



INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL

---

---

ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN  
SANTO TOMÁS

SEMINARIO:

APLICACIONES DE LA PSICOLOGÍA AL TRABAJO EN MERCADOTECNIA Y EN  
LAS TRANSACCIONES INTERNACIONALES

ESTRATEGIAS PARA EL REPOSICIONAMIENTO DE CENTRAL ONCE: LA BARRA  
JUVENIL DE ONCE TV MÉXICO

TRABAJO FINAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES

PRESENTAN:

ARACELI BARRIOS BARRIOS

MAYRA ANGÉLICA CANSECO MOLINA

BEATRIZ ADRIANA CHÁVEZ LOREDO

CYNTHIA ITZEL HERNÁNDEZ SOLIS

RAFAEL IVÁN TORRES SÁNCHEZ

CLAUDIA IVONNE VILLARRUEL BECERRIL



CONDUCTOR: PSICÓLOGA MARÍA ELENA MORALES PEÑALOZA

MÉXICO D.F.

OCTUBRE 2010

# AGRADECIMIENTOS

---

Esta tesis representa para mí un paso muy importante en mi vida, tanto en mi desarrollo profesional como personal. Es una meta más de las que me falta por cumplir y me alienta, para seguir adelante, superarme cada vez más y no tener límites.

Dedico esta tesis principalmente y de todo corazón a Dios por permitirme llegar al final de este logro, a mis padres María Guadalupe Molina Magdaleno y Manuel Canseco Manzanilla por haberme apoyado durante todo mi desarrollo profesional. A mi madre hermosa que es una mujer excelente, admirable y de quien estoy muy orgullosa, por haber salido adelante siempre, gracias por enseñarme tanto y sé que nunca dejaré de estar agradecida.

Agradezco especialmente a Margarita Sánchez Aldana Aguirre quien es una persona muy especial en mi vida y en mi corazón, ya que ha estado conmigo en todo momento y ha plasmado una huella muy importante en mi desarrollo profesional y personal, gracias por dejarme ser parte de tu vida.

A mis hermanos Jesús, María Catalina, Roberto y Delia Margarita por estar conmigo, por esas tareas compartidas, maquetas, risas, enojos, comentarios, opiniones, regaños y consejos, ya que cada uno de ellos ha aportado una enseñanza importante en mi vida y en mi desarrollo como ser humano.

A mis niños hermosos Maggy y Adrián que me hacen sonreír siempre y le dan esos momentos especiales en mi vida: risas, juegos, cantos, abrazos, lágrimas compartidas y diversión.

A dos personas especiales en la familia: María del Pilar Trinidad Navarro y Fidel Ramírez Saucedo gracias por apoyarme para salir a delante, alentarme a querer que sea una mejor persona y superarme cada día.

Gracias a todos aquellos quienes fueron partícipes de este logro; amigos y maestros por ser mi inspiración, por estar conmigo y por esos momentos compartidos, enseñanzas y sueños alcanzados.

*Mayra Angélica Canseco Molina.*

Esta tesis es una parte de mi vida y el comienzo de una etapa nueva, por esto y más le dedico a mi salvador Jesucristo esta tesis, gracias por ser el motor de mi vida, el ser que me dio la fortaleza, paciencia, serenidad, entendimiento y ánimo para poder concluir un ciclo más en mi vida y darme una bendición tan grande como es el poder titularme. Gracias padre por tu amor y misericordia; por el apoyo que me has brindado al darme las herramientas necesarias para concluir con éxito esta etapa en mi vida, por nunca soltarme de tu mano y estar siempre conmigo. ¡Te Amo padre!

Gracias mamá por siempre ser mi apoyo, mi amiga y la persona que más amo en este mundo, gracias porque sin tu ayuda, apoyo y animo no sería la persona que soy. Doy gracias a Dios por la mamá que dio. Gracias por qué me has dado el ejemplo más grande, el ser una mujer que no duda y no se rinde, gracias por tus consejos y tu amor. Eres mi más grande ejemplo y orgullo. ¡Te Amo mami!

