del cuadro de concentración. En el segundo apartado relativo a la imagen, se cambió la categoría “Escenografía” por “Locación”.

A continuación se describen las constantes metodológicas que se localizaron en la investigación, por segmento y tipología.

4.1 Periscopio

De acuerdo a los datos obtenidos en el análisis de la muestra, el **Periscopio** se transmite de lunes a viernes, con tres emisiones diarias. A la semana el segmento sale al aire 15 ocasiones y al mes 60.

El primer **Periscopio** se presenta en el horario de preescolares (13:00 a 14:30 horas); el segundo al inicio del horario estelar o *Prime Time* (14:30 a 17:30 horas) y el tercero, durante el mismo.

Las constantes metodológicas obtenidas del análisis del segmento Periscopio son las siguientes:

Lenguaje visual

Planos y movimientos de cámara

- *Medium shot*, plano americano, *full shot* y plano holandés.

- Cámara en mano, en constante movimiento.
- El logotipo del segmento aparece en super en la mayoría de las emisiones.
- Pleca con los datos del evento recomendado.

Escenografía

- Pantalla de plasma que cuelga del techo, junto a ella dos bancos de aluminio.
- Sillón rojo. De fondo el logotipo de Once Niños.
- Escritorio con computadora.

Presentadores

- Ambos utilizan jeans y camisetas de manga larga, o una camiseta de manga corta sobre una de manga larga.
- Liliana presenta más **Periscopios**.
- Se expresan animados e invitan a los niños a asistir a los eventos y después llamar al Canal para decir cómo les fue.

Lenguaje auditivo

Música

- El tema musical que acompaña el segmento, se mantiene de fondo y sube el volumen sólo al final.

Voz

- Aunque los presentadores hablan rápido, proporcionan los números telefónicos despacio.
- Hablan con claridad y sencillez.
- Cuando cometen errores corrigen.

Otros

- Mientras está en pantalla el logotipo del **Periscopio**, se inserta un sonido de burbujas. Aunque no se presentan juntos en todas las transmisiones del segmento.

Información proporcionada

- Categoría del evento recomendado (exposición, teatro, danza, cine, taller), nombre, lugar donde se presenta, ubicación y teléfono.
- Los presentadores hablan sobre la temática y las actividades que se pueden desarrollar en los eventos.
- Obsequian pases para asistir a las actividades.

4.2 Once Libros

Max y Liliana presentan el segmento **Once Libros** los lunes y miércoles, con dos emisiones por día. El total de transmisiones por mes es 16, distribuidas en cuatro por semana.

Para recomendar una lectura, en **Once Libros** se toma en cuenta la edad de los espectadores. El segmento tiene una emisión durante el horario de preescolares y otra durante el *Prime Time*. En la primera transmisión, se presentan libros adecuados para niños pequeños, en los cuales hay imágenes grandes y poco o nulo texto. En tanto que en la emisión del horario estelar, las obras son más complejas, están dirigidas a niños más grandes y contienen más texto que imágenes.

La tipología y constantes metodológicas en el segmento **Once Libros**, son las siguientes:

Lenguaje visual

Planos y movimientos de cámara

- *Big close up* o detalle de los libros.

- *Two shot* (Max y Liliana).
- *Medium shot*.
- Cámara en mano realizando movimientos constantes, por ejemplo, se acerca y aleja de los presentadores.

Escenografía

- En el *set* de transmisión existe una sala de lectura especialmente diseñada para este segmento. El elemento más recurrente es el librero con la siguiente forma: ≈.
- En este espacio, los presentadores se sientan en el piso.
- Durante el segmento, aparece en *super* un marco amarillo alrededor de la pantalla, con la leyenda **Once Libros**.

Presentadores

- Ambos salen a cuadro.
- El 50% de las veces, Liliana da la información. Max lo hace el restante 50%.
- Muestran la portada del libro y alguna ilustración.
- Mencionan de qué trata la obra.
- Max viste jeans y camisetas deportivas de manga larga, o una camiseta de manga corta sobre una de manga larga.
- Liliana lleva jeans y camisetas de manga larga. Usa accesorios llamativos.

Lenguaje auditivo

Música

- El tema musical se escucha el 80% de las veces de fondo.
- El 20% restante sólo se escucha al final del segmento como cortinilla musical.

Voz

- Dan los datos de los libros muy rápido.
- Algunas ocasiones el volumen de la voz es bajo y no se escucha la información.
- El lenguaje utilizado es claro y sencillo.
- Expresan entusiasmo.
- Utilizan palabras como: padre, genial y perfecto.

Información proporcionada

- Nombre de libro, autor y editorial.
- El tema o historia de libro.
- Obsequian ejemplares a los 11 primeros niños que llamen al Canal.

4.3 Contacto móvil

La patrulla **Contacto móvil** se enlaza al estudio de Once Niños los viernes; a menos que durante la semana asistan a un evento (inauguración de exposiciones, ferias, etcétera). El promedio de emisiones es cuatro por día y por semana; y 16 por mes. Las transmisiones tienen lugar durante el *Prime Time*.

A continuación se indican las constantes y tipologías metodológicas obtenidas del análisis del segmento.

Lenguaje visual

Planos y movimientos de cámara

- Two shot (Ilse y Daniel)
- Full y medium shot.
- Cámara en mano realizando movimientos constantes.

Locación

- Durante la muestra analizada, las locaciones fueron las siguientes: Domo Digital en Papalote Museo del Niño, Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, Parque Naucalli, Parque Montes de Oca.

Presentadores

- Ilse y Daniel visten jeans y camiseta Once Niños.
- Dan la ubicación de la patrulla Contacto móvil.
- Animam a los niños a hacer contacto con ellos.
- Hacen preguntas o piden objetos para regalar los paquetes Once Niños.
- Hablan al aire con los niños que asistieron.

Lenguaje auditivo

Música

- Se mantiene de fondo.

Voz

- Hablan al mismo tiempo y no se entiende.
- Se equivocan, pero rectifican.
- Repiten palabras como: padrísimo y chidísimo.

Otros

- Sonido ambiente.
- Risas.

Información proporcionada

- Cada vez que salen al aire dan su ubicación.
- Invitan a los niños a hacer contacto con ellos.
- Mencionan los paquetes que van a entregar.

4.4 Propuesta

A partir de la obtención de las constantes metodológicas a través del cuadro de concentración, es posible determinar qué elementos del discurso audiovisual funcionan y cuales son factibles de ser modificados para asegurar la permanencia de la audiencia y la comprensión del mensaje.

Como se explicó en el primer capítulo de la presente investigación, el conocimiento de los estadios cognitivos en los niños resulta fundamental para la construcción del discurso televisivo. Bajo esta premisa y partiendo de los resultados del análisis, se formulan las siguientes propuestas:

- Los niños prestan atención a los mensajes que comprenden y se apartan de los contrarios. En el horario destinado al auditorio preescolar, se sugiere que los presentadores proporcionen la información importante (títulos de libros, **Periscopios**, ubicación de la patrulla **Contacto móvil**) despacio o que la repitan.
- Para atraer la atención de los infantes resulta adecuado incorporar sonidos cada vez que aparezcan en pantalla superimposiciones. Por ejemplo, con las plecas y logotipos de los **Periscopios** o con el recuadro de **Once Libros**.
- En general, las investigaciones afirman que los pequeños recuerdan con mayor facilidad la información que se presenta de manera audiovisual, que la auditiva o visual. Por lo tanto, en el caso de **Once Libros** se recomienda insertar una pleca con los datos de los textos; tal como lo hacen en el **Periscopio**.
- Para los párvulos menores de seis años los estímulos sonoros resultan más atractivos y fáciles de aprender que los visuales. De tal forma que si los presentadores leen párrafos o comentan entre ellos las ilustraciones de los libros que proponen, los niños pequeños prestarán más atención al mensaje.

- Gran parte de la audiencia de Once Niños radica en los Estados de México, Baja California, Jalisco y Chiapas. Guillermo Orozco señala que “la audiencia normal de la televisión es una audiencia que quiere recuperar lo lúdico de su existencia, gozar riendo y llorando del drama; también es una audiencia que quiere verse en la pantalla, no en persona pero sí en su identidad.”¹ De ahí la importancia de aumentar el número de **Periscopios** de los Estados.
- “El servirse de la televisión como instrumento de contacto social, es una función que también gratifica a los niños.”² Bajo esta premisa se propone que se lean llamadas al aire de niños que hayan asistido a eventos difundidos en los **Periscopios**. Asimismo, que los presentadores no se limiten a proporcionar datos, sino que comenten si han asistido, qué les ha parecido, etcétera.
- El contacto entre Ilse y Daniel en **Contacto móvil** con los niños que acuden a verlos, se tiene que ver en pantalla. La interacción no se reduce a regalar paquetes y hacer preguntas cuando se está al aire. Aunque el hecho de que dos infantes conduzcan ya representa una ventaja. La presencia de personajes infantiles aumenta la atención del público. “Su experiencia les asegura que cuando tienen relación con otros niños de su edad, las posibilidades de comprensión aumentan.”³
- Mejorar la comunicación entre el estudio de transmisiones y la patrulla **Contacto móvil**, debido a que los pequeños pierden la atención cuando el audio no está bien integrado a la imagen o hay “ruido”.

El análisis de audiencia, el conocimiento del público infantil (a través de grupos focales, encuestas telefónicas, cartas, observación, etcétera) y el análisis de los mensajes emitidos, son factores decisivos en el éxito de los programas televisivos.

¹ Gómez, Guillermo. Al rescate de los medios, p.134.

² Fernández Collado, Carlos. La televisión y el niño, p.75.

³ Vilches, Lorenzo. La televisión. Los efectos del bien y del mal, p. 69.

Conclusiones

En la actualidad la televisión es el medio de comunicación que más utilizan los niños. Principalmente porque para tener acceso a ella se necesita poco esfuerzo, está a su alcance a cualquier hora del día y no tienen que invertir dinero en ella.

La revista Merca 2.0, en su número correspondiente al mes de abril de 2004, presenta un análisis de audiencia infantil. En ella reporta datos acerca de los pasatiempos preferidos entre niños de 8 a 12 años, nivel A/B. La televisión aparece con un 17.9%, seguida del fútbol con un 17.2%.¹

Al hablar de tiempo de exposición infantil al medio televisivo, los investigadores subrayan el hecho de que los párvulos están en una época de formación física, mental, emocional y de formación de hábitos y actitudes. Por lo cual, los menores son más sensibles al contenido de los programas.

La concepción de la televisión como niñera electrónica no está lejos de la realidad. En la Ciudad de México un alto porcentaje de niños pasan las tardes solos viendo “la tele”. Al respecto existen dos posturas opuestas. Por un lado se encuentra quien desprecia al medio y le atribuye el poder de influir negativamente en el desarrollo de los párvulos.

Por otro, hay quien lo define como dinamizador cultural. “La programación de una televisión pública alternativa asume que su carácter es esencialmente provocador y su mensaje nunca terminal. Por ello busca estimular aún más a su audiencia a ejercer su propia creatividad a partir de su interacción”², es el caso de Once Niños.

Ya que la televisión es el medio de comunicación favorecido por los niños, puede disponerse para fomentar hábitos y valores a través de sus contenidos.

¹ *Inratings, Merca 2.0*. Año 2, número 24, abril 2004, p. 56.

² Orozco, Guillermo. *Al rescate de los medios*, p. 138.

Schramm afirma que los niños aprenden de la televisión aún cuando no vean programas educativos. Es lo que llama *incidental learning* o aprendizaje circunstancial.

Pero no se trata sólo de cambiar los mensajes televisivos. Para ofrecer una televisión de calidad a los menores, hay que modificar nuestro concepto de niño y la idea que tenemos del mundo infantil. “Se precisa al menos una condición: tener la intención de respetar al niño, de contar con él a la hora de crear.”³

En este punto cabe recordar que no todos los niños presentan las mismas características intelectuales y emocionales; sino que, como señala Piaget, éstas dependen de la edad y el estadio cognitivo en que se encuentren.

El respeto de los comunicólogos hacia los infantes también se hace presente en este sentido. La generación de contenidos no puede realizarse sin tomar en cuenta las necesidades (intelectuales, emocionales y lúdicas) del público meta.

Partiendo de estas ideas se crea Once Niños, con el objetivo de ser una opción alternativa en la televisión infantil mexicana. “Nuestros ejes rectores son dos cosas, por un lado la cercanía con los niños y por otro la cercanía con su mundo. A partir de esto se empiezan a desarrollar una serie de conceptos como son el sentido de pertenencia, fomentar la autoestima, la creatividad, la cultura artística. Ofrecer espacios alternativos a los niños, que generalmente no están acostumbrados a ver en la televisión, como exposiciones, obras de teatro, películas, como parte del desarrollo integral en el cual estamos enfocados.”⁴

Existen dos documentos a través de los cuales se conduce la generación, producción y programación de contenidos. Por un lado se encuentra el código de

³ Eurasquín, Alonso. Los Teleniños, p. 143.

⁴ Rafael Illescas, jefe de producción Once Niños, entrevistado el 14 de mayo de 2004.

ética de Once Niños y por el otro, los lineamientos de producción de *Bizbirije*. En ambos se define al niño como un ser inteligente, sensible, apto para tomar sus propias decisiones y al que hay que respetar.

En el libro titulado *Los Teleniños*, Alonso Eurasquín concluye afirmando que la tendencia de la televisión infantil debe ser “convertir a cada niño de receptor pasivo y enajenado de mensajes, en un emisor entusiasta y creativo.”⁵ Y es precisamente ésta la gran aportación de Once Niños a la televisión mexicana.

Para Once Niños, el mundo infantil es mucho más que risas y juegos. Los niños experimentan tristeza, alegría, enojo, dolor, felicidad y tienen derecho a expresarlo. En los contenidos de la barra se promueve el respeto así mismos, a la familia, amigos y al medio en el cual se desenvuelven.

Otra gran característica de la barra es que atiende a los niños, brindándoles sentido de pertenencia y fomentando su autoestima. Once Niños se convierte en su aliado, compañía y principal escucha. Es un espacio que les pertenece y que está construido explícitamente para ellos.

La relación entre Once Niños y su audiencia va más allá de la transmisión y recepción de programas. A través de cartas, llamadas y correos electrónicos los niños participan diariamente en la construcción de los contenidos. Un ejemplo es *Bizbirije*, que actualmente cuenta con 187 000 reporteros inscritos, con la misión de percibir, observar e investigar cualquier tema que les llame la atención.

En Once Niños, las manifestaciones artísticas no son un lujo, sino una prioridad. A través de los segmentos **Once Libros**, **Periscopio** y el *reality show* *Rock en contacto*, la barra se asume como puente entre el arte y los pequeños.

⁵ Eurasquín, Alonso. *Ob. Cit.*, p. 197.

La gran aportación de Once Niños a la televisión infantil mexicana, es el contacto y la comunicación que ha logrado establecer con sus televidentes; lo cual implica una gran responsabilidad. Las producciones de la barra reflejan el profundo conocimiento que sus creadores tienen acerca de los niños mexicanos y el universo en el cual se desarrollan. En este sentido se propone la incorporación de la tipología de análisis como herramienta metodológica en la producción de futuros segmentos.

A partir de abril de 2004, la señal de Canal Once cubre la totalidad del territorio de los Estados Unidos. Lo cual amplía el rango de acción de Once Niños y se vislumbra la posibilidad de comunicación con niños mexicanos que necesitan, ante todo, **Contacto**.

Glosario

Big close up. Gran acercamiento. Parte del rostro, generalmente de la frente a la barbilla. (Linares, 1998)

Close up. Acercamiento. Objeto o cualquier parte de éste visto muy de cerca bajo un encuadre muy justo. (Herbert Zettl, 2000)

Corte A. Instrucción que indica cambio directo de una toma a otra. (Linares, 1998)

Detalle. Plano muy cercano de un objeto que se incluye en la acción. (Linares, 1998)

Dolly. Movimiento realizado por la cámara sobre una plataforma con ruedas. El movimiento *dolly in* es en dirección al sujeto, hacia él; cuando se aleja de éste se llama *dolly out*. (Linares, 1998)

Encuadre. Composición visual de una escena contemplada a través de la cámara. A partir de cómo se ve un personaje o una escena se definen las tomas. (Linares, 1998)

Fade in. Transición gradual de negro a una imagen. (Linares, 1998)

Fade out. Transición gradual de una imagen a negro. (Linares, 1998)

Full shot. La persona de cuerpo entero. (Linares, 1998)

Grupo focal. Grupo de 8 a 12 participantes conducidos por un moderador en una discusión profunda sobre determinado tema o concepto. El objetivo de la investigación con sesiones de grupo es aprender y comprender lo que las personas tienen que decir y sus motivos. (Mc Daniel, 1999)

Long shot. Toma amplia donde el encuadre de la cámara incluye todo el escenario. (Linares, 1998)

Magazine. Miscelánea. Este género formado por fragmentos o pequeñas partes cuyo hilo narrativo está determinado por un tema, un todo, un género o géneros, recurre a otros géneros para su desarrollo. (Linares, 1998)

Medium shot. Plano del pecho a la cabeza. (Linares, 1998)

Paneo. Movimiento de izquierda a derecha o viceversa que efectúa la cámara sobre su eje. (Linares, 1998)

Plano americano. Toma de la persona de las rodillas hasta la cabeza. (Linares, 1998)

Plano del piso. Plano del piso del estudio que muestra las paredes, las puertas principales y la ubicación de la sala de control. Es también común que se indique el diagrama del escenario y el dibujo de la escenografía y utilería. (Herbert Zettl, 2000)

Prime time. Horario estelar.

Rating. Porcentaje de hogares (o personas) con la TV encendida en un canal y hora específicos en relación al total de TV hogares (o personas consideradas). (<http://www.ibope.com.mx>)

Remoto. Producción de televisión realizada fuera del estudio. (Herbert Zettl, 2000)

Set. Unidad de espacio en donde se puede llevar a cabo una obra. (Linares, 1998)

Share. Porcentaje de hogares sintonizando un canal específico en relación con el total de hogares encendidos, es decir, representa la participación de un determinado canal en los encendidos. (<http://www.ibope.com.mx>)

Stop motion. Animación cuadro por cuadro.

Super. Abreviatura de superimposición. Incrustación. (Linares, 1998)

Target. Audiencia objetivo. Audiencia seleccionada o que se desea que reciba un mensaje específico. (Herbert Zettl, 2000)

Tilt. Movimiento vertical de la cámara sobre su eje. *Tilt up* hacia arriba, *tilt down* hacia abajo. (Linares, 1998)

Traveling. Movimiento de la cámara que consiste en desplazar ésta de un lado a otro del *set* o locación, sobre una plataforma con ruedas. (Linares, 1998)

Two shot. Encuadre de dos personas. (Herbert Zettl, 2000)

Voz en off. Acotación que aparece en los guiones para indicar voz con la persona fuera de cuadro. (Linares, 1998)

Zoom. Movimiento gradual de la lente, desde la posición de ángulo cerrado (*zoom in*) hasta la de gran angular (*zoom out*), mientras la cámara permanece fija. (Herbert Zettl, 2000)

ANEXO 1

Decreto por el que la Secretaría de Educación Pública, a cuyo servicio se encuentra el Canal Once de Televisión en el Distrito Federal, utilizará éste para la transmisión de todos aquellos programas educativos, culturales y de orientación social.*

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 2 de agosto de 1969.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.-
Presidencia de la República.

Gustavo Díaz Ordaz, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en uso de la facultad que me concede la fracción I del artículo 89° de la Constitución Política federal y con fundamento legal en las disposiciones contenidas en los artículos 1°, 2° fracción V, 3° fracciones V y VI, 4°, 9°, 10° fracciones I y IV, 23° fracción II y 29° de la Ley Federal de Radio y Televisión, 102° párrafo final y 118° de la Ley Orgánica de la Educación Pública y 1° fracción X, 2°, 3°, 8° y demás relativos de la Ley de Vías Generales de Comunicación, y

C O N S I D E R A N D O

Primero.- Que el Gobierno Federal realizó la construcción y las instalaciones necesarias para la operación de un transmisor de televisión en el Canal Once de la banda de muy altas frecuencias en el Distrito Federal.

Segundo.- Que la televisión debe contribuir a las tareas educativas y culturales por lo cual es conveniente que la programación en esta materia responda a las

* Publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 2 de agosto de 1969.
Monografía Once TV, p. 161.

normas nacionales que según la Constitución Política de la República Mexicana y demás leyes respectivas corresponde fijar a la Secretaría de Educación Pública.

Tercero.- Que es conveniente que los programas que la Secretaría de Educación Pública transmita por el Canal Once, se armonicen con los que el Gobierno federal resuelva difundir por otros canales.

Cuarto.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes de acuerdo con sus atribuciones, debe tener a su cargo la operación técnica del sistema de transmisión del canal de televisión referido.

Por lo expuesto he tenido a bien dictar el siguiente

D E C R E T O:

Artículo Primero.- La Secretaría de Educación Pública, a cuyo servicio se encuentra el Canal Once de Televisión en el Distrito Federal, utilizará éste para la transmisión de todos aquellos programas educativos, culturales y de orientación social que considere convenientes, así como los demás que ordene el Ejecutivo federal.

Artículo Segundo.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes se hará cargo de la operación técnica del sistema transmisor de televisión para el Canal Once construido por el Gobierno de la Unión en el Cerro del Chiquihuite, en los límites del Distrito Federal y el Estado de México, con todos los bienes muebles e inmuebles, instalaciones y equipos que constituyen dicha transmisora.

Artículo Tercero.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con la intervención de la Secretaría del Patrimonio Nacional, recibirá los bienes a que se refiere el artículo anterior, de conformidad con los inventarios que existen o sea procedente elaborar.

Artículo Cuarto.- Para producir y reproducir sus programas la Secretaría de Educación Pública tendrá sus propios equipos de estudio y grabación.

TRANSITORIOS

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- Quedan sin efecto todas aquellas disposiciones que se opongan a las del presente Decreto.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la ciudad de México, D. F., a los treinta y un días del mes de julio de mil novecientos sesenta y nueve.-
Gustavo Díaz Ordaz.- Rúbrica.- El Secretario de Educación Pública, Agustín Yáñez.- Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes, José Antonio Padilla Segura.- Rúbrica.- El Secretario del Patrimonio Nacional, Manuel Franco López.- Rúbrica.

ANEXO 2

Resultados del Primer Encuentro de Canal Once con sus Televidentes*

Se llevó a cabo del 2 al 8 de abril de 2001, utilizando tecnología telefónica de Voice Service Provider. Once TV diseñó el cuestionario de 120 preguntas, analizó y procesó la información. Además de las preguntas cerradas, los televidentes tuvieron la oportunidad de dejar mensajes de voz.

Participación total

Llamadas telefónicas	36 681
Vía Internet	4 101
Total	44 782

Participación por Estados

Se recibieron llamadas de todos los estados, en mayor proporción Baja California, Morelos, Sinaloa, Quintana Roo, San Luis Potosí, Coahuila y Nayarit.

Interior de la República	54.70%
Distrito Federal	45.30%

Elaboración propia con datos de Canal Once.

Participación por género

Participación	Mujeres	Hombres
Llamadas telefónicas	55%	45%
Vía Internet	44%	56%

Elaboración propia con datos de Canal Once.

Calificación de la programación en general

Teléfono	8.5
Internet	9.5

Elaboración propia con datos de Canal Once.

* Fuente: http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_009.htm (marzo, 2004)

Calificación de la recepción de la señal

Teléfono	8.1
Internet	9.2

A la pregunta ¿Requiere renovación la programación? los participantes contestaron lo siguiente:

Participación	Sí	No
Llamadas telefónicas	53%	47%
Vía Internet	51%	49%

Elaboración propia con datos de Canal Once.

ANEXO 3

Resultados del Segundo Encuentro de Canal Once con sus Televidentes*

Se llevó a cabo del 21 al 24 de mayo de 2002, a través de llamadas telefónicas e Internet. Voice Service Provider proporcionó la tecnología para su realización. Se invitó a los televidentes a evaluar la programación en general y en lo específico de las barras: Diálogos en Confianza, Noticias, Once Niños y Programación para Adultos.

Se recibieron 11 846 participaciones, de las cuales 2 606 fueron de niñas y niños.

Participación	
Llamadas telefónicas	10 391
Vía Internet	1 455
Total	11 846

Elaboración propia con datos de Once TV.

Participación por Estados

Los 31 estados de la República participaron y en mayor porcentaje Baja California, Estado de México, Morelos, Jalisco y Nayarit.

Distrito Federal	61%
Provincia	39%

Elaboración propia con datos de Once Tv.

Porcentaje de participación por sexo y rangos de edad

Participación	Vía telefónica	Vía Internet	Rangos de edad
Mujeres	56%	49%	De 4 años en adelante
Hombres	44%	51%	De 4 años en adelante

* http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_o55.htm (Enero, 2004)

Calificación asignada a la programación

Programación	Calificación
Diálogos en Confianza	9
Once Niños (adultos)	9
Once Niños (niños)	8.5
Noticiarios	8.6
Programación para adultos	8.6
Programación en general	8.8

A continuación algunos resultados importantes:

Programación en general

- 89% de los participantes cree que aporta conocimientos
- 91% considera que aporta valores
- 80% estima que sí cubre con las necesidades de entretenimiento

Diálogos en Confianza

- 93% de los televidentes opina que le ayuda a mejorar la calidad de vida de su familia
- 25% ha recurrido al Servicio de Canalización de esta barra

Once Niños

- 86% de los adultos participantes señalan que le aporta valores a la niñez
- 89% considera que le aporta conocimientos
- 89% de los niños participantes opina que les aporta valores
- 87% opinó que les da conocimientos

Noticiarios

- 81% indica que cubren las necesidades de información
- 86% considera que son objetivos, veraces y oportunos

Programación para Adultos

- 86% está de acuerdo con esta barra
- 88% está de acuerdo con el horario de transmisión
- 81% considera que los temas que aborda son de su interés

ANEXO 4

Resultados del Tercer Encuentro de Canal Once con el Televidente y el No Televidente*

Se desarrollo del 31 de marzo al 6 de abril de 2003 a través de llamadas telefónicas y vía Internet. El total de participaciones fue de 12 836.

Participación	Total
Llamadas telefónicas	10 989
Vía Internet	1 847
Total	12 836

Elaboración propia con datos de Canal Once.

Participación por estados

Se recibieron participaciones de los 31 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal. Los estados que más participaron fueron Baja California, Estado de México, Jalisco, Morelos y Sinaloa.

Distrito Federal	50%
Provincia	50%

Elaboración propia con datos de Canal Once.

Participación por sexo y edades

71% de la participación fue de niños y jóvenes (4 a 29 años).

Distribución por edades

Rango de edad	Total
4 a 12	40%
13 a 18	13%
19 a 29	18%
30 a 44	16%
45 y más	13%

* http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/boletin_089.htm (Enero, 2004)

Distribución por sexo	Total
Hombres	49%
Mujeres	51%

Comparativo de los Resultados de los Tres Encuentros de Canal Once

Área calificada	3er Encuentro	2° Encuentro	1er Encuentro
Imagen y programación	9	8.8	8.5
Diálogos en Confianza	9.1	9	9
Once Niños (en opinión de los adultos)	9	9	8.3
Noticiarios	8.9	8.6	8.2
Much Music	8.5	No se transmitía	No se transmitía

Destacan los siguientes resultados:

Imagen y programación

- 97% de los participantes reconoce la frase Canal Once, la otra mirada
- 89% se identifica con las imágenes de las identificaciones y considera que la programación va de acuerdo con la imagen del Canal

Once Niños

- *Zoboomafoo, El Diván de Valentina, Bizbirije, Cuentos de la Calle Broca y Mona la Vampira* son los cinco programas más gustados según los niños.

Participación del NO Televidente

- Fue el 10% del total
- 53% conoce la programación de Canal Once
- 49% considera que son los jóvenes quienes ven Canal Once
- 51% busca entretenimiento en la televisión
- 35% considera que Canal Once es entretenido
- 73% de los niños no televidentes saben que Canal Once tiene programas infantiles
- 37% de ellos piensa que este canal es entretenido.

ANEXO 5

Código de ética **Canal Once***

Canal Once genera, produce y transmite contenidos sustentados en valores humanos ligados esencialmente a la vida, la libertad y el respeto.

Consciente de su misión como televisora pública, Canal Once basa su credibilidad ante la gente en la calidad de sus contenidos, ya que a partir de ellos los televidentes cuentan con un marco de referencia en el que se expresan diversos puntos de vista que proporcionan elementos de juicio a partir de los cuales cada quién va estructurando su propia opinión, tan respetable como la de cualquier otro.

La información contextualizada que ofrece Canal Once conforma un verdadero mosaico de rostros y voces tanto de nuestro entorno nacional como del mundo contemporáneo en toda su sorprendente complejidad. Este interés por mostrar las diversas aristas que conforman los fenómenos socioculturales se refleja en cada uno de los programas de producción propia y también en los que son adquiridos en los mercados internacionales.

Todos los programas de Canal Once se ciñen por principio al Código de ética que se enuncia a continuación. Además, existe un **Código de ética de Once Niños**, un **Código de ética de Once Noticias** y la **Línea editorial de los contenidos de Diálogos en Confianza**. Ello debido a la especificidad y el cuidado que requieren los contenidos dirigidos a los niños, así como los que se presentan en los noticiarios y en los programas donde se abordan problemáticas en torno a la familia, la sexualidad y la pareja.

Con base en lo anterior, Canal Once guía sus estrategias de producción, adquisición y transmisión de programas, con respecto a su audiencia, en los siguientes lineamientos:

* http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index.htm (febrero, 2004)

1.- Genera de manera permanente un mensaje sólido apegado a los valores humanos, que son los de la libertad y el respeto. Por ello, evita en sus contenidos toda valoración o afirmación subjetiva y única sobre los hechos y la realidad.

2.- Mantiene la emisión de mensajes en favor de un bienestar social y difunde estrategias de auto-confirmación humana. Por ello, busca siempre un equilibrio entre los valores personales y los comunitarios. Asimismo, evita la perturbación moral colectiva surgida de los contenidos denigratorios u ofensivos para cualquier grupo social.

3.- Sostiene el compromiso de imparcialidad, respeto y objetividad frente a las distintas expresiones sexuales sin hacer promoción de ninguna preferencia sexual específica. En su oferta programática, Canal Once no transmite imágenes o escenas que representen actos de humillación, violencia o denigración de índole sexual. El acto sexual humano es abordado en la plenitud de su naturalidad y como parte de la dimensión biológica y cultural contemporánea de hombres y mujeres.

4.- Bajo ninguna condición se transmiten imágenes y/o situaciones que desvirtúen los conceptos científicos y médicos acerca de la educación sexual.

5.- Canal Once incluye los puntos de vista de los distintos sectores sociales, culturales y políticos, por lo que da espacio tanto a la libre expresión de quienes sostienen diversas preferencias sexuales como a la de aquellos con opiniones diferentes, pero que se manifiestan de manera respetuosa en la consideración de que son igualmente dignos de respeto.

6.- En Canal Once se evita la emisión de imágenes pornográficas de cualquier índole.

7.- En la carta programática de Canal Once tienen cabida las series y los programas cuya prioridad sea la promoción de valores humanos, civilizados y reflexivos en el ámbito de las relaciones sexuales. Una prioridad en las distintas

series y programas sobre sexualidad consiste en abordar el intrincado laberinto de las relaciones heterosexuales, bisexuales, homosexuales o de grupo sin ninguna inhibición, pero omitiendo imágenes que lastimen la sensibilidad de la gente. De ahí el propósito de mostrar toda la complejidad sociocultural y evitar la utilización de imágenes limitadas a la genitalidad (escenas reales de coito, sexo explícito, sexo simulado o la exhibición de órganos genitales), ya que la sexualidad en toda su plenitud implica aspectos que rebasan esta visión estrecha que se presta sólo al lucro y la desinformación, dejando de lado aspectos socioculturales y afectivos sumamente importantes.

8.- Con el firme compromiso de exaltar una sexualidad jubilosa: sin culpa ni remordimiento; equitativa y responsable, dentro de los contenidos de Canal Once queda excluida cualquier expresión de violencia sexual o agresión física. En sintonía con la idea de que el sexo con responsabilidad es, sin duda, una actividad saludable, necesaria e incluso gratificante en distintos planos de la vida humana, en Canal Once tiene lugar el análisis de las diversas preferencias sexuales, fantasías, conductas, modas, tendencias y percepciones. Por todo ello, bajo ninguna circunstancia transmite la apología o la caricaturización de las diversas preferencias sexuales.

9.- Son excluidas de los contenidos televisivos del Once escenas o imágenes cuya esencia sea el fomento de cualquier tipo de violencia, desde la que se efectúa entre personas hasta las que se desatan en el seno de una familia o las originadas por controversias religiosas, odios raciales o desacuerdos políticos, económicos y sociales. Ello es diferente del hecho de mostrar un documental en el que se presente, de manera contextualizada, alguna de estas problemáticas con la idea de promover la reflexión y el análisis.

10.- En Canal Once hay un absoluto respeto por la integridad de las obras intelectuales (películas, series y programas unitarios, de cualquier género). Por ello, no se admite su mutilación, el corte de escenas o la censura. Si la obra audiovisual contiene situaciones que pudieran ofender a un determinado

segmento del público, la solución es programarlo en un horario nocturno conveniente en términos de audiencia, y será responsabilidad de los padres el consumo televisivo de los hijos en horarios no recomendados para ellos.

11.- Canal Once nunca aporta recursos para contenidos cuyo objetivo radica en contravenir una convivencia humana armoniosa. Por ende, rechaza la promoción de prejuicios, odios y conductas agresivas e irracionales. En cambio, sustenta el compromiso de apoyar y propiciar contenidos televisivos basados en valores éticos ligados a la pertenencia a una civilización y el respeto por los demás.

12.- La violencia es un fenómeno común en el mundo que nos rodea, por lo que es un error negar su existencia. Pero hay una gran diferencia entre promover la violencia en la sociedad y mostrar contenidos donde exista la violencia dentro de un contexto fundamentado en las causas que la motivan. En diversas series y películas, la violencia es muchas veces el resultado de un conflicto dramático que se dirige hacia un objetivo predeterminado. Este caso es frecuente en las nuevas propuestas cinematográficas que utilizan la violencia para subvertirla, elaborando un discurso no apologético sino crítico hacia el ejercicio de la violencia en el mundo y la sociedad. Es por eso que siendo Canal Once una televisora de perfil cultural y educativo, no puede cerrarse a dichas propuestas que, como ya se mencionó, se programan en un horario aceptable (de lunes a domingo a partir de las 10:00 PM), donde nuestra audiencia abarca de adultos jóvenes a adultos mayores.

13.- Canal Once propicia el respeto y la tolerancia a las ideas, fomenta la democracia y promueve el entendimiento entre los más diversos pensamientos. El concepto de pluralidad es uno de sus pilares fundamentales. En este sentido, no se acepta ningún tipo de discriminación o trato condescendiente con personas que pertenezcan a las llamadas “minorías”. Para Canal Once la sociedad está conformada por personas distintas, pero en ningún caso con capacidades superiores o inferiores, sino más bien diferentes y complementarias de la vida en sociedad. Por eso, Canal Once genera espacios en su programación destinados a

que las personas expresen con total libertad sus opiniones y su especial forma de ser; asimismo, ofrece a sus espectadores una oferta televisiva diversa regida por la tolerancia y el respeto a las ideas o creencias que se presentan hoy en día en el mundo. Aunado a ello, las personas nunca serán encasilladas o estereotipadas por presentar una opción sexual distinta de la heterosexual, o por pertenecer a un determinado género o a una clase social. Canal Once trabaja para todos ellos bajo un lema único: producir contenidos que fomenten el desarrollo humano.

14.- Canal Once de ningún modo produce o transmite contenidos que muestren condescendencia alguna hacia las situaciones de nuestros televidentes con capacidades o necesidades especiales. Cualquier rasgo de conmiseración es una forma más de segregación. Asimismo, tampoco se transmiten contenidos que hagan mofa, burla o caricatura de dicha condición o de situaciones protagonizadas por las personas con necesidades especiales. Por el contrario, Canal Once transmite programas y documentales de calidad que promueven la inclusión, el trato adecuado y el respeto a las personas con capacidades especiales, tomando en cuenta que son parte fundamental de nuestra sociedad. Incluso se cuenta con programas que muestran una preocupación por este segmento de televidentes. Un ejemplo de ello son las películas audio-descritas, las cápsulas informativas y los programas dedicados a la orientación y promoción de una cultura incluyente y ausente de cualquier tipo de lástima que aparecen con frecuencia en nuestra oferta de programación.

15.- Canal Once se interesa de manera especial por los contenidos que fomentan el respeto a la tradición representada por los adultos mayores. Por lo mismo, transmite documentales, programas y series que incluyen la situación y las problemáticas protagonizadas por estos importantes miembros de nuestra sociedad.

En suma, Canal Once favorece la cultura de la igualdad en todos los ámbitos, y da voz a la más amplia gama de manifestaciones sociales, culturales, artísticas y políticas.

ANEXO 6

Código de ética

Once Niños*

El presente documento se aplica dentro de ONCE TV en lo concerniente a la televisión y los niños, definiendo a estos últimos como personas de 12 años y menos.

1. De los contenidos de la programación para niños:

Los mensajes que reciben los niños modelan su manera de pensar, de sentir y de actuar. Los contenidos pasan a formar parte de sus pensamientos y acciones, y se manifiestan con frecuencia en sus juegos, que son su principal forma de expresión. Por tanto, es fundamental ser cuidadosos en el fondo y la forma de los mensajes dirigidos a los niños. Por ello es necesario:

1. Presentar contenidos que fomenten su sano desarrollo físico y mental.
2. Evitar mostrar acciones o técnicas que los conduzcan a una imitación peligrosa.
3. Reflejar en los contenidos valores positivos que fortalezcan la autoestima, alienten la cooperación y muestren conductas de responsabilidad hacia ellos mismos y los demás.

La postura de Once Niños es seleccionar los contenidos más adecuados para los niños de acuerdo con sus necesidades y desarrollo.

Violencia. Diversos estudios en psicología social revelan que la violencia que se presenta en circunstancias parecidas a la vida real es más perturbadora que la violencia que se presenta en ambientes fantasiosos. La evidencia no ha arrojado

* http://oncetv-ipn.net/onceninos/presentacion/codigo_etica.htm (febrero 2004)

resultados concluyentes. Por una parte, se ha observado que la violencia en ambientes fantasiosos puede ser un medio catártico; por otra, se ha visto que este tipo de violencia puede afectar la conducta de los niños. Sin embargo, también se han registrado estudios que muestran que en algunos casos sus efectos no son significativos. De cualquier forma, la postura de Once Niños es que la violencia no es aceptable como una vía de solución de los conflictos; por lo tanto, sus transmisiones deberán seguir los siguientes criterios:

Se debe evitar:

- La violencia verbal, ya que afecta especialmente a los niños.
- La violencia gratuita en escenarios domésticos, entre personajes que representen a sus padres, o hacia personajes con los que el niño simpatiza.
- La violencia dirigida a animales, pues resulta especialmente perturbadora para los niños más pequeños.
- La presentación de actos criminales, ya que se pueden convertir en lecciones de cómo realizarlos.
- La presentación de golpes de karate y la utilización de armas tales como cuerdas, navajas o botellas, debido a que los niños tienden a imitar comportamientos.

En caso de presentar violencia, se debe:

- Hacer explícito si es parte de la realidad o es ficción.
- Justificar el contexto en que se presenta.
- Especificar claramente sus consecuencias.
- Reprobar su uso como salida al conflicto en forma abierta y clara.
- Aclarar que “el crimen no paga”.

En ningún caso se deberá presentar la violencia como glamorosa o aceptable.

Sexo. Debe tratarse de manera adecuada para niños de 12 años o menores.

En ningún caso se deben presentar:

- Conductas sexuales explícitas de ningún tipo.
- Fotografías, videos o cualquier tipo de imágenes sexuales que provoquen algún daño emocional o moral en niños de 12 años o menores.
- Desnudos en un contexto que denote conducta sexual.

Humor. Debe ser sano y adecuado para que los niños lo comprendan. Debe fomentar las capacidades creativas y la imaginación en el niño, sin perder en ningún momento el respeto por las personas y la diversidad cultural del mundo en que vivimos. Por ello, en los programas de Once Niños, se evita de manera tajante:

- Ser cruel.
- Humillar a una persona, nacionalidad y/o grupo social o étnico.
- Considerar como humorístico algún tema relativo a las personas con necesidades o capacidades especiales.
- Emplear el doble sentido o albur.

Conductas antisociales. Deben transmitirse mensajes claros que desalienten la imitación de conductas que afecten el bien común y la búsqueda del desarrollo humano en todas sus manifestaciones, ya que los niños son especialmente vulnerables debido a la etapa de desarrollo en que se encuentran. Once Niños hace énfasis en conductas fundamentadas en la solidaridad, el respeto a los otros y el apego a las normas que forman parte de la cotidianeidad del niño.

En ningún caso se deben presentar conductas peligrosas o dañinas, tales como:

- Usar inadecuadamente artefactos domésticos de uso común que están a disposición de los niños. Por ejemplo, hornos de microondas o secadoras.

- Usar de manera “cómica” materiales que presenten un tipo de juego potencialmente peligroso, sobre todo cuando no se llegue a una consecuencia o resultado serio.
- Usar métodos inventivos o inusuales para provocar dolor en un ser humano o en los animales, particularmente cuando se realicen con objetos de fácil acceso a los niños.
- Fumar y beber.
- Matar personas o realizar preparativos para una ejecución, especialmente cuando se trate de una muerte en la horca, ya que ésta resulta de muy fácil imitación.
- Hacer burla de personas con capacidades disminuidas, con defectos físicos evidentes o pertenecientes a determinada raza, religión, nacionalidad, cultura y/o clase social.
- Fomentar la persecución de alguna minoría étnica, social, religiosa o de determinada preferencia sexual.

Lenguaje

Nunca se debe utilizar un lenguaje:

- Ofensivo.
- Obsceno.
- Racista.
- Que utilice estereotipos ofensivos.
- Condescendiente hacia un grupo social o racial en particular.
- Incomprensible para niños de 12 años o menores.

Publicidad

Se debe marcar de manera audiovisual cuando un programa termina y/o se interrumpe e inicia el corte comercial. Se debe evitar la transmisión de anuncios que presenten los siguientes productos:

- Bebidas alcohólicas.
- Chocolates con licor.
- Cerillos.
- Medicinas, vitaminas u otros suplementos dietéticos.
- Películas o programas con clasificación B o C.

No se transmitirán anuncios que presenten escenas que:

- Promuevan el mal comportamiento, violencia o malos hábitos.
- Induzcan a vicios.
- Puedan atemorizar o provocar incomodidad a los niños.
- Ridiculicen o humillen a las personas participantes; a gente con necesidades o capacidades especiales; a miembros de determinada raza, clase social, religión, nacionalidad y preferencias sexuales específicas.

Los presentadores o conductores de programas no podrán hacer menciones de productos o publicidad indirecta durante la presentación de los programas. De requerirse por compromisos de la televisora, éstos lo harán en *spots* creados ex profeso por los anunciantes o por la misma televisora. El número de *spots* o anuncios comerciales no deberá exceder de dos minutos en un programa de media hora y de tres minutos en un programa de una hora.

Programación. La programación para niños de la televisora deberá contener por lo menos un 30% de programación local.

Concursos y competencias. Si se convoca a una competencia para niños:

- Las reglas publicadas deben haber sido autorizadas previamente.
- Los premios y las oportunidades para obtenerlos deben presentarse objetivamente, sin exageraciones.
- Los premios ofrecidos a los niños deben ser:
 - Menos costosos que los que se ofrecen a los adultos.

- Apropriados a su edad e intereses.
- Objetos o privilegios, nunca dinero en efectivo.

Participación por llamadas telefónicas o Internet. Cuando se solicite la intervención de los niños por medio de llamadas telefónicas, se debe aclarar que:

- Los niños deben pedir permiso a sus papás o a quien pague el teléfono para realizar la llamada.
- Las llamadas son gratuitas, o especificar si tienen algún costo.
- Los datos proporcionados por los participantes son confidenciales.

Cuando se trate del uso del Internet, las páginas del programa para niños:

- Deben ser apropiadas a la edad de los niños.
- No deben hacer ligas con una página que contenga material inadecuado.

2. Del equipo que desarrolla los programas:

Productores, diseñadores y pedagogos. La primera premisa a respetar por parte de los profesionistas que desarrollan los programas es considerar que los niños con quienes trabajan merecen respeto a su persona, dignidad, puntos de vista, inteligencia y sensibilidad. Los productores y diseñadores deben tener especial cuidado:

- Al realizar entrevistas, pues los niños, por su edad, son sumamente vulnerables y sugestionables.
- Al utilizar el lenguaje que se usa para dirigirse a los niños: éste nunca debe ser fuerte u ofensivo.
- Con los horarios y lugares en donde trabajen los niños.
- Al explicar a los niños los objetivos de la grabación.

Asesoría de profesionales. Se debe consultar a un profesional, o a un adulto que tenga un profundo conocimiento de los niños, cuando:

- Se evalúe si un niño tiene la madurez emocional y la edad cronológica para participar en un programa.
- Se aborden temas sensibles.
- Se entreviste a niños acerca de temas sensibles para reducir al mínimo su sensación de malestar.
- Se trabaje con contenidos o niños cuyas actividades se encuentren al margen de la ley (prostitución o drogadicción).

Jornadas de trabajo. Los productores y diseñadores deben considerar una especial dosificación de las jornadas de trabajo cuando se trata de niños:

Edad Máximo de horas por jornada:

Menores de 4 años 2 horas

De 4 a 6 años 4 horas

De 6 a 9 años 6 horas

De 9 a 15 años 8 horas

Durante las horas de trabajo, los niños deberán contar con:

- Recesos dentro de las grabaciones.
- Atención a sus necesidades alimenticias.
- Horarios adecuados para sus jornadas de trabajo.
- Apoyo para realizar sus tareas escolares.

Los directores o productores deberán respetar el ritmo de trabajo de cada niño de acuerdo con su edad.

Locaciones. Deberán garantizar la seguridad e integridad de los niños, quienes no deberán ser expuestos a condiciones en las que corran riesgos; si se calcula que podría haber situaciones de riesgo, se deberá contar con el equipo

especializado para proteger a los niños y con la autorización por escrito de los padres.

Responsables de seguridad y tutores. Se recomienda tener a un adulto responsable de la seguridad y comodidad de los niños. Se considera adecuado un adulto por cada:

- Cuatro niños, cuando se trabaja en locación.
- Ocho niños, cuando se trabaja en estudio.

La producción deberá contar con un tutor cuando las grabaciones requieran de la presencia de niños en horarios escolares por más de una semana.

Los niños. La seguridad física, moral y psicológica de los niños que participan en producciones de televisión es el aspecto prioritario para Canal Once, y está por encima de todos los demás intereses de la producción.

Edades. Los niños son más vulnerables y sensibles a los acontecimientos a los que se ven expuestos conforme más jóvenes son.

Participación. Los niños pueden participar de diversas maneras: como actores, entrevistados, extras o como parte de la producción de un programa.

Por ello, se debe:

- Contar con el consentimiento legal de los padres o tutores para que los niños participen en cualquier modalidad de un programa.
- Evitar la participación de los niños en escenas que les provoquen incomodidad o alarma.
- Dar instrucciones a los niños en un lenguaje comprensible y claro, sin ser inducidos a dar una respuesta que ellos no deseen dar.

Permisos y consentimientos. En cada actuación, se debe:

- Tener el consentimiento del niño para formar parte del programa.
- Respetar la decisión del niño que se rehúse a participar.
- Confirmar el consentimiento de los menores con su padre o tutor.

- Contar con el consentimiento del niño y la autorización verbal de un adulto responsable cuando se realicen entrevistas rápidas a niños menores de 6 años.

Anonimato. Cuando se trate de situaciones reales en las que se grabe a niños realizando actividades al margen de la ley o antisociales, es indispensable guardar su anonimato, pues revelar su identidad puede dar lugar a problemas éticos.

Pagos. Se deberá cumplir con lo siguiente:

- Los padres no deben recibir pago alguno por permitir que sus hijos participen y deben observar las condiciones legales que exige el contrato.
- Los niños deben recibir un pago justo por sus actuaciones de acuerdo con los tabuladores vigentes de la televisora.
- Los niños que participen como voluntarios deben saber de antemano que no van a recibir un pago.

3. De la programación de la televisora:

Horarios. Sabiendo que hay niños frente a la televisión prácticamente en cualquier horario, los programas que se transmiten antes de las 9:00 de la noche deben tomar en cuenta las siguientes previsiones:

- Deben ser apropiados para los niños, excepto en circunstancias excepcionales plenamente justificadas y contextualizadas.
- Se evita incluir contenidos que puedan dañar el desarrollo físico, mental o moral de los niños, en particular programas que incluyan pornografía, violencia gratuita o drogadicción.
- Nunca se deben presentar niños sujetos a maltrato de cualquier tipo fuera de contexto.

Contenidos. Se debe cuidar de manera especial no incluir escenas explícitas de sexo, violencia o lenguaje fuerte durante las horas de programación para todo público.

- Se debe advertir de manera audiovisual a los televidentes antes de transmitir un programa que contenga escenas o lenguaje no aptos para niños o que puedan ser ofensivos o inquietantes para la audiencia. Serán los padres quienes determinen si lo que se presenta es apropiado para sus hijos.
- Se reitera que, bajo ningún concepto, se deben presentar burlas a personas con capacidades y/o necesidades especiales, con defectos físicos evidentes o pertenecientes a cierta raza, religión, nacionalidad y clase social.

Publicidad. La publicidad debe ser pautada tomando en cuenta los horarios en los que puede haber niños entre el público. El pautaje del material publicitario requiere de un cuidado especial, ya que los televidentes no escogen ver este tipo de material. En horarios abiertos a todo público, el material publicitario no debe:

- Usar lenguaje obsceno ni ofensivo.
- Presentar escenas sexuales explícitas o desnudos que no sean justificados por el contexto.
- Contener violencia física, verbal o psicológica que pueda provocar inquietud o ser modelo para la imitación.
- Presentar escenas abiertas de suicidio.
- No se debe pautar publicidad dirigida exclusivamente a adultos, o que presente comportamientos no apropiados para los niños antes de las 9:00 de la noche.

Utilización de niños en campañas o promocionales.

- Los niños no deberán ser utilizados para aleccionar a los adultos o crear situaciones de enfrentamiento entre niños y adultos.
- Las campañas o promociones dirigidas a todo público deberán tener *spots* especiales sobre el mismo tema, pero elaborados tomando en cuenta las posibilidades de participación de los niños cuando los temas abordados así lo requieran.

Participación por llamadas telefónicas o Internet. Cuando se solicite la intervención de los niños por medio de llamadas telefónicas:

- Se debe decir al aire a los niños que pidan permiso a sus papás o a quien pague el teléfono para realizar la llamada.
- El costo de las llamadas para dar servicio a los niños no debe ser superior al de una llamada local. De serlo, se deberá decir al aire que el costo de la llamada es superior al de una llamada local.
- Se deben tratar con confidencialidad los datos proporcionados por los participantes.

Cuando se trate del uso de Internet:

- Las páginas que contengan material ligado a determinado programa de la emisora deben ser apropiadas al programa y a su audiencia.
- Las páginas electrónicas deben ser claras con respecto al público al que se dirigen; si se trata de niños, deben estar diseñadas y proponer un material en consecuencia.
- Nunca se deben hacer ligas entre la página electrónica de un programa diseñado para niños con una página que contenga material inadecuado para ellos.

ANEXO 7

Bizbirije, lineamientos de producción.*

Los diez mandamientos de Bizbirije

1. Las inquietudes y preguntas que se hacen los niños son las que deberán dar vida y dirección al programa. Debemos ayudarlos a que se hagan preguntas y a contestarlas.
2. Debemos escuchar cuidadosamente lo que los niños dicen, saber qué temas les son particularmente atractivos y cómo es su vida diaria. Debemos recordar que sus intereses y preocupaciones vienen de lo que ven y escuchan todos los días.
3. Bizbirije debe estar directamente relacionado con la vida del niño. Antes de escribir o producir algo, hay que pensar qué dudas tiene un niño de entre 6 y 9 años respecto a un determinado tema.
4. La risa y el humor son particularmente importantes en la vida de los niños. Debemos aprovechar cualquier oportunidad para mostrar humor y sorprender al niño.
5. Lo inesperado gusta a los niños. Debemos esforzarnos siempre por presentar un punto de vista diferente a lo que los niños esperan.
6. Debemos motivar a los niños a realizar las actividades que proponemos. Buscamos que los niños participen y se diviertan, no que se sienten pasivamente frente al televisor.
7. Debemos siempre alimentar el deseo natural o curiosidad de los niños por conocer y explorar el mundo que les rodea.
8. Debemos ser directos, claros y sencillos. Así son los niños.
9. Debemos inventar nuevas lenguas y códigos, para que los niños se sientan parte de un grupo que los identifique.
10. Debemos disfrutar enormemente el trabajo con los niños y divertirnos trabajando con ellos y para ellos.

* Barragán, Lorena. Bizbirije, una alternativa educativa de la televisión infantil mexicana, p 57-62 y SS.

Lo que para Bizbirije significa el aprendizaje

- Que es adquirido por quien aprende
- Que lleva tiempo
- Que nos define
- Que no es estar sentado
- Que no es estar quieto ni callado
- Que es preguntarse
- Que es cometer errores
- Que algo de pronto tenga sentido o no lo tenga
- Que se basa en la autoestima: aprendo porque merezco saber
- Que es experimentar
- Que es jugar
- Que es trabajar
- Que es frustración
- Que es necesario
- Que es predecir bien
- Que es predecir mal, y que está bien predecir mal
- Que nunca termina

Las prácticas adecuadas de Bizbirije

- Las actividades deberán estar diseñadas para promover la autoestima, el sentido de competencia (yo puedo) y sentimientos positivos hacia las experiencias que se presentan.
- Se deberá contemplar que existen diferentes niveles, habilidades e intereses en los niños televidentes.
- El programa debe reflejar los intereses y sugerencias de los niños, lo que significa que los párvulos podrán participar desde sus hogares proporcionando material para los programas, este es, enviando sus propuestas y opiniones.

- Los errores deberán ser vistos como necesarios y naturales en el proceso de aprendizaje.
- Los materiales y actividades que se realicen tendrán que ser concretas, reales y relevantes en la vida de los niños. Los artículos que se utilicen deberán ser aquellos que los niños puedan encontrar fácilmente en su medio y cuya manipulación sea sencilla.
- Las actividades sugeridas en el programa deberán fomentar el trabajo independiente y en grupo.
- Cuando se utilicen textos, deberán ser ofrecidos de manera clara para los niños. (Ingredientes para realizar recetas de cocina o la lista de material a utilizar en algún experimento, por ejemplo)
- Las matemáticas deberán estar presentes en actividades cotidianas y divertidas, por ejemplo, dentro de las recetas de cocina.
- Los proyectos de ciencia deberán ser experimentales y exploratorios, no didácticos e instruccionales. Deberán promover la participación activa de los niños.
- Cuando sea posible se deberá hacer referencia a temas como la salud y la seguridad, un ejemplo de ello es la nutrición (cocina), las enfermedades (cuidarse de los cambios de temperatura, etc.), algunas medidas de seguridad (para atravesar la calle, andar en bicicleta, cómo manipular objetos cortantes y sustancias peligrosas, qué hacer en caso de temblores, incendios, etc.)
- El programa debe permitir a los niños expresar sus ideas y sentimientos.
- Las actividades y secciones deberán incluir proyectos que desarrollen habilidades de pensamiento crítico, lógico y creativo.
- Deberán incluir actividades o juegos tanto en interiores como en exteriores.
- Deberá fomentarse el desarrollo de habilidades sociales, tales como ayudar, cooperar y negociar.

Las prácticas inadecuadas de Bizbirije

- Asumir que los niños son una “tabla rasa” a quienes todo debe enseñarse.
- Asumir que son los adultos quienes enseñan.
- Enfocarse mayoritariamente al desarrollo intelectual, concebido éste como capacidad de memoria.
- Emplear técnicas instruccionales en las que el adulto imparte el conocimiento.
- Considerar como pérdida de tiempo al juego, los experimentos, las discusiones, etc.
- Ignorar los intereses y demandas de los niños.
- Esperar que los niños se sienten pasivamente a ver y a escuchar.
- Concebir la lecto-escritura desde el punto de vista técnico solamente, esto es, la adquisición de habilidades para traducir símbolos a sonidos y sonidos a símbolos.
- Considerar a las matemáticas como abstractas y desligadas de la vida cotidiana del niño.
- Considerar el aprendizaje como acumulación y memorización de datos.
- Considerar de segunda importancia el arte y la educación física.
- Ignorar las diferencias regionales y multiculturales.
- Dar lecciones orales y moralejas sobre el buen comportamiento.
- Colocar a los adultos en un rol adversario con los niños recalcando su poder y sabiduría.

Fuentes

Bibliografía

- Adorno, Theodor (et. al.); La ventana electrónica. México. Ediciones Eufesa, 1983, 290 p.
- Alcázar, Josefina. La cuarta dimensión del teatro. México. Instituto Nacional de Bellas Artes, 1998, 135 p.
- Alcocer, Martha, y otros. La televisión y los niños. México. CONAPO, 1980, 64 p.
- Alonso Eurasquin, Manuel. Los teleniños. México. Fontamara, 1998, 215 p.
- Bauche Alcalde, Manuel, y otros. Apuntes para una historia de la tv. Mexicana II. México. Ed. Revista Mexicana de Comunicación, Televisa, 1999, 425 p.
- Beltrán Llera, Jesús (et. al.); Psicología de la educación. Barcelona. Alfaomega, 1997, 653 p.
- Berlo, David. El proceso de la comunicación. México. Ediciones El Ateneo, 1985, 239 p.
- Bohman, Kari. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México. Alianza editorial, CONACULTA, 1989, 397 p.
- Bravo, Raymond. Producción y dirección de televisión. México. Limusa Noriega, 1993, 211 p.
- César Galeano, Ernesto. Modelos de comunicación. Buenos Aires. Ediciones Macchi, 1997, 146 p.
- Charles Creel, Mercedes. Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios. México. Trillas, 1990, 246 p.
- Corral Corral, Manuel. La Ciencia de la Comunicación en México. México. Trillas, 1994, 130 p.
- Crovi Druetta, Delia. Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá. México. FCPYS, 1995, 277 p.
- De Fleur, Melvin. Teorías de la comunicación de masas. México. Paidós, 1996, 463 p.
- Eco, Umberto. Cómo se hace una tesis. México. Gedisa, 1997.

- Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión en México. México. Ed. Juan Pablos, 1982.
- Fernández Collado, Carlos. La comunicación humana. México. McGraw-Hill, 1988, 468 p.
- _____ La televisión y el niño. México. Colofón, 1991, 145 p.
- González, Fernando, y otros. Apuntes para una historia de la Tv. Mexicana. México. Ed. Revista Mexicana de Comunicación (Espacio 98), 1998, 589 p.
- González Reyna, Susana. Manual de redacción e investigación documental. México. Trillas, 1990. 204 p.
- González Treviño, Jorge E. Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico. México. Alhambra, 1992, 280 p.
- Hernández Sampieri (et. al.); Metodología. México. McGraw-Hill, 2003, 705 p.
- Hodge, Bob y Tripp, David. Los niños y la televisión. Barcelona. Ed. Planeta, 1988, 283 p.
- Linares, Marco Julio. El guión, elementos, formatos, estructuras. México. Addison Wesley Longman, 1998, 302 p.
- Liebert, Robert y Neale, John. La TV y los niños. Barcelona. Ed. Fontanella, 1976, 361 p.
- Mattelart, Armand. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona. Paidós Comunicación, 1997, 142 p.
- Medina Lozano, Luis. Metodología. DGETI. México. 1990, 269 p.
- Mejía Prieto, Jorge. Historia de la radio y la televisión en México. México. Ed. Asociados, 1972, 322 p.
- Méndez Álvarez, Carlos Eduardo. Metodología. Santa fe de Bogotá. McGraw-Hill, 1986, 170 p.
- McDaniel. Investigación de mercados. México. Thomson Editores, 1999, 780 p.
- Orozco Gómez, Guillermo. Al rescate de los Medios. México. Universidad Iberoamericana, 1994, 160 p.
- _____ Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Madrid. Universidad Iberoamericana y Ediciones de la Torre, 1996, 207 p.
- Piaget, Jean. Seis estudios de psicología. México. Ariel, 1986, 227 p.

- Quijada Soto, Miguel Ángel. La televisión: análisis y práctica de la producción de programas. México. Trillas, 1986, 109 p.
- Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. México. Plaza y Valdés, 1991. 286 p.
- _____. Métodos para la investigación social. México. Plaza y Valdés, 1995. 123 p.
- Schramm, Wilbur. Los efectos de la TV sobre los niños. México. Roble, 1975.
- Soler, Llorenç. La televisión: una metodología para su aprendizaje. Barcelona. Gustavo Gili, 1988, 189 p.
- Torres Aguilera, Fco. Javier. Telenovelas, televisión y comunicación. México. Ediciones Coyoacán, 1994, 140 p.
- Toussaint Alcaraz, Florence. ¿Televisión pública en México? México. CONACULTA, 1993.
- Vilches, Lorenzo. La televisión: los efectos del bien y el mal. Barcelona. Paidós, 1993, 206 p.
- Wright, Charles. Comunicación de masas. México. Paidós, 1986, 154 p.
- Zettl, Herbert. Manual de producción de televisión. México. Thomson Editores, 2000, 558 p.

Hemerografía

- IbopeTV*, Merca 2.0. Año 2, Número 24, abril, 2004.
- IbopeTV*, Merca 2.0. Año 3, Número 25, mayo, 2004.
- Inratings*, Merca 2.0. Año 2, Número 24, abril, 2004.

Documentos

- Canal Once. Informe de actividades 1991 –1994, 29 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.
- Ley Federal de Radio y Televisión.

Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional.

Reglamento Orgánico del Instituto Politécnico Nacional.

Tesis

Ahedo Volpi, Sandra Iveth. Programas infantiles educativos: diagnóstico de sus contenidos y difusión de los valores que presentan. Tesis para obtener el título de licenciatura, Fcpys, UNAM. México. El autor, 2002, 96 p.

Barragán Cruz, Lorena. Bizbirije: una alternativa educativa de la televisión infantil. Tesis para obtener el título de licenciatura, Fcpys, UNAM. México. El autor, 2002.

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, 225 p.

Guerrero Martínez, Mauricio. Una aproximación a la influencia psicosociológica de la televisión en los niños. Tesis para obtener el título de licenciatura, Fcpys, UNAM. México. El autor, 1986, 209 p.

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.

Luna Cerdan, Rossana. Ventana de Colores, una opción educativa infantil: análisis de la recepción mediada en una muestra ilustrativa. Tesis para obtener el título de licenciatura, Centro de Estudios Universitarios de Periodismo y Arte en Radio y Televisión. México, 1996, 231 p.

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, 168 p.

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

Pretelín Eguízar, 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, 1999.

Sánchez Hinojosa, Guillermina. El discurso de la programación infantil a través de la televisión en México. Tesis para obtener el título de maestría, Fcpys, UNAM. México. El autor, 1997.

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.

Internet

<http://www.abc.net.au> (marzo, 2004)

<http://www.cinar.ca> (marzo, 2004)

<http://www.collingwoodohare.com> (mayo, 2004)

<http://www.conaculta.gob.mx> (febrero, 2004)

<http://www.creativa.com.mx> (marzo, 2004)

<http://www.fetchthevet.com.uk> (abril, 2004)

<http://www.franklintheturtle.com> (abril, 2004)

<http://www.galafilm.com> (abril, 2004)

<http://www.hitentertainment.com> (marzo, 2004)

<http://www.ibope.com.mx> (febrero, 2004)

<http://www.jornada.unam.mx> (enero, 2004)

<http://www.mamemo.com> (marzo, 2004)

<http://www.mediapegs.com> (abril, 2004)

<http://www.millimages.com> (marzo, 2004)

<http://www.mxtv.co.jp> (marzo, 2004)

<http://www.nelvana.com> (abril, 2004)

<http://www.oncetv.ipn.mx> (enero-mayo, 2004)

<http://www.oncetv-ipn.net> (enero-mayo, 2004)

<http://www.plutarcohaza.com> (marzo, 2004)

<http://www.titch.net> (abril, 2004)

<http://www.transparencia.ipn.mx> (marzo, 2004)

Videografía

El Canal Once y su historia I y II. México, Once TV, marzo 2004.

Once Niños. México, Once TV. Transmisiones diarias del 1 al 29 de febrero de 2004.

Fuentes vivas

Andrea Medina, coordinadora de difusión, Once Niños, entrevista realizada el 12 de mayo de 2004, en las instalaciones de Canal Once.

Mariana Cano, directora de programación Once Niños, entrevista realizada el 1 de abril de 2004 en las instalaciones de Canal Once.

Rafael Illescas, jefe de producción, Once Niños, entrevista realizada el 14 de mayo de 2004, en las instalaciones de Canal Once.

Stivaliss Licona, coordinadora de investigación, Once Niños, entrevista realizada el 1 de abril de 2004, en las instalaciones de Canal Once.