
	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>1 de 28</b>			

# POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DE ONCE TV MÉXICO

EN PROCESO  
DE REVISIÓN

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>2 de 28</b>			

## ÍNDICE

I. Presentación

II. La función de servicio público de la televisión en México

III. Once TV México como televisión de servicio público

IV. Valores

V. Principios

VI. Políticas

6.1 Contenidos y producción

6.2 Independencia editorial y trabajo informativo

6.3 Programación

6.4 Gestión

6.5 Relación con las audiencias

6.6 Relación con la sociedad


6.7 Internet

6.8 Competitividad

6.9 Transparencia y acceso a la información

6.10 Desarrollo integral de prestadores de servicio

6.11 Comunicación interna y externa

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>3 de 28</b>			

## I. PRESENTACIÓN

Once TV México inspira su quehacer diario en los valores y principios referidos en su normativa, pero también existe la necesidad de contar con unas políticas generales de comunicación que guíen su cumplimiento y que sean, a la vez, marco e inspiración para la elaboración de otros documentos y mecanismos de autorregulación. Los mecanismos y documentos existentes son de reciente creación debido a la implementación del ISO 9001:2000 y están muy enfocados en los procesos de trabajo de todas las áreas. Son necesarios y útiles, pero no son suficientes.

Las políticas aglutinan los valores y los principios que orientan la labor de la televisión, según la normativa y añaden algunos propuestos más recientemente por el propio medio. Pero lo más importante es que establecen y desarrollan acciones-guía generales en once rubros específicos, que contienen su justificación teórica y práctica.


Estas políticas de comunicación suponen el reconocimiento de las dimensiones educativa, cultural e intelectual del medio. Conllevan el compromiso de mantenerlas y respetarlas, así como de establecer pautas originales de acción. De esta manera, formular unas políticas generales de comunicación fortalece la credibilidad de la que goza Once TV México. A mediano y largo plazo, el prestigio de un medio produce numerosos beneficios, tanto en el clima organizacional, como en los resultados en pantalla y en la percepción pública del medio.

Las políticas de comunicación resultarán útiles a los profesionales que colaboran en Once TV México, pues la indeterminación genera inseguridad, y como indican los expertos, siempre es preferible contar con una formulación explícita y pública de los principios y políticas del medio, que a su vez, den garantías deontológicas y profesionales.

Además, unas políticas generales de comunicación aportan transparencia al facilitar criterios de referencia para conocer y evaluar al propio medio, tanto por sus profesionales como por la sociedad. Suponen una garantía de continuidad y aportan un fundamento objetivo a observaciones, críticas, quejas, reclamaciones y felicitaciones.

## II. LA FUNCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

En estos últimos años, se ha colocado con insistencia en la agenda global, el tema de los medios de servicio público y su pertinencia para la democracia, la gobernabilidad, el desarrollo sostenible o la diversidad cultural, conceptos valiosos

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>4 de 28</b>			

por dos razones: primera, por lo indispensables que son para una vida humana digna y segunda, por su creciente fragilidad.

¿Cuál es el papel que se le asigna a los medios de comunicación en este tenor? En los últimos veinte años, se registra un viraje en el discurso relacionado con los medios de comunicación, sobre todo en cuanto respecta al medio de mayor penetración y carácter masivo, la televisión. Anteriormente, la doctrina liberal y democrática vinculaba a la actividad de los medios de comunicación con derechos fundamentales del ser humano, como la libertad de expresión, de crítica y de creación; les asignaba a los medios el papel de contrapoderes o mecanismos de vigilancia del poder político; y por tanto, el consenso se centraba en que los medios de comunicación debían gozar de la mayor libertad posible<sup>1</sup>.

En la actualidad, y a nivel global, podemos atestiguar que los medios de comunicación comerciales y sobre todo la televisión, constituyen un gran poder social, frente al que los agentes de socialización tradicionales palidecen.

En 1995, la Asamblea General de la ONU declaró el 21 de noviembre como Día Mundial de la Televisión, en tanto se la concibe como prioritaria para el desarrollo, la paz y la democracia y necesaria para la construcción de la sociedad plural, equitativa y justa que queremos construir.

Sin embargo, las empresas televisivas comerciales privilegian por encima de todo el beneficio económico, con lo cual, el inmenso poder del que gozan, el de configurar parte de la realidad para las audiencias, puede llegar a ser perverso. Tenemos entonces, por un lado, el potencial inmenso de la televisión en el diseño de nuestras sociedades, y por otro, la desgracia de que se utilice casi únicamente con fines mercantiles y privados.


De allí el papel estratégico que han cobrado a nivel mundial el papel y la redefinición de la televisión de servicio público, un modelo de televisión

<sup>1</sup> Aznar, Hugo. *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona, Paidós, 2005.

administrado por el Estado, en su calidad de garante de los derechos de los ciudadanos, pero independiente y autónomo de los gobiernos.

Su identificación directa con el receptor concebido como ciudadano y no como consumidor; su apuesta por la cultura, la educación y la construcción de ciudadanía; su compromiso con la calidad de los contenidos y su respeto por los públicos; su vocación de transparencia y de interacción con la gente, hacen de la redefinición de la televisión de servicio público un ideal vinculado al bien común, que se persigue y se materializa con bastante éxito en distintas regiones del mundo.

Para la UNESCO<sup>2</sup>, la televisión de servicio público debe regirse bajo cuatro principios fundamentales: la Universalidad (estar al alcance de todos los ciudadanos a través de todo el país), la Diversidad (de géneros de programas ofrecidos, de audiencias y de temas discutidos), la Independencia (frente a la

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			ISO / ISAS	Dirección General	
	Elaboró	Autorizó	DG-FPC-48			
	Subdirección de Calidad	Dirección General	Revisión:			
			Fecha:			22/11/11
Página:			5 de 28			

difusión comercial y la influencia política) y la Diferenciación (un servicio diferente al de la difusión comercial, que se caracterice por la innovación, el liderazgo y la guía en el mundo audiovisual).

### Nueva esfera pública

El asunto cobra especial relevancia frente a la crisis económica, política, social y tecnológica en que vive América Latina y, en concreto, nuestro país. Hay consenso entre los estudiosos de las ciencias sociales a nivel global en que los espacios que fungían como esfera pública y la misma representación simbólica de lo público para las personas se están debilitando. Y en que la crisis de lo público puede y debe solucionarse creando mecanismos que relacionen lo privado con lo público; es decir, que las preocupaciones individuales puedan articularse en acciones colectivas. En otras palabras, generar de nueva cuenta una esfera pública contemporánea en la que todos los ciudadanos puedan participar.

Por su carácter masivo y ubicuo, y por el hecho de acceder al área más íntima de los receptores, esto es, el hogar, la televisión posee las características idóneas para ese espacio de enlace entre las preocupaciones privadas y la acción colectiva de la nueva esfera pública, ya sea a nivel local, regional o nacional (se habla incluso de proyectos más abarcadores, como por ejemplo, el Canal Cultural Iberoamericano).

Por ello, resulta factible extrapolar las condiciones de posibilidad de la *esfera pública* a las fascinantes disposiciones de la *televisión de servicio público*: la autonomía y diversidad de opinión; la construcción de públicos activa y


2 VV.AA. *Radiotelevisión de Servicio Público: Un Manual de Mejores Prácticas*. Costa Rica, UNESCO, 2006.

consciente; la concepción del ciudadano como público participante y no como mero espectador; la existencia de contra-públicos que no quieren ser representados sino hablar por sí mismos y, por consiguiente, el reconocimiento de la innovación crítica de los públicos respecto de las instituciones sociales; el pluralismo político y de opinión; y, finalmente, la concepción misma del espacio público como control del poder político a través de la exigencia de fundamentos racionales y de exigencia de legitimidad al poder constituido<sup>3</sup>.