Gracias a mis papitos por ser esas personas únicas, por ser de esas personas que ahora son muy difíciles de encontrar, gracias por su amor, por ser mis papas y por darme siempre el ejemplo de luchar por lo que quiero sin importar las circunstancias teniendo siempre presentes los valores. Mamita eres una mujer digna de admirar y gracias porque en esta etapa de mi vida siempre me diste mucho ánimo y consejos que me servirán para toda la vida y a ti papito que aun que ya no estás conmigo se que tú fuiste el que me ayudo a forjar los cimientos para lograr esta meta. Te extraño demasiado papá pero sé que tú estás siempre conmigo.

A mi familia... Muchas Gracias por que todos siempre me han ayudado dándome su apoyo y amor. Los amo demasiado y doy gracias a Dios por la familia que me dio. Gracias por que sus consejos han sido únicos, gracias porque todos me han consentido mucho y a veces también me han sacado de mis errores. Por todo eso Gracias!

A mis amigos Iván, Leslie, Paloma, Marisol, Andrea y Luis muchas gracias porque me han enseñado el verdadero significado de la amistad. Gracias por que durante la carrera y tu palomita durante muchísimos años fueron personas que valore mucho, somos tan distintos pero eso enriquece aun mas mi vida porque he aprendido mucho de cada uno de ustedes. Doy gracias a mi padre por ponerlos en mi camino. Los amo muchísimo gordos!

Iván, Adriana, Claudia, Cynthia y Mayra muchas gracias por que este último esfuerzo lo pasamos juntos, por algo pasan las cosas y yo sé que no fue casualidad que formarás un equipo y que a pesar de los problemas que surgieron los superamos, les deseo lo mejor y claro que los quiero muchísimo. Que Dios los bendiga.

*L. R. C Araceli Barrios Barrios*

“La vida es una obra de teatro que no permite ensayos...  
Por eso, canta, ríe, baila, llora  
y vive intensamente cada momento de tu vida...  
...antes que el telón baje  
y la obra termine sin aplausos”

*Charles Chaplin*

## **GRACIAS**

A **DIOS**, por haberme permitido vivir este momento tan importante en mi vida.

A **MIS PADRES** porque aun sabiendo que no existirá una forma de agradecer una vida de sacrificio y esfuerzo, quiero que sientan que el objetivo logrado también es suyo y que la fuerza que me ayudo a conseguirlo fue su apoyo y cariño.

A ti **HERMANO** que aun te falta un gran camino por recorrer, quiero darte el mejor ejemplo para que el día de mañana tú también me des la satisfacción de verte realizado profesionalmente.

A mis **TIAS** y a **MI ABUELITO** por el cariño y apoyo moral que siempre me han brindado; por creer en mí apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida.

A mis **PRIMOS** y a mis **AMIGOS** que han estado conmigo en las buenas y en las malas, gracias por escucharme cuando lo necesite, por darme un buen consejo, o quizá un regaño cuando fue necesario, mil gracias.

A ti que estuviste junto a mi estos 6 años, que viviste de cerca cada uno de mis desvelos para poder lograr este sueño, gracias por compartir momentos tan especiales a mi lado, por tu apoyo e impulso para lograr esta meta tan importante en mi vida, por tu paciencia y disciplina, **TE AMO LUIS.**

*Con todo mi cariño, aprecio y admiración*

*L.R.C. BEATRIZ ADRIANA CHAVEZ LOREDO*

En la recta final de la presente tesis llega el momento de decir los agradecimientos y el primero es para mi padre Dios, ése ser superior que me dejó culminar éste proyecto después de muchos obstáculos y pruebas de fé en los últimos años de mi vida.

Para continuar a mis padres el Sr. José Raúl Hernández Hernández y la Sra. María del Pilar Solis Galicia, que con esfuerzos y sacrificios constantes han tenido en sus manos la más ardua tarea en la vida, amar, cuidar y educar a tres hijos, hoy por hoy fuertes, con valores bien simentados, y preparados para abrirse paso en la vida, gracias por no dejarnos nunca solos, y siempre brindarnos su incondicional amor, apoyo, consejo y sabiduría. Ustedes son mis mejores amigos y mis maestros en la vida. Los amo.

Gracias a mi compañero de vida, del día a día mi esposo el Sr. Rodolfo Elias González González quien siempre me ha brindado su amor, apoyo y comprensión y me motiva a enfrentar y vencer los obstáculos que se me presentan para llevar a cabo lo que quiero, con quien he recorrido un camino lleno de experiencias y aprendizajes que me han hecho crecer como mujer, a quien los años de convivencia me han hecho amar y valorar aún más. Te amo.

Gracias a mis hermanos que cuide de niños y hoy ellos también cuidan de mí, el Ing. Israel Edgar Hernández Solis y el futuro C.P Emmanuel Rodrigo Hernández Solis, quienes me hacen sentir admirada a pesar de mis errores humanos. Siempre están ahí para alentarme a cumplir nuevos retos, listos para consentirme o regañarme, para platicarme y reírnos, para hacer fogata y olvidarnos de todo, para seguirme enseñando cosas nuevas y llenarme de orgullo. Los amo.

A Camilo, Aioria y Gaga mascotas que me han dado momentos hermosos.

A mis tíos y tías que en diferentes etapas de mi vida han estado en el momento y lugar indicado para darme una lección y tenderme la mano. A mis primos y primas e hijos con quienes quiero vivir nuevas experiencias y construir una familia más sólida y unida.

A mi suegra la Sra. Ma. Matilde González a quien quiero y admiro, quien me ha tratado con mucho cariño y respeto. Y a mis cuñados, cuñadas, sobrinos y sobrinas, que me han ayudado a crecer y ser más fuerte.

Quiero hacer una mención especial y dedicar ésta tesis a mis difuntos abuelos el Sr. Isaías Hernández, la Sra. Natividad Hernández, el Sr. Santiago Solis y la Sra. Santos Galicia, gracias por el tiempo que estuvieron conmigo y por su infinito amor, los recuerdo, los extraño y los amo. Algún día nos volveremos a ver.

A mis compañeros de escuela y de tesis por su trabajo, esfuerzo, paciencia y los buenos momentos.

A mi casa de estudios el Instituto Politécnico Nacional y a la Escuela Superior de Comercio y Administración del Casco de Santo Tomás que hicieron de mí una profesionista disciplinada y respetada. A mis maestros y maestras quienes aportaron todo su conocimiento, su tiempo, paciencia y cariño.

Gracias infinitas Señor por llevarme siempre de la mano, y por el amor con el que iluminas mi vida.

Gracias mamita, no por lo que he recibido de ti, sino por lo que ello ha significado para mí: amor y entrega.

Gracias papá, Paco, mis amadas tías Rebeca, Luz y Carmelita, primos y muy queridos amigos. Me siento afortunado de saberlos presentes en mi vida.

A la memoria de mi Carmen, quien sembró en mí el espíritu de crecer: Se que estás conmigo, y que sabes que esto es sólo un pequeño paso de los muchos que siempre quisiste verme dar.

A todos ustedes, los amo y les comparto hoy la alegría que esto representa para mí.

*L. R. C. Rafael Juan Torres Sánchez*

Gracias Dios por haberme permitido culminar mi carrera con éxito y por acompañarme siempre en mi camino profesional y personal.

Mamá:

Todo mi amor, agradecimiento y respeto a ti por ser la mujer fuerte, valiente y luchadora en los momentos difíciles por estar siempre conmigo y nunca abandonarme por enseñarme el valor de ser una mujer fuerte y segura de sí misma. Por siempre creer en mí.

A mi Papá:

Gracias por haber estado conmigo siempre, por haberme dado las herramientas para estudiar y ser alguien de quien puedas sentirte orgullosa pero principalmente porque nunca me abandonas y sigues mandándome tus bendiciones y me cuidas a cada paso que doy. Te extraño y te quiero pero siempre estás aquí conmigo.

Mami:

Gracias por haber sido una mujer fuerte por haberme dejado todo tu amor, enseñanza y protección. Siempre estás en mi corazón y en mis pensamientos.

A mi familia:

Gracias a todos y cada uno de mis tíos, tías y primos por que han sido el pilar de mi formación humana y profesional, por haberme ayudado a salir adelante y nunca haberme dejado caer, por haber estado en mis momentos más difíciles y por estar en mis momentos de logros y felicidad pero principalmente porque están conmigo en este momento que es el más importante y feliz de toda mi vida.

Los quiero y respeto a cada uno de ustedes por siempre.

*L. R. C. Claudia Ivonne Villarruel Becerril.*

# Índice

---

Introducción.....	1
Antecedentes.....	2
Metodología.....	36
Instrumento o técnicas para la recolección de la información.....	37

## *Capítulo I Diseño del Producto*

Objetivos.....	38
Atributos Intrínsecos.....	39
Categoría de producto.....	39
Componentes.....	39
Beneficios.....	39
Concepto del producto.....	40
Diferenciación Funcional.....	41
Diferenciación Emocional.....	41
Atributos Extrínsecos.....	42
Imagen visual: Colores, logos y tipografía.....	43

## *Capítulo II Perfil del Consumidor*

Objetivos.....	52
Bases para la segmentación.....	53
Características demográficas.....	54
Características psico – sociales.....	55

## *Capítulo III Políticas de Distribución*

Objetivos.....	66
Intensidad de la distribución.....	66
Cobertura internacional De Once TV.....	69
En E.U.A.....	70
Centroamérica.....	71
Caribe.....	72
América del Sur.....	73

## *Capítulo IV Concepto de Propiedad*

Objetivos.....	74
Propiedad.....	74
Cambio de imagen de canal once.....	76
Ampliación de la cobertura de Canal Once.....	77
Patrocinios.....	78



## *Capítulo V Comunicación Integral de la Marca*

Objetivos.....	79
Plataforma: audiencia meta y concepto del producto.....	79
Selección de medios.....	80
Redes Sociales:.....	81
Aplicaciones en Telefonía Celular:.....	85
Youtube.....	86
Pagina institucional.....	89
Gaceta institucional.....	90
Publicidad en transporte colectivo metropolitano.....	91
Eventos musicales, culturales y de esparcimiento.....	97

## *Capítulo VI Imagen*

Objetivos.....	99
Conclusiones y Recomendaciones.....	101
Bibliografía.....	103



## INTRODUCCION

---

El presente trabajo de investigación está enfocado a la barra televisiva Central Once; en él, se podrá observar el desarrollo implementado para poder solucionar diversas dificultades que se han generado en torno a la programación de la misma.

La barra está orientada a los jóvenes, este target tan específico goza de diversas características y valores, los cuales fue preciso analizar minuciosamente, desde sus hábitos y costumbres hasta sus intereses.

El trabajo parte de los antecedentes del medio de comunicación más visto en todo el mundo, la televisión, pasando por la contextualización de las diversas características psicológicas de los jóvenes con inclinación por salir de lo masivo, monótono y comercial.

Es importante mencionar que hoy en día el estilo y ritmo de vida de las sociedades esta en incesante cambio. Por esta razón es necesario poner en contexto la dinámica de vida del target antes mencionado ya que de ello depende en gran medida la eficacia de las soluciones planteadas en esta investigación.



## ANTECEDENTES

---

### **ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA TELEVISIÓN**

Los primeros pasos de la televisión en México, en su etapa experimental, se remontan al año 1934. Un joven de 17 años, estudiante del Instituto Politécnico Nacional, realiza experimentos con un sistema de televisión de circuito cerrado, en un pequeño laboratorio montado en las instalaciones de la estación de radio XEFO.



**Ing. Guillermo González Camarena**

Durante varios años, el ingeniero Guillermo González Camarena trabaja con el equipo que él mismo ha construido, hasta que, en 1939, cuando la televisión en blanco y negro ya funciona en algunos países, González Camarena impacta al mundo al inventar la televisión en color, gracias a su Sistema Tricromático Secuencial de Campos.

El ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la patente de su invento tanto en México como en Estados Unidos el 19 de agosto de 1940. Este sistema de televisión en color se empieza a utilizar con fines científicos. En 1951, transmite desde la Escuela Nacional de Medicina, lecciones de anatomía. En la actualidad, el mejor ejemplo de la utilización práctica de la creación del ingeniero mexicano, está en las naves espaciales estadounidenses de la Agencia Nacional para el Estudio del Espacio Exterior (NASA), las cuales están equipadas con el sistema tricromático.

La primera transmisión en blanco y negro en México, se lleva a cabo el 19 de agosto de 1946, desde el cuarto de baño de la casa número 74 de las calles de Havre en la capital del país, lugar de residencia del ingeniero Guillermo González Camarena. Fue tal el éxito, que el 7 de septiembre de ese año, a las 20:30 horas, se inaugura oficialmente la primera estación experimental de televisión en Latinoamérica; la XEIGC, esta emisora transmite los sábados, durante dos años, un programa artístico y de entrevistas. En septiembre de 1948, inician transmisiones diarias desde el Palacio de Minería de la "Primera Exposición Objetiva Presidencial". Miles de personas son testigos gracias a los aparatos receptores instalados en varios centros comerciales. Por todos estos hechos, se le conoce al ingeniero González Camarena como el "Padre de la televisión mexicana".



El primer canal comercial de televisión en México y América Latina se inaugura el 31 de agosto de 1950, un día después, el 1 de septiembre, se transmite el primer programa, con la lectura del IV Informe de Gobierno del Presidente de México, Lic. Miguel Alemán Valdés, a través de la señal de la XHDF-TV Canal 4 de la familia O'Farrill.

En ese año, la XETV Canal 6 de Tijuana, Baja California y la XEQ TV Canal 9 (actualmente con las siglas XHTM Canal 10), en Altzomoni, Estado de México, también inician sus transmisiones.

Posteriormente, inician transmisiones XEIPN Canal 11 en 1959, del Instituto Politécnico Nacional, XHTIM Canal 8 en 1968 del Grupo Monterrey, hoy XEQTV Canal 9 integrado al consorcio Televisa y XHDF TV, Canal 13 en 1968.

En 1968 México incursiona en la era de las comunicaciones vía satélite, al transmitir a todo el mundo los diversos eventos de la XIX Olimpiada México 68. 17 años después, en 1985, se colocan en órbita los primeros dos satélites nacionales de comunicaciones, Morelos I y II. En 1992 y 1993, se colocan otros dos satélites, Solidaridad I y II, con ellos, se utilizan las tecnologías más avanzadas en transmisiones radiofónicas y televisivas, principalmente, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 países del continente americano.

La televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos, los cuales son más efectivos que los visuales o auditivos por sí mismo, por ello un medio sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social.

La televisión se impone sobre otros medios y deja atrás al cine por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de esta época, la televisión está en el hogar, solo se necesita encenderla.

La televisión cuando se utiliza para fines educativos es bastante eficaz en lograr la atención y memorización sobre el material en ella presentado, según las cuatro categorías de la televisión se clasifican en:

1. ESPACIO/TIEMPO
2. PARTICIPACIÓN
3. RAPIDEZ

Esto demuestra la eficiencia del medio.

**Espacio Tiempo:** La televisión actúa de forma combinada, posee cierta efectividad en cuanto a la percepción, en el cual rige el principio que mientras mayores vías de entrada posee la información más efectiva será la percepción del mensaje, los medios combinados como la televisión son de mayor eficacia, tanto en la percepción, aprendizaje y memorización, eso tiene gran aplicación a nivel educativo.



**Participación:** En la escala de participación del comunicador, la televisión ocupa el séptimo lugar, Mientras mayores participaciones mayores serán las influencias.

**Rapidez:** La televisión y la radio son los medios más rápidos, los medios rápidos impiden que el comunicador pueda dedicar el suficiente tiempo para que el mensaje sea comprendido y meditado por el receptor, los medios, radios y televisión prácticamente someten al receptor a un bombardeo de mensajes.

La cuarta categoría es la permanencia de la cual posee la televisión. La televisión posee la características de combinar estímulos visuales y auditivos, una organización en el espacio y en el tiempo que le da una gran efectividad, es un medio de participación media, en comparación a la conversación cara a cara y los libros, más cercano a la conversación personal. El medio de la televisión es de una gran rapidez lo cual impide una buena labor de crítica y discernimiento en los mensajes.



## **El Once y su historia**

XEIPN ONCETV inició sus transmisiones el 2 de marzo de 1959 desde un pequeño estudio con cámaras de circuito cerrado en el Casco de Santo Tomás.

La idea original fue del Ingeniero Alejo Peralta y Díaz, apoyado por Walter Buchanan y Eugenio Méndez Docurro, quienes contaron con el apoyo y trabajo de muchos politécnicos y personal técnico quienes hicieron realidad y dieron vida a ONCETV en medio de grandes dificultades y escasos recursos.

El primer programa que transmitió ONCETV fue una clase de matemáticas impartida directamente a la cámara por el Profesor e Ingeniero Vianey Vergara. Dentro del aspecto estrictamente académico, se transmitieron cursos completos de inglés, francés y ciencias sociales con el objetivo de darle un uso diferente a la televisión.

Las primeras producciones de ONCETV fueron programas artísticos, musicales, literarios y científicos, realizados con el apoyo de instituciones gubernamentales y privadas.

En sus inicios, la señal no llegaba con facilidad a toda la ciudad de México por lo que se regalaban y colocaban a domicilio, pequeñas antenas creadas por los propios técnicos de la televisora.

En los años 60 el objetivo de ONCETV era poner la televisión al servicio de las grandes causas nacionales y para ello, participaron en la estructura de la programación, figuras como Miko Villa, José Luis Ibáñez, Juan José Gurrola y actores como Carmen Montejo, Lorenzo de Rodas y Francisco Jambina, entre otros.

A mediados de los 70 se realizó un esfuerzo por transmitir a color, se adquirió equipo y algunas cámaras, originalmente para blanco y negro las cuales fueron reconvertidas por los técnicos de la emisora. Cabe destacar que canal Once presentó artistas que alcanzaron con el tiempo un reconocimiento internacional.

Para los 80 se contó ya con cuatro estudios de tv y ONCETV continuó siendo base de grandes figuras. Fue una ventana para disfrutar de personajes de la talla de Pellicer y Arreola, entre muchos otros, además de ser pionero en formatos y propuestas televisivas resueltas con gran ingenio y muy pocos recursos.

En los 90 el cambio fue radical en cuanto a infraestructura tecnológica, mantenimiento de la antena del Chiquihuite, esfuerzo por una mayor cobertura y el interés por la producción de nuevas series.

Con el despunte del nuevo milenio ONCETV se vuelca más directamente hacia la gente a través de *La Otra mirada* vista como ese conjunto de rostros que integra un México multicolor que se reconoce en la pantalla del Once.















Se encaminan los esfuerzos a la búsqueda de la calidad, se promueve la interacción con los televidentes, se continúa el fortalecimiento tecnológico con miras a preparar la entrada al mundo digital si bien queda aún mucho por hacer y se apuesta por nuevos formatos y contenidos.

A partir de 2009, Canal Once se reinventa y decide entrar de lleno a ofrecer atrevidas propuestas, formatos y contenidos.

Actualmente existen 5 estudios de televisión administrados con gran efectividad para producir gran parte de la mejor programación que se inserta en la cultura mexicana y permite ver, también, lo que ocurre en el mundo.

La señal de ONCETV cubre gran parte de los tele - hogares de la República Mexicana, mediante estaciones trasmisoras y retransmisoras ubicadas en:

-  Acapulco, Guerrero.
-  Cancún, Quintana Roo.
-  Culiacán, Sinaloa.
-  Chetumal, Quintana Roo.
-  Chihuahua, Ciudad Delicias y Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua.
-  Estado de Morelos.
-  Playa del Carmen, Quintana Roo.
-  Saltillo, Coahuila.
-  San Luis Potosí, San Luis Potosí.
-  Tepic, Nayarit.
-  Tijuana, Baja California.
-  Valle de Bravo, Estado de México.

Sin embargo, ONCETV consigue una cobertura nacional a través de los sistemas de cable y de satélite, con una imagen digitalizada, a través de SKY.





## **Acerca de ONCETV MÉXICO**

Con 51 años de vida, ONCETV, del Instituto Politécnico Nacional, es la televisora de servicio público más antigua de América Latina. A lo largo de este tiempo, se ha destacado por transmitir una programación rica y variada con miras a satisfacer las necesidades de entretenimiento de los televidentes con programas de calidad, así como información veraz y objetiva.

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

En este panorama, ONCETV realiza cinco noticiarios diarios que destacan en el medio por su rigor y profesionalismo, y están a cargo de Adriana Pérez Cañedo, Irma Pérez Lince, Melissa Vega y María Roiz.

Asimismo, entre lo más destacado están los programas de análisis y reflexión:

*Primer Plano, Dinero y poder, Espiral, México diferente, Observatorio Internacional y Agenda a fondo.*

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

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

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

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

Mención aparte merece el programa *Aquí nos tocó vivir*, serie de entrevistas y reportajes que constituye un testimonio único de la vida en México durante los últimos 31 años.





Su conductora, Cristina Pacheco, le otorga un sello único con su gran carisma, sensibilidad y profesionalismo, cualidades que resaltan también en el programa de entrevistas *Conversando con Cristina Pacheco*, donde la destacada periodista da voz a los creadores mexicanos y extranjeros que han modelado la intensa vida cultural, artística, deportiva y científica de México.

ONCETV TV México renueva su imagen a partir del 30 de marzo de 2009 y estrena series de gran calidad y atractivas propuestas. Entre ellos destaca **Central Once**, una barra que busca llegar al corazón de los jóvenes y ser un espacio en el que se reconozcan, se expresen e interactúen con una gran diversidad de programación especialmente dedicada a los jóvenes que buscan satisfacer la necesidad del conocimiento y saber mas sobre diversos temas.

Con toda esta riqueza, ONCETV México se ha propuesto extender su cobertura. Su señal cubre gran parte de los tele - hogares de la República Mexicana, mediante estaciones transmisoras y retransmisoras:

Acapulco, Guerrero	XHACG	7
Cancún, Quintana Roo	XHNQR	5
Culiacán, Sinaloa	XHSIN	5
Chetumal, Quintana Roo	XHLQR	7+
Chihuahua, Chihuahua	XHCHI-TV	20
Ciudad Delicias, Chihuahua	XHCHD-TV	20
Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua	XHCHU-TV	20
Estado de Morelos	XHCIP	6
Playa del Carmen, Quintana Roo	XHCZQ	9
Saltillo, Coahuila	XHSCE	13+
San Luis Potosí, San Luis Potosí	XHSLP	4
Tepic, Nayarit	XHTPG	10
Tijuana, Baja California	XHTJB	3
Valle de Bravo, Estado de México	XHVBM	7

A partir del 12 de julio de 2010, la señal del canal del Instituto Politécnico Nacional logra alcanzar una cobertura del 42% del territorio nacional, que incluye las siguientes ciudades: Guadalajara, Jalapa, Veracruz, Coatzacoalcos, Torreón, Gómez Palacio, Morelia, y Los Mochis.



<b>Ciudad</b>	<b>TRANSMISIÓN ANÁLOGA</b>		<b>TRANSMISIÓN DIGITAL</b>	
	<b>Distintivo</b>	<b>Canal</b>	<b>Distintivo</b>	<b>Canal</b>
Ciudad de México	XEIPN-TV	11	XEIPN-TDT	33
Guadalajara, Jalisco	XHOPGA-TV	27	XHOPGA-TDT	43
Gómez Palacio, Durango y Torreón, Coahuila	XHGPD-TV	7(-)	XHGPD-TDT	42
Morelia, Michoacán	XHOPMO-TV	45	XEOPMA-TDT	44
Veracruz y Xalapa, Veracruz	XHOPXA-TV	34	XHOPXA-TDT	35
Coatzacoalcos, Veracruz	XHOPCA-TV	31	XHOPCA-TDT	46
Los Mochis, Sinaloa	XHSIM-TV	11		

Aunado a la ampliación de su cobertura, el plan para la transición a la televisión digital terrestre, iniciado en 2006 por el Gobierno Federal, se ha venido cumpliendo según los plazos establecidos. Desde ahora, gracias al esfuerzo y colaboración estrecha entre el Gobierno Federal, los gobiernos estatales y municipales, así como de instituciones educativas, constructores y fabricantes de equipos, Once TV México transmitirá sus contenidos en tecnología digital iniciando en las ciudades de México, Guadalajara, Veracruz, Xalapa, Coatzacoalcos, Torreón, Gómez Palacio y Morelia, mejorando así la calidad de la transmisión tanto en imagen como en sonido.

Asimismo, se ha iniciado la construcción de la infraestructura de transmisión en las ciudades de Monterrey, Mérida, Oaxaca y Durango, por lo que próximamente alcanzara una cobertura del 49% a nivel nacional y llegar así a más de 50 millones de mexicanos.



## Los Adolescentes y la Televisión

La forma de pensar de los adolescentes experimenta un cambio que se inicia, aproximadamente, a los once años. Los niños más jóvenes pueden captar puntos de vista ajenos siempre y cuando sean conocidos y verificables. Los adolescentes pueden tomar en consideración diversas perspectivas acerca de casos hipotéticos y ajenos a su experiencia.

En la adolescencia el razonamiento deja de centrarse en lo obvio y adquiere consciencia los aspectos más complejos. Esta manera más profunda de ver la vida tiene una relación importante con la manera en que los adolescentes entienden los mensajes de los medios de comunicación.

Los adolescentes necesitan saber que forman parte del continuo proceso humano. El aislamiento de la adolescencia se reduce cuando los adolescentes se vislumbran en el trabajo, con una familia o como parte de una comunidad. Esta es la razón por la cual a los adolescentes les interesan tanto las películas y programas de televisión que se refieren a las carreras profesionales, las relaciones y los problemas sociales.

Los medios de comunicación y en particular la televisión, no les proporcionan a los adolescentes las experiencias que les podrían ayudar a desarrollar sus procesos de pensamientos y a sentir que están en un mundo racional. Los padres que fomentan a sus hijos adolescentes a que piensen detenidamente modelándoles la reflexión y esperando que actúen de la misma manera, favorecen el desarrollo intelectual.

Los valores y creencias que tienen en tales temas como el amor, el respeto al prójimo, resolución de problemas, el modo de comunicarse, la autoridad, el modelo de persona a seguir, hablando con ellos y analizando las situaciones, se piensa que la programación televisiva tienen una gran influencia en todo esto.

El mirar la televisión es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de los jóvenes. La televisión puede entretener, informar y acompañar pero también puede influenciarlos de manera indeseable.

El tiempo que se pasa frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la comunicación con la familia y las relaciones sociales. Muchas veces los jóvenes no diferencian entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad. También pueden aprender cosas en la televisión que son inapropiadas. Además, están bajo la influencia de miles de anuncios comerciales, muchos de los cuales son de bebidas alcohólicas, comidas de preparación rápida y juguetes.

La violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza / género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión. Los jóvenes, de por sí impresionables, pueden asumir que lo que se ve en la televisión es lo normal y es aceptable. En consecuencia, la televisión también



expone a los jóvenes a tipos de comportamiento y actitudes que pueden ser abrumadores y difíciles de comprender.

Dentro de los grupos más expuestos figuran los niños y los adolescentes porque su edad no les permite distinguir las intenciones de los mayores.

Aunque el adolescente ha pasado ya la etapa de la infancia, donde la falta de criterio al seleccionar la oferta televisiva ocasiona los mayores problemas debido a que el niño aprende por imitación, no deja de ser vulnerable a los mensajes de la televisión, porque se encuentra aun en una etapa de crecimiento.

El adolescente ya distingue la realidad de la fantasía pero aún no tiene un criterio sólido y una posición personal frente a las cosas que lo hace fácilmente influenciado. Por esta razón asume nuevas actitudes y comportamientos, buscando siempre una imagen de sí mismo que se ajuste más a su idea del comportamiento de los adultos.

Es aquí donde la televisión puede influir, presentando una falsa vida de los adultos, con fuertes dosis de hedonismo y violencia, de amores imposibles, buenos y malos, justicias e injusticias, ambición, barreras de clases sociales, intrigas, venganzas, infidelidades, mentiras, etc. Pero con muy poco amor auténtico, responsabilidad y madurez. Como ejemplo tenemos las películas de acción, las dramatizaciones o ciertas mini series que tratan temas con demasiada crudeza, denuncian ciertas desviaciones de la conducta humana o cuestionan circunstancias o situaciones particulares de la sociedad o de la cultura que