Desde los inicios de su concepción, la esfera pública va ligada inextricablemente al ejercicio ético del periodismo, caracterizado en su mejor expresión por una completa independencia informativa y editorial.

### Cultura y educación

Del mismo modo que se reconoce en la biodiversidad una de las condiciones para nuestra supervivencia en el planeta, y a partir del estudio de múltiples culturas, se ha asumido a la diversidad cultural como la herramienta para combatir un

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>6 de 28</b>			

pensamiento único que uniforme la variedad de respuestas del ser humano al entorno y nos conduzca a un callejón cultural y evolutivo sin salida. De allí la insistencia de organismos internacionales tan importantes como la UNESCO en el reconocimiento y la expresión de la diversidad cultural para sectores tan cruciales como el de la radiodifusión de servicio público<sup>4</sup>.

El compromiso cultural de una radiodifusión de servicio público consiste también en mostrar las culturas étnicas o nacionales en pantalla, poniendo a la audiencia en contacto con su historia, idioma, arte y otros valores culturales y tradicionales.

En la Sociedad de la Información que se prefigura gracias a las nuevas tecnologías y a la segmentación de mercados de los medios comerciales, es aún mayor la trascendencia del servicio público, porque sin él estaríamos abocados a una grave discriminación entre los ciudadanos, a una grave fractura social entre los conectados y los desconectados. De allí también la necesidad de un compromiso explícito por parte de los medios de servicio público hacia las capas

<sup>3</sup> Miralles, Ana María. “La esfera pública hoy como escenario para la construcción de políticas públicas”. Conferencia dictada en el marco del Foro *Del Régimen de Autoridad al Régimen de Opinión y de Participación: Aportes para la redefinición de la Televisión de Servicio Público en América Latina*.

<sup>4</sup> Encuentro Internacional *El Espacio Audiovisual Latinoamericano: Buenas Ideas y Mejores Prácticas para Promover la Producción y Difusión de Contenidos Locales*, organizado por la UNESCO y la Universidad de Guadalajara, 16 de junio 2005, Guadalajara, México.


<sup>5</sup> Urquiza García, Raquel. “El papel de la TDT como servicio público en el mercado europeo”. Consultado en línea el 24 mayo 2007:

[http://www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20Comunicaciones/grupo%208/R.Urquiza\\_TVP%20FABlica\\_UNAV.pdf](http://www.unav.es/fcom/cicom/PDF%20Comunicaciones/grupo%208/R.Urquiza_TVP%20FABlica_UNAV.pdf)

más desprotegidas de la población. Por ejemplo, Canal 4, de Gran Bretaña, ha aprendido que el asunto no es sólo de tecnologías, sino de las posibilidades de acceso y conexión, de las maneras como la sociedad en red permite conectar diversos medios para generar poder en el usuario, quien puede crear su propio mensaje, según sus necesidades, a partir de los diversos fragmentos que se le ofrecen<sup>6</sup>.

En el fondo, la televisión de servicio público no puede renunciar a su fuerte papel en el desarrollo cultural y educativo de los ciudadanos, pues está el hecho innegable de que la televisión educa, aunque los profesionales que trabajan para ella no lo deseen o sean inconscientes de ello, pero que pueden asumir este hecho y pensar, junto con otros especialistas, las implicaciones del entramado simbólico que sirven a sus audiencias.

Por ejemplo, los directivos de TVCULTURA de Brasil, favorecen la calidad por encima de la cantidad de producciones: “Como sabemos que en educación y cultura, continuidad y repetición son factor de consolidación de conocimientos, las producciones deben tener elementos de durabilidad en el tiempo. Son hechas para aguantar por lo menos cinco años en pantalla, y no como productos de consumo descartables”<sup>7</sup>.

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>7 de 28</b>			

## Industria audiovisual

Queda claro el rol social, educativo y cultural de la televisión de servicio público, pero ¿cuál es su lugar en la industria de la que forma parte? Hasta ahora, en un país como México, en el que sólo ha habido dos modelos de televisión: el comercial y el estatal, con este último en una situación marginal, tanto en presupuestos, capacidad tecnológica y atención de las audiencias, la televisión gubernamental en general ha permanecido a la retaguardia en la industria audiovisual en innovación en el uso de géneros, formatos y lenguajes audiovisuales.

Sin embargo, existen televisiones públicas que son líderes y marcan el rumbo, en cuanto se refiere a calidad e innovación audiovisual y de contenidos. Podemos encontrar iniciativas como INPUT (International Public Television Screening), en donde se reúnen las televisiones públicas del mundo para analizar alternativas audiovisuales que utilizan gobiernos, sociedades, productores y realizadores que reivindican a la televisión pública como un lugar de encuentro social, de fomento de los derechos de los ciudadanos y de reconocimiento de la pluralidad social.


<sup>6</sup>Rincón, Omar (comp.). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2001.

<sup>7</sup>*Op. Cit.*, p. 252.

En nuestro país, televisoras comerciales siguen la regla de la búsqueda de los mayores números de audiencia, a través del mínimo común denominador en calidad de contenidos y utilización de lenguajes rutinarios, por lo que la variedad de estrategias y lugares simbólicos no explorados otorga a la televisión de servicio público la oportunidad histórica de asumir la vanguardia exitosa en cuanto a propuestas estéticas, éticas y de sentido.

Por ejemplo, la televisora ZDF, de Alemania, asume el riesgo como lo más importante: “Arriesgar en la búsqueda de la expresión de las sensibilidades, los juegos narrativos, la promoción de nuevos talentos y la presencia de los contenidos que la televisión comercial no se atreve a exponer [...] Pensar en el margen, en el riesgo, en el experimento”<sup>8</sup>.

Actualmente, los flujos de información y de contenidos son asimétricos, esto es, el volumen de contenidos producidos y exportados de países en desarrollo como México es muy inferior a las exportaciones de contenidos mediáticos de países como Estados Unidos. Por lo general, es muy difícil que una televisora de presupuesto modesto produzca todo lo que emite y a ello se debe su dependencia de producción foránea. La calidad y variedad de su programación, por tanto, se verían enriquecidas si participa en esquemas de cooperación internacional e integración regional, en los que no sólo cabe la compra, sino también el intercambio, la coproducción, la producción independiente, el convenio y otras figuras de apoyo mutuo.

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			ISO / ISAS	Dirección General	
	Elaboró	Autorizó	DG-FPC-48			
	Subdirección de Calidad	Dirección General	Revisión:			
			Fecha:			22/11/11
Página:			8 de 28			

Por ejemplo, Señal Colombia ha permitido que aparezcan muchos trabajos, sobre todo universitarios, que sobresalen por su bajo presupuesto, pero sobre todo por la capacidad para experimentar, el buen humor, la búsqueda narrativa y las perspectivas innovadoras en las temáticas<sup>8</sup>.

### Nuevos esquemas de gestión y administración

Para que pueda darse todo lo anterior, es menester modificar los esquemas actuales de gestión de la televisión con vocación de servicio público. Algunas medidas son indispensables, pero no dependen sólo de las televisoras, como en el caso de los esquemas dependientes de la legislación actual (vgr., financiamiento). Aún así, los directivos y profesionales sí pueden ejercer decisiones en campos como la transparencia y la rendición de cuentas, o el no escatimar esfuerzos para la conversión de la plataforma tecnológica, por ejemplo.

<sup>8</sup> *Op. cit.*, p. 280.

<sup>9</sup> *Op. cit.*, p. 281.


El reto es enorme, pero las oportunidades de éxito también. Con ciertas condiciones favorables, el modelo de televisión de servicio público en México puede convertirse en una realidad como la chilena: Televisión Nacional de Chile (TVN) es la televisión pública que, en competencia abierta con los canales privados, va en la delantera de audiencia, generación de recursos propios y expectativas de las audiencias<sup>10</sup>.

Lo decisivo para que una televisión de servicio público siga siéndolo, estriba en no olvidar nunca que su razón de ser es su propio nombre, y que el único factor de legitimación posible viene de sus propios receptores.

El tono de las opiniones reconocidas en el ámbito no puede ser más urgente: si no hay medidas concretas y próximas contra el deterioro creciente en la calidad de la difusión mediática, la educación y la democracia difícilmente alcanzadas por los pueblos se ven amenazadas. ¿La solución a nivel nacional? La formulación e implementación de **políticas públicas de comunicación** que solucionen el limbo jurídico en dos aspectos: la regulación de los medios privados y la instrumentación de auténticos medios de servicio público.

En México, los medios no comerciales se enfrentan al doble problema de que la ley vigente no reconoce la figura de medios públicos y al hecho de que impida a los medios estatales otros modelos de financiamiento fuera de una magra subvención en constante reducción. No obstante este panorama desolador, algunos expertos coinciden en señalar que, de entre los medios gubernamentales, algunos de ellos y debido a razones históricas, se han manejado en varios aspectos con vocación de servicio público. Entre ellos, destaca Once TV México.

En busca de una normatividad jurídica y de una definición política, la Dirección General de Once TV México ha decidido formular y al menos atenerse a

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>9 de 28</b>			

políticas de comunicación internas y explícitas que puedan servir de marco de posibilidades de acción para los directivos y profesionales que colaboran para la televisora, y de orientación para la sociedad a la que Once TV México busca servir.

<sup>10</sup> Ídem.


### **III. ONCE TV MÉXICO COMO TELEVISIÓN DE SERVICIO PÚBLICO**

En los acuerdos, reglamentos y disposiciones normativas conforme a las cuales se han creado Once TV México, el Canal 22, el Canal del Poder Judicial de la Federación, el Canal de Televisión del Congreso de la Unión y las televisiones de los estados, no se establecen disposiciones expresas sobre "medio público", es decir, que en México jurídicamente no existen como tal<sup>11</sup>. Sin embargo, Once TV México particularmente se ha esforzado a lo largo de su historia en cumplir la función de un medio con vocación de servicio público, intentando superar de la mejor manera las limitaciones jurídicas, financieras, políticas, estructurales y tecnológicas. Desde su nacimiento el 2 de marzo de 1959 como XEIPN Canal Once en un circuito cerrado en el Casco de Santo Tomás<sup>12</sup>, la televisora se ha abocado a generar y transmitir contenidos educativos y culturales, siempre buscando la diferenciación, la pluralidad, la independencia, la calidad y el progreso en todas sus dimensiones.

El profesionalismo de los técnicos del Instituto Politécnico Nacional siempre puso al Once TV México a la vanguardia tecnológica. A mediados de los setenta se adquirió equipo y algunas cámaras originalmente para blanco y negro fueron reconvertidas por los técnicos de la emisora. En 1980, Once TV México contaba con cuatro estudios de televisión, y a finales de los noventa se inició la expansión de la cobertura de la señal al interior del país, al que en la actualidad casi cubre por entero gracias a la instalación de repetidoras propias y a la utilización de otras mediante convenios. En la actualidad, se realiza a buen ritmo y con gran esfuerzo de gestión la conversión digital, que permitirá seguir avanzando y desarrollar una comunicación de más posibilidades y de mejor calidad.

A lo largo de los años, la programación -sus géneros, contenidos y formatos han ido evolucionando y adaptándose a las nuevas necesidades, buscando informar, educar y entretener, a partir de contenidos novedosos y diferenciadores de la televisión comercial y del resto de medios del gobierno federal. Once TV México ha ofrecido programas de calidad, plurales e independientes, tratando al televidente como ciudadano y no como consumidor, y estableciendo puentes de

<sup>11</sup> Relatoría del *Foro del régimen de autoridad al régimen de opinión y de participación: aportes para la redefinición de la*

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			ISO / ISAS	Dirección General	
	Elaboró	Autorizó	DG-FPC-48			
	Subdirección de Calidad	Dirección General	Revisión:			
			Fecha:			22/11/11
Página:			10 de 28			

*televisión de servicio público en América Latina*, 12 y 13 de marzo de 2007, Ciudad de México.

<sup>12</sup> Ver en: [http://oncetv-ipn.net/acerca\\_de\\_canal\\_once/index.htm](http://oncetv-ipn.net/acerca_de_canal_once/index.htm). Consultado el 25 de mayo en 2007.

diálogo directo con la sociedad. Como televisora con papel cultural, se ha destacado y diferenciado también por su enfoque y especial cuidado en la barra de programas para niños, así como la de documentales y cine. Especial importancia han adquirido en los últimos años los noticieros, en el que se busca un tratamiento neutral e imparcial de la información. En general, Once TV México es un canal que cuida y atiende a todo el núcleo familiar.


Pero ser un buen medio con vocación de servicio público es un proceso de mejora continua, de aproximaciones sucesivas. Es un camino de reflexión y de trabajo. Once TV México ha impulsado desde hace varios años el debate sobre la definición de los medios públicos de manera formal e informal. Con mayor o menor fortuna, sus diferentes directores<sup>13</sup> han dado pasos para el desarrollo del Canal. Los más recientes y firmes los ha dado Julio Di Bella-Roldán, quien a través de actividades de vinculación y de coordinación de esfuerzos con otros responsables de medios ha posicionado el tema en el debate público. En 2005 organizó -también como presidente de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México- el primer Congreso Internacional “Democracia y medios públicos”, y el más reciente ha sido en marzo de 2007, el “Foro del régimen de opinión y de participación: aportes para la redefinición de la televisión de servicio público en América Latina”. En este espacio, Once TV México junto con la UNESCO avanzaron en la discusión aportando horizontes de solución en la redefinición de los medios públicos. De hecho, se establecieron y publicaron los *Once Principios Para la Promoción, Organización y Desarrollo del Servicio Público de Televisión*<sup>14</sup>. Una de las necesidades que se plasmaron en este foro fue el establecimiento de un marco deontológico para cada medio. Aunque la mayoría de deberes pueda que se cumplan, es importante para el público y para el medio dejarlos asentados a modo de compromiso. En este marco, el punto de partida lo constituyen las políticas de comunicación, que servirán al medio de orientación y pauta para su trabajo.

<sup>13</sup> Han sido directores de Once TV México: 1959, Oscar Kauffman; 1960, José Ruiloba León; 1964, León Méndez Berman; 1965-1971, Carlos Borges Ceballos; 1971-1973, Rodolfo Porras Bermúdez; 1973-1976, Máximo García Fabregat; 1977, Juan Saldaña Rosell; 1978-1982, Pablo F. Marentes; 1983-1986, Héctor Parker; 1986- 1990, Jorge Velasco Ocampo; 1991-1994, Alejandra Lajous Vargas; 1994, Flor de María Hurtado López; 1995-2000, Alejandra Lajous Vargas; 2001 a la fecha, Julio Di-Bella Roldán.

<sup>14</sup> Relatoría del *Foro del régimen de autoridad al régimen de opinión y de participación: aportes para la redefinición de la televisión de servicio público en América Latina*, 12 y 13 de marzo de 2007, Ciudad de México.

## IV. VALORES

Once TV México inspira su trabajo y su desarrollo en un conjunto de valores,

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			ISO / ISAS	Dirección General	
	Elaboró	Autorizó	DG-FPC-48			
	Subdirección de Calidad	Dirección General	Revisión:			
			Fecha:			22/11/11
Página:			11 de 28			

entendidos éstos como referentes, pautas o abstracciones que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización personal y profesional. Los valores tienen una expresión de consenso social y forman parte de la propia cultura.

Como refiere la normativa del IPN, Once TV México cumple su función en los términos referidos en el artículo tercero de la **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos**, de la cual se desprenden y asumen los siguientes valores:


- Libertad
- Justicia
- Vida y auto-confirmación humana
- Bienestar social
- Cultura e igualdad
- Tolerancia a las ideas
- Respeto
- Integridad
- Tradición
- Cooperación
- Responsabilidad
- Progreso científico
- Independencia
- Convivencia humana armoniosa
- Amor a la patria

De la misma manera, como medio de comunicación del Gobierno Federal cumple puntualmente con la **Ley Federal de Radio y Televisión**, que en su artículo 5 hace referencia a los siguientes valores:

- Dignidad humana
- Convivencia humana
- Democracia (valor indicado también en la **Ley Orgánica del IPN**, en su artículo 3)
- Integración nacional (valor indicado también en el propio **Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión**, en su artículo 2)
- Solidaridad social

En el **Reglamento Interno del Instituto Politécnico Nacional**, se insta a Once TV México a difundir los valores de identidad politécnica (artículo 219). Éstos no vienen especificados pero se desprenden del propio reglamento (RI) y de la **Ley Orgánica del Instituto Politécnico Nacional (LO)**:

- Independencia económica, científica, tecnológica, cultural y política (art. 2 RI)

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>12 de 28</b>			

- Valores nacionales (art. 221, RI)
- Convivencia humana (art. 3, LO)
- Amor a la paz (art. 3, LO)
- Progreso social (art. 1, LO)
- Igualdad y libertad (art. 3, LO)
- Amor a la patria (art. 219, RI)
- Solidaridad nacional e internacional (art. 219, RI)
- Solidaridad social (art. 101, RI)
- Desarrollo humano y académico

Además, Once TV México ha considerado tres valores propios muy específicos, que se establecieron a raíz de los trabajos y la reflexión de todo el personal, en torno al proceso de certificación de calidad ISO 9001:2000. Los siguientes valores fueron consensuados en 2004:

- Disciplina
- Honradez
- Trabajo en equipo

## V. PRINCIPIOS

Once TV México inspira su trabajo y su desarrollo en un conjunto de principios, formulados explícitamente por el medio para inspirar su filosofía, planteamiento y objetivos generales, así como a orientar en cierta medida las pautas de funcionamiento cotidianas.


### 1. Autonomía

Once TV México, como medio con vocación de servicio público, ha de cumplir con su misión, visión y objetivos con autonomía en su gestión, libre de cualquier presión de intereses particulares, políticos o económicos de las autoridades universitarias y federales, por el contrario, guiado por el interés del público y el deber institucional.

### 2. Independencia editorial

Once TV México ha de gozar de independencia editorial en la evaluación, selección, producción y emisión de sus contenidos y programas. Éstos deberán guiarse por los principios de veracidad, imparcialidad, neutralidad y pluralismo.

Se comprende por veracidad el respeto por la verdad, la capacidad de mostrar que los hechos referidos se han comprobado diligente y razonablemente. La imparcialidad se refiere a la inclusión de todos los puntos de vista significativos de una forma que sea justa para todos los involucrados. La neutralidad implica no inclinarse por ninguna versión o grupo. El pluralismo conlleva la capacidad de asumir y visibilizar la diferencia, promoverla y estimularla.

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			22/11/11
<b>Página:</b>			13 de 28			

### **3. Respeto a la normativa y a los valores establecidos**

Como órgano de apoyo del IPN, Once TV México ha de respetar y cumplir cabalmente lo establecido en la normativa de la institución universitaria a la que sirve como órgano de apoyo, en las leyes y reglamentos federales, en materia de radiodifusión y en el marco constitucional. En dicha normativa figuran los valores asumidos, a los que se suman los considerados por el propio Once TV México y que tienen en cuenta los recomendados por organismos internacionales como la UNESCO. La normativa y los valores inspiran los principios y las políticas específicas del medio.

### **4. Compromiso con la educación**

Once TV México fomentará y apoyará una educación no formal de calidad mediante la difusión del conocimiento, a través de la generación y transmisión de programas. Se trabajará con la idea de programación educativa como instrumento de formación complementaria y permanente del ciudadano.

### **5. Extensión y difusión de la cultura**

Once TV México ha de concebirse como un medio de extensión y difusión de las formas culturales mexicanas y universales, materiales e inmateriales, pertenecientes al presente y al pasado, que posean o adquieran una clara proyección hacia un futuro humano digno.

### **6. Respeto y consideración de la diversidad cultural y de las minorías**


Once TV México ha de seleccionar y producir contenidos que contribuyan a considerar la diversidad al interior de los sistemas culturales, que reconozcan y fomenten la cohabitación de diferentes sistemas culturales, y que visibilicen la existencia de diversos grupos sociales minoritarios, poniendo especial atención en los niños.

### **7. Vocación a favor de la democracia, de la libertad de expresión y del respeto a los derechos humanos**

Como escenario de diálogo nacional y de construcción colectiva, Once TV México se guía por los principios y valores democráticos y quiere contribuir al cambio y consolidación de régimen político. Su aspiración es desarrollar un modelo de televisión pública donde fluyan libre y responsablemente expresiones de ideas, opiniones y mensajes comunicativos, respetando siempre los derechos humanos de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los propios establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

### **8. Búsqueda de rentabilidad social**

El fin último de Once TV México no es el beneficio económico o político, sino el beneficio social. Como medio cuya razón de ser es el servicio público, ha de interpelar al ciudadano y no al consumidor para informar adecuadamente,

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>14 de 28</b>			

promover la educación y para contribuir a renovar y crear cultura, adquiriendo un compromiso especial en un proceso activo de construcción de ciudadanía.

### **9. Gestión de calidad y sustentabilidad económica**

Once TV México ha de generar y seguir criterios de calidad que se apliquen no sólo a la programación, sino también a los procesos administrativos, a los mecanismos de asignación de espacios y a los sistemas de evaluación de la calidad de los contenidos. Once TV México ha de estar abierto y a favor de una estructura jurídica que permita estrategias de sustentabilidad económica.

### **10. Programación de calidad**

Once TV México ha de ganar el reconocimiento y la valoración social en virtud de la pertinencia, innovación, diversidad y alta calidad de los contenidos, formatos y géneros que produce y difunde.

Esta calidad no puede ni debe ser evaluada únicamente por índices de audiencia, sino que ha de ser reconocida por estudios cualitativos de audiencia y por diferentes mecanismos de relación con los públicos.

### **11. Fortalecimiento de la relación con las audiencias**

Once TV México ha de tener siempre presente que la relación con las audiencias no acaba ni se define solamente en lo que se emite en pantalla. El respeto por las audiencias permea toda la labor profesional y se traduce en la creación de herramientas de interacción bidireccional y permanente: el defensor del televidente, la investigación cuantitativa y cualitativa de la satisfacción y las necesidades de las audiencias, entre muchas otras.

### **12. Fomentar la relación con la sociedad**


Como un medio con vocación de servicio a favor del interés público, de la educación y de la cultura compartidas, Once TV México ha de extender, ampliar, compartir y enriquecer su experiencia, objetivos y proyectos con la sociedad en general, asumiendo su responsabilidad social de forma integral y extensiva con universidades, empresas, distintas comunidades sociales y organismos locales, regionales, nacionales e internacionales.

### **13. Transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información pública**

Once TV México ha de guiarse por la transparencia en su gestión y por la rendición de cuentas públicas, buscando los mecanismos más adecuados para llevarlas a buen término. También, ha de dar respuesta puntual a las peticiones de información que los ciudadanos ejerzan según su derecho de acceso a la información pública.

### **14. Ética y autorregulación**

Once TV México ha de asumir su función con responsabilidad comunicativa. Su trabajo

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			ISO / ISAS	Dirección General	
	Elaboró	Autorizó	DG-FPC-48			
	Subdirección de Calidad	Dirección General	Revisión:			
			Fecha:			22/11/11
Página:			15 de 28			

y contenidos se guiarán siempre por la ética profesional y por la autorregulación. Para ello, ha de fomentar la elaboración de códigos de deontología y de organismos de regulación que vigilen su adecuado cumplimiento.

### **15. Competencia mediática leal y respetuosa**

Once TV México ha de reconocer su lugar en el flujo audiovisual contemporáneo y asumir plenamente una situación de competencia leal y respetuosa con otras televisoras por las audiencias masivas (sin olvidar las voces y culturas invisibilizadas o excluidas). Ello significa apostar por lo que la hace diferente: su *función cultural* (hacer del conocimiento y la diversidad de culturas un bien social); su *función ciudadana* (hacer de la pantalla un lugar de diálogo y de encuentro); y su *función simbólico-estética* (posibilitar la experimentación audiovisual en nuevos lenguajes, formatos y estilos, sin reproducir los esquemas más rutinarios de la televisión comercial).

### **16. Respeto por el prestador de servicios profesionales**

Como organización ha de poner especial atención y cuidado en el desarrollo personal y profesional de sus prestadores de servicio profesionales, dentro de un sistema de calidad de mejora continua, creando un clima organizacional adecuado.

### **17. Reflexión continua sobre la función y el cumplimiento de Once TV México como medio de servicio público**

Los prestadores de servicios y directivos que colaboran en Once TV México han de atender la vocación de servicio público de la televisora como su razón de ser, y preguntarse, al interior y en diálogo con sus audiencias, lo que ello significa de manera periódica, como forma de enriquecimiento y legitimación.


### **18. Esfuerzo por estar a la vanguardia tecnológica**

Como medio de servicio público, Once TV México ha de cumplir y estar a la vanguardia de la conversión tecnológica y de los adelantos técnicos para aprovechar todos los servicios derivados. El uso pertinente de las nuevas tecnologías de información, además, siempre debe estar subordinado a los contenidos.


## **VI. POLÍTICAS**

### **6.1. POLÍTICAS DE CONTENIDOS Y PRODUCCIÓN**

1) Los contenidos de Once TV México estarán dirigidos a la construcción de ciudadanía, al desarrollo cultural y educativo, al fomento de la democracia y al respeto de los derechos humanos, cumpliendo y mostrando los valores y principios referidos en este documento.

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>		
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>				
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>				
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>	
<b>Página:</b>			<b>16 de 28</b>				

- 2) La función educativa permeará conscientemente la totalidad de los programas producidos y adquiridos. Por educación, no se entiende educación formal o escolar, sino la inculcación de modelos, ejemplos, valores, formas de ser y de contar, memoria individual y colectiva y proyectos de futuro.
- 3) Para emprender cualquier producción o adquirir cualquier programa, se tendrá presente el papel cultural de la televisión pública, esto es, la recreación audiovisual de los relatos de las culturas locales, regionales, nacional y universal.
- 4) Los contenidos de Once TV México se adquirirán y producirán siguiendo el criterio de calidad, entendida ésta como la capacidad descriptiva de un programa dado, es decir, su capacidad de representar la realidad.
- 5) En todos los programas deberán reconocerse y respetarse las diferencias étnicas, de clase, de grupo social, de género, de edad o de cualquier otra índole, y deberán ser abordadas de manera plural y enriquecedora, sin discriminación o condescendencia.
- 6) Se respetará la diversidad sexual y sus distintas expresiones:
  - No se fomentará ninguna preferencia sexual específica
  - No se caricaturizarán las diversas preferencias sexuales
  - Se abordarán de forma equitativa y profesional todos los tipos de relación sexual
  - No se transmitirán imágenes de actos de violencia, humillación o denigración sexual
  - No se transmitirán imágenes pornográficas
  - Se evitarán las imágenes de escenas reales de coito y la exhibición de órganos genitales
  - Se fomentará la educación sexual saludable, adecuada, equitativa, respetuosa e informada
- 7) Se adquirirán y/o producirán programas documentales que colaboren en la recuperación y actualización de la memoria social para la reflexión sobre un futuro sostenible.
  - Se fomentará el respeto a la tradición, representada por los adultos mayores.
- 8) No se incitará o fomentará ningún tipo de violencia:
  - Se evitarán las imágenes que puedan suscitar violencia intrafamiliar, religiosa, personal, sexual, racial, etc., aunque se podrán mostrar aquellas que presenten de manera contextualizada alguna problemática violenta, con el fin de informar, analizar y reflexionar sobre el hecho
  - Las series y películas cuyo conflicto dramático tenga una fuerte dosis de violencia, se programarán en espacios adecuados, siguiendo las políticas de programación
- 9) Se favorecerán y/o producirán programas que reconozcan procesos sociales claves para las comunidades a las que pertenecen las audiencias, y que visibilicen actores culturales no tomados en cuenta por la televisión comercial.
- 10) Se favorecerán y/o producirán programas pensados para cubrir las

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			22/11/11
<b>Página:</b>			17 de 28			

necesidades ciudadanas de las audiencias, no tanto para la cobertura del medio en términos de audiencia potencial.

11) Once TV México fomentará los contenidos y barras de programación dirigidos a los niños y jóvenes.

12) Al diseñar, producir y escoger producciones dirigidas a los niños:

- o Se presentarán personajes infantiles dignos, autónomos, creativos, responsables de sí y de su entorno, de manera que encarnen positivamente valores específicos

- o Se procurarán, además del fomento a los valores humanos, contenidos abordados con profundidad y frescura, en uno o más de los siguientes rubros: habilidades de pensamiento, ciencia, cultura, tecnología, historia, medio ambiente, educación para los medios y lengua española

- o Se evitará la violencia gratuita

- o Se evitará, en la presentación en pantalla de personajes humanos masculinos o femeninos, el culto a la extrema delgadez

- o Se preservarán los derechos de los menores que colaboren en la grabación de programas

- o Todo lo anterior, está desarrollado en un código de autorregulación específico sobre contenidos y producciones para niños

13) Se dará un buen uso al idioma español y se fomentará la inclusión de contenidos en lenguas indígenas.

14) Se promoverá el apoyo de consultores especializados que analicen el contenido psicológico y educativo de programas, para que sus opiniones se transmitan a todo el equipo de producción y dirección.

15) La experimentación, la diversidad, la creatividad, la innovación y el riesgo serán valores presentes en la planeación y producción de nuevos programas, en los que se procurarán la promoción de nuevos talentos, la expresión de sensibilidades y el sentido lúdico.


16) Se estimulará y valorará la innovación y diversidad de géneros, temas, contenidos, formatos, lenguajes, montajes, y en cualquier otro elemento de la producción.

17) Se fomentarán y primarán las producciones propias, intentando que el porcentaje sea mayor cada año.

18) En la producción, se optará siempre por la mayor calidad técnica, estética y de contenidos. Es preferible una excelente producción que pueda programarse varias veces, que una producción pobre que sólo se emita una sola vez.

19) Se producirán programas informativos de análisis, que provean a las audiencias de elementos de interpretación para la comprensión de la coyuntura política y social de forma plural. Asimismo, se predominará la contextualización y no el aislamiento de temas.


20) Se promoverán y apoyarán las ideas y las producciones de grupos de creadores independientes locales y nacionales:

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>18 de 28</b>			

- Se organizarán convocatorias públicas y promociones, a través del buzón de proyectos.
- 21) Se fomentarán las coproducciones con instituciones y entidades de medios nacionales y extranjeros.
- 22) Once TV México respeta los derechos de autor de colaboradores, realizadores u otras instancias cuyas producciones se incluyen en la programación, y por derechos de autor se comprenden tanto los derechos patrimoniales como los morales, entre ellos, el reconocimiento de la autoría, como lo marcan la Ley Federal del Derecho de Autor (México) y a nivel internacional la Convención Universal sobre Derechos de Autor de la UNESCO. Se respetarán y mostrarán los créditos de los autores de los contenidos.
- 23) Se respetará la integridad de la obra intelectual. No se admitirá su mutilación, modificación o censura.
- 24) Los contenidos referentes a patrocinios o promociones se acogerán a la normativa vigente y a las políticas de contenidos y producción anteriores:
  - No se patrocinarán bebidas alcohólicas
  - No se patrocinarán marcas de tabaco
  - No se realizarán en los programas menciones de productos o publicidad indirecta
  - Siempre se distinguirán los espacios de patrocinios respecto a los otros de forma clara e inequívoca
  - Siempre se diseñarán las campañas y espacios pensando en que serán vistos también por niños
  - En el caso de patrocinios en programas infantiles no se permitirán tampoco los de chocolates con licor, cerillos, medicinas, vitaminas y suplementos alimenticios, películas o programas de clasificación B y C, así como tampoco los que induzcan a vicios, atemoricen o provoquen incomodidad a los niños o que ridiculicen o humillen a las personas participantes
- 25) Se elaborarán códigos de autorregulación para la producción y guías de procesos y procedimientos.


## **6.2. POLÍTICAS DE INDEPENDENCIA EDITORIAL Y TRABAJO INFORMATIVO**

- 1) Once TV México se guiará siempre por el principio de independencia editorial:
  - Se fomentará la creación de órganos de autorregulación para reflexionar, discutir, buscar soluciones y establecer medidas cuando la independencia editorial sea vulnerada al interior o desde el exterior del medio
  - Once TV México fomentará la elaboración y revisión periódica de sus guías o

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			22/11/11
<b>Página:</b>			19 de 28			

códigos editoriales generales y específicos que establezcan pautas de acción determinadas


- Estos códigos serán consensuados y públicos
  - Se establecerán mecanismos para que la sociedad y los televidentes, así como los propios miembros de los equipos y los directores de áreas respectivos, tengan canales de comunicación horizontales en torno a su discusión y vigilancia, y se establezcan medidas de solución cuando se incumplan
- 2) La información que Once TV México ofrezca a través de su equipo informativo sobre los acontecimientos que suceden en el ámbito regional, nacional e internacional será veraz, imparcial, neutra y plural. Los datos y la información serán siempre verificados y contextualizados:
- Se elaborarán y revisarán periódicamente códigos de ética y de estilo específicos que establezcan claramente las pautas y normas de enfoque, investigación, estructuración, escritura y edición
  - Se establecerán mecanismos de revisión y evaluación de resultados, para fomentar la discusión y la autocrítica y mejorar el trabajo en equipo
- 3) Las rutinas productivas se guiarán por la transparencia y la ética, con responsabilidad comunicativa:
- Se elaborará y revisará periódicamente un código de ética periodística, que será público
  - Se facilitarán los espacios y actividades para la discusión interna sobre cómo entender y qué implica la comunicación responsable
- 4) Se alentará la investigación periodística de fondo
- Se crearán equipos de investigación con esquemas y tiempos de trabajo particulares, lo que requerirá mayor recurso financiero
  - Se promoverá al interior de la redacción la formación, capacitación y desarrollo de periodistas de investigación
- 5) Se alentará y valorará la creatividad en la elaboración de los distintos géneros periodísticos:
- Se dará oportunidad para la experimentación y nuevas propuestas
  - Se alentará la competencia sana en concursos y certámenes
- 6) Se trabajará la dimensión del acontecimiento y no del hecho desde una polifonía de voces.
- 7) Se impulsará el periodismo digital para ampliar el servicio a las audiencias y estar a la vanguardia informativa:
- Se ofrecerá capacitación sobre las rutinas productivas específicas
  - Se creará un equipo de periodistas orientados al medio en línea
- 8) Se estudiarán y articularán al interior acuerdos, espacios y figuras inexistentes en el ordenamiento jurídico mexicano a favor del trabajo autónomo de los periodistas y se reforzarán los vigentes:

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>20 de 28</b>			

- Se impulsará la cláusula de conciencia
  - Se informará y se defenderá institucionalmente el secreto profesional del periodista
  - Se creará un estatuto y un comité de redacción
- 9) Se establecerán criterios claros sobre los derechos del público, estén o no regulados por el ordenamiento jurídico mexicano:
- Se pondrá especial cuidado en el derecho a la intimidad, a la privacidad y a la propia imagen, así como en los derechos específicos de los niños
  - Se cumplirá con el derecho de réplica
- 10) Se buscarán y crearán espacios televisivos para el debate y análisis de los hechos relacionados con las noticias de actualidad, a fin de enriquecer la discusión sobre los asuntos de la vida pública:
- Se incluirán en la programación: programas de reportajes, de investigación, de análisis y de debate
- 11) Se valorará el mérito y el buen trabajo del periodista con estímulos de promoción y de desarrollo profesional internos.
- 12) Se alentará la información y la participación del periodista en actividades de asociaciones, Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y otras instituciones nacionales e internacionales que tengan líneas de trabajo, información y acción sobre el quehacer comunicativo e informativo.

### **6.3. POLÍTICAS DE PROGRAMACIÓN**

- 1) La programación de Once TV México estará dirigida a todos los públicos, sin olvidar a las minorías sociales.
- 2) La programación de Once TV México cumplirá la función de informar, educar y entretener.
- 3) La selección de contenidos de la programación se regirá por la calidad (entendida como diversidad), originalidad, pluralidad y diferenciación, siguiendo los criterios establecidos en las políticas de contenidos (punto 6.1. del presente documento).
- 4) En la composición de la programación, Once TV México establecerá criterios claros para lograr un equilibrio de temáticas, contenidos, formatos y géneros, según los diferentes públicos.
- 5) Se establecerán, desarrollarán y consolidarán con especial cuidado, aquellas barras de programación que se consideren estructurales, como la informativa y la de niños.
- 6) Se promoverán y apoyarán grupos de creadores independientes locales y nacionales, abriendo espacio en la programación para sus realizaciones, siempre y

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>21 de 28</b>			

cuando cumplan con las políticas de Once TV México.

7) La distribución y emisión de los contenidos de programación se realizará en fechas y horarios adecuados:

- Se seguirán los criterios oficiales para la clasificación de la programación, establecidos en la normativa
- Se informará con precisión y oportunidad a la audiencia sobre el horario, los contenidos y la clasificación de los programas
- Se tendrá especial cuidado con la programación de contenidos sexuales y violentos, que deberán programarse y anunciarse adecuadamente, teniendo en cuenta el público al que van dirigidos.
- Se tendrá especial cuidado en no emitir en la franja horaria de niños, aquellos contenidos y espacios de patrocinio en las formas referidas en el punto 6.1 de este documento.
- No se pautarán patrocinios que pudieran tener contenidos no aptos para los menores

8) Once TV México establecerá los porcentajes de tiempo que destinará a la producción propia, a la adquisición de programas nacionales o extranjeros, a las coproducciones y a otros materiales provenientes del acervo nacional, respetando la normativa oficial y siguiendo siempre los criterios de calidad.

9) Se establecerán lineamientos claros para la planeación, continuidad y desarrollo de la programación.


10) Se realizarán evaluaciones periódicas de la programación, que serán compartidas por las distintas áreas de Once TV México y por la Dirección General.

11) Tratándose de contenidos obtenidos mediante intercambio o convenio internacionales, se preferirá incluir en la programación realizaciones audiovisuales iberoamericanas, para reforzar el uso de la lengua y el conocimiento de matrices culturales e históricas compartidas, siempre y cuando cumplan con los criterios de calidad y las políticas de Once TV México expresadas en este documento.

12) Cuando se programen contenidos televisivos internacionales, se privilegiarán aquellos que no tienen cabida en las programaciones comerciales, con el objeto de proporcionar a las audiencias contenidos culturales, educativos y de alto valor a los que de otra manera no tendrían acceso.

## 6.4. POLÍTICAS DE GESTIÓN


1) Once TV México respetará la estructura institucional fundada en las normas del Instituto Politécnico Nacional, pero contará con una gestión independiente de intereses particulares o partidistas de sus funcionarios, grupos o autoridades universitarias, así como de los intereses políticos del gobierno federal:

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>22 de 28</b>			

- Se establecerán canales de comunicación, participación y discusión concretos con el Instituto Politécnico Nacional.
- 2) El Director General de Once TV México, que según la norma es designado por el Secretario de Educación Pública a propuesta del Director General del Instituto Politécnico Nacional, es preferible que tenga amplia experiencia profesional en el campo de la televisión y de la comunicación social, así como probidad personal y no haber ocupado cargos de dirección en empresas de medios comerciales durante los cinco años anteriores a la designación.
- 3) El equipo directivo cumplirá con los códigos de autorregulación de Once TV México
- 3) La gestión financiera, administrativa, programática, de contenidos, de operación y de desarrollo humano se realizará siempre bajo criterios de calidad:
  - Once TV México mantendrá y mejorará el sistema de gestión de calidad de sus procesos administrativos ISO 90001:2000 (certificado en 2003), siguiendo un proceso de mejora continua
  - Se buscarán otros modelos de calidad que enriquezcan la operatividad de la institución (por ejemplo, el ISAS BC-9001:2003 y el EFQM)
  - Se aplicarán criterios de calidad para los demás procesos y acciones de la televisora, siguiendo el marco de las políticas de este documento
- 5) El equipo directivo será evaluado periódicamente por sus conocimientos y resultados.

## 6.5. POLÍTICAS DE RELACIÓN CON LAS AUDIENCIAS

- 1) Once TV México impulsará, desarrollará y utilizará la investigación cualitativa de audiencias para conocer mejor la diversidad social, las nuevas configuraciones del mercado audiovisual y la composición y preferencias de sus públicos:
  - Los métodos de investigación serán rigurosos metodológicamente y seleccionados según las necesidades
  - Se preferirán los estudios realizados por prestadores de servicios de Once TV México a los contratados a empresas privadas
  - El equipo de investigación de Once TV México será multidisciplinario
  - Los estudios se realizarán de forma periódica
  - Los resultados se articularán entre las direcciones
  - Los estudios más destacados u oportunos se compartirán y discutirán para la retroalimentación con los expertos.
- 2) Once TV México considerará útiles los estudios cuantitativos de audiencia como parámetro para conocer el comportamiento de la audiencia, pero se tendrá en cuenta que el aumento del *rating* no es el principal objetivo de la televisora, sino su servicio y rentabilidad social.
- 3) Once TV México fomentará y facilitará la realización de otros estudios de análisis de

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>23 de 28</b>			

audiencia y recepción a profundidad, teóricos y prácticos, a fin de conocer otras experiencias, contextos, referencias, perspectivas y modos de evaluación de resultados.


4) Once TV México creará espacios para la participación y retroalimentación con las audiencias, que tendrán el derecho de comentar, preguntar, felicitar, criticar o replicar sobre cualquier asunto del medio:

- Se facilitarán números telefónicos para la recepción y el registro de llamadas durante los programas y vía Internet
  - Se crearán foros y chats vía Internet, que podrían mostrarse en algunos espacios de televisión en vivo
  - Se facilitarán la dirección postal y las direcciones de correo electrónico que correspondan, tanto en los programas de televisión como en Internet
  - Se ofrecerán actividades diversas en el portal de Internet de Once TV México, que funjan como una extensión de los programas en pantalla y un diálogo constante
  - Se fomentarán actividades que permitan el contacto directo y personal con los públicos, para facilitar su opinión sobre la programación
  - Se fomentará la participación del público presencial en aquellos programas cuyo formato lo amerite
- 5) Once TV México cuenta con la figura del Defensor de la Audiencia como mecanismo de autorregulación y de compromiso ético, a fin de dar respuesta pública y puntual a las quejas, opiniones y dudas de la audiencia, favoreciendo una cultura de reconocimiento, de diálogo y de corrección de errores:
- El Defensor de la Audiencia se regirá por las normas, atribuciones y obligaciones que exprese su reglamento
  - Se propiciará un espacio en la programación televisiva, donde el Defensor de la Audiencia explique y responda a los televidentes de forma pública
  - Se hará público un reporte anual de resultados

## **6.6. POLÍTICAS DE RELACIÓN CON LA SOCIEDAD**

1) Once TV México fomentará la vinculación con universidades, dependencias gubernamentales, Organismos No Gubernamentales (ONGs), asociaciones e instituciones internacionales para cumplir mejor con su compromiso de responsabilidad social:


- Se fomentará la promoción, intercambio y enriquecimiento de conocimientos y experiencias de cada una de las áreas de Once TV México, a través de actividades conjuntas, intercambios, organización de cursos, talleres y convenios

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>24 de 28</b>			

- Se vinculará a Once TV México con la comunidad latinoamericana que radica en el mundo y especialmente en los Estados Unidos, y que es audiencia potencial de Once TV México, para pensar la programación también desde estas audiencias futuras
- 2) Se tratará de animar y convertir a miembros de la comunidad en emisores competentes en el lenguaje y potencial televisivo, para fomentar la visibilidad pública de identidades minoritarias (personas con capacidades diferentes, niños, tercera edad y comunidades indígenas).
- 3) Se planificarán y programarán proyectos especiales y campañas de coyuntura, en los que Once TV México asuma públicamente su responsabilidad y compromiso respecto a un tema de interés social.
- 4) Se realizarán diagnósticos, a través de estudios cualitativos y cuantitativos, sobre la cobertura y tratamiento de temas específicos de responsabilidad social, con el fin de compartirlos con autoridades públicas y actores sociales, para la discusión interna y crítica constructiva.
- 5) Once TV México promoverá la participación de la sociedad en la toma de decisiones, evaluación y orientación de la programación y de los puntos anteriores:
  - Se creará un Comité, como espacio de relación institucional entre la televisora y la sociedad, en el que habrá una representación plural de Once TV México, del IPN y de miembros de distintos sectores sociales, y que tendrá un reglamento con reglas y atribuciones claras de funcionamiento

## **6.7. POLÍTICAS DE LA INTERNET**

- 1) Once TV México ampliará su función de informar, educar y entretener mediante la Internet:
  - Se contará con un portal de Internet con páginas de diferentes programas, en las que se ofrecerá información de contexto, contenidos relacionados del programa y espacios de retroalimentación con y entre el público
  - Los contenidos de los programas serán abordados y adaptados al lenguaje cibernético
  - Se ofrecerán actividades y servicios nuevos que fortalecerán los objetivos y la función de los programas en televisión, como juegos, retos, concursos, blogs, encuestas, etc.
  - Se elaborará y revisará periódicamente, un código de autorregulación para Internet con los lineamientos específicos respecto al tratamiento temático, la adaptación de contenidos, las normas de estilo y las pautas de ética profesional y de participación en la red
- 2) Once TV México fortalecerá su imagen, presencia y posicionamiento mediante el

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>25 de 28</b>			

portal de Internet:

- Se buscará constantemente la renovación y desarrollo técnico, la búsqueda de nuevas posibilidades de adaptación y creación de contenidos y lenguajes y de interacción con el público, a fin de mejorar el servicio y de estar a la vanguardia de televisiones en la red
- El diseño y la innovación del portal posicionará, reforzará y extenderá la imagen de marca de Once TV México. La televisión y la Internet se harán referencias mutuas para la captación y ampliación de públicos

○ Se promocionará y difundirá el portal de Once TV México, mediante estrategias de comunicación determinadas

3) Once TV México utilizará y promocionará la Internet para captar y desarrollar nuevos públicos:

○ Se estimulará la creación y diseño de páginas destinadas a atraer y captar públicos, que puedan ver la programación de Once TV México en las regiones mexicanas y en el extranjero, en especial en Estados Unidos debido a la existencia de Once TV México.

○ Se pondrá especial cuidado en las páginas para niños y adolescentes, teniendo en cuenta que cada vez navegan por la red a edades más tempranas y que son televidentes potenciales y futuros

○ Se propiciará la generación de comunidades, chats, foros, blogs y otros espacios de relación entre los cibernautas, de tal forma que se estimule la participación de televidentes y no televidentes

○ Se fomentará la accesibilidad, tratando de adaptar y facilitar la navegación a personas con problemas de vista

4) El portal de Internet servirá de espacio para la documentación y consulta de información:

○ Se podrá clasificar y ofrecer información sobre Once TV México, sus programas y contenidos a modo de histórico

○ Se podrán ofrecer servicios de consulta y de búsqueda en bases de datos, que faciliten las canalizaciones de los programas de televisión


## **6.8. POLÍTICAS DE COMPETENCIA**

1) Once TV México competirá legítimamente por la audiencia en la industria audiovisual nacional basándose en la calidad, originalidad, ética y rentabilidad social como servicio público:

○ Se promoverá lo universal y no lo comercial

○ Se interpelará al ciudadano como público participante, y no al consumidor-espectador

○ Se trabajará sobre una concepción multidimensional de la competitividad: profesionalismo, innovación y relevancia social de la producción, a


	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			22/11/11
<b>Página:</b>			26 de 28			

diferencia de los medios privados

- Se desarrollará una imagen de marca con una propuesta de programación y lenguaje audiovisual diferenciados
  - Se trabajará buscando la diversidad de contenidos
- 2) Once TV México buscará ser más competente y aumentar su audiencia, aunque su objetivo principal será siempre dar un buen servicio público:
- Evaluará su competencia por estudios de calidad y medirá su audiencia mediante estudios cualitativos y cuantitativos, teniendo en cuenta que los *ratings* son aproximaciones realizadas, a través del método de ensayo y error
- 3) Once TV México alentará y ayudará en la cooperación, redefinición y coordinación de esfuerzos y actividades entre medios con vocación de servicio público, dependientes estructuralmente de la Secretaría de Educación Pública, a fin de ser más competitivos frente a los medios privados y de buscar la creación de nuevos públicos.
- 4) Once TV México estimulará la competencia y el desarrollo de la industria audiovisual nacional e internacional, promoviendo producciones propias y alentando mecanismos de intercambio de programas y cooperación técnica.

## **6.9. POLÍTICAS DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN**


- 1) Once TV México transparentará su gestión:
- Será público el Manual de Calidad de la televisora
  - Serán públicas las evaluaciones sobre el cumplimiento de las metas anuales de cada área de Once TV México
  - Serán públicos todos los documentos de carácter deontológico existentes
  - Será pública toda aquella información que no sea clasificada
- 2) Once TV México rendirá cuentas a la sociedad:
- Se elaborarán y publicarán informes de gestión y de actividades anuales y sexenales
  - Se publicarán las cuentas de resultados
  - Se dará cuenta del uso adecuado de los recursos y de las estrategias de financiación
- 3) Once TV México cumplirá con el derecho de acceso a la información pública de los ciudadanos:
- A través de la unidad de enlace del IPN facilitará y dará respuesta en los plazos previstos por la ley, a las solicitudes de información de los ciudadanos

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>27 de 28</b>			

- Tratará de sistematizar y clasificar toda aquella información que pudiera ser solicitada para facilitar el proceso
  - Elaborará, desarrollará y mejorará continuamente aquellos documentos o mecanismos, que como medio con vocación de servicio público debiera tener
- 3) Once TV México fomentará la cultura de la transparencia:
- Coadyuvará en campañas de concienciación social sobre la importancia de la transparencia y del ejercicio del derecho de acceso a la información para la democracia, a través de sus programas y de la difusión institucional
  - Facilitará a través de la pantalla y de la Internet la información y las canalizaciones, para realizar solicitudes de información

## **6.10. POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO**

- 1) Once TV México impulsará y facilitará la capacitación y actualización periódica de sus prestadores de servicio profesionales:
- Se ofrecerán cursos de capacitación y actualización, según las peticiones y necesidades de las áreas que serán impartidos dentro y fuera de Once TV México
  - Se realizarán periódicamente, diagnósticos de necesidades de capacitación y actualización
  - Se creará un Comité de Capacitación enfocado a la capacitación y actualización que gestionará las peticiones, organizará los cursos y elaborará un informe anual de resultados
  - Se alentará y procurará la oportunidad, para que los prestadores de servicios profesionales asistan a cursos, talleres o estancias profesionales de organismos o instituciones en otros estados o en el extranjero, valorando la necesidad, pertinencia, actitud y coyuntura temática para la autorización de ausencias, así como la posible cobertura de gastos total o parcial, cuando se requiera
  - Se definirán las retribuciones que deberá cumplir el prestador de servicios, tras la capacitación y actualización
- 2) Once TV México impulsará acciones y actividades que contribuyan al desarrollo profesional de sus prestadores de servicios:
- Se fomentarán los intercambios de experiencias, prácticas, trabajos o capacitaciones con otros medios del gobierno federal, con universidades y otros organismos
  - Se fomentará la sana competitividad alentando a los prestadores de servicios a solicitar becas de estudio respaldando al prestador en lo posible,

	<b>Políticas de Comunicación de Once TV México</b>			<b>ISO / ISAS</b>	<b>Dirección General</b>	
	<b>Elaboró</b>	<b>Autorizó</b>	<b>DG-FPC-48</b>			
	<b>Subdirección de Calidad</b>	<b>Dirección General</b>	<b>Revisión:</b>			
			<b>Fecha:</b>			<b>22/11/11</b>
<b>Página:</b>			<b>28 de 28</b>			

en caso de respuesta positiva, siempre y cuando las circunstancias, el buen rendimiento y actitud de los prestadores de servicios y la organización de las rutinas productivas, lo permitan

- Se promoverá la competencia sana estimulando la presentación de trabajos y perfiles a concursos nacionales e internacionales, como forma de reconocimiento y estímulo al buen desarrollo profesional de los prestadores de servicios
- Se organizará y animará la participación en foros, seminarios, conferencias y muestras sobre temas relacionados con la televisión, estimulando a los prestadores a que asistan y enriquezcan sus conocimientos generales y específicos

3) Once TV México organizará actividades de deportivas, de apoyo, recreativas, de prevención y culturales para prestadores de servicio y familiares, que contribuyan al desarrollo personal y familiar, así como también a generar un buen clima organizacional y espíritu de equipo.

## **6.11. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**

1) Once TV México desarrollará un sistema de comunicación interna eficiente y adecuado:

- Se crearán canales de comunicación, para la retroalimentación entre los prestadores de servicios y con la dirección de Once TV México, como buzón de comentarios y sugerencias, la Intranet (red interna) y reuniones periódicas
- Se crearán medios de información, para mantener a los prestadores de servicios enterados del acontecer de Once TV México y de temas relevantes sobre la industria de la televisión, como boletines, publicaciones internas periódicas, tablón de anuncios, noticias, avisos en Intranet, etc.

2) Once TV México desarrollará y fomentará un sistema de comunicación externa, eficiente y adecuado:

- Se dará información periódica sobre programación y los asuntos que se consideren, a los medios de comunicación y a las instituciones públicas, así como al público que lo solicite
- Se crearán estrategias de difusión, para lanzar informaciones y mensajes relevantes
- Se fomentarán las relaciones públicas, para facilitar la comunicación y sus diferentes actividades entre la dirección y las instituciones y medios de comunicación
- Se creará y desarrollará una imagen de marca corporativa que identifique y posicione a Once TV México, tanto externa como internamente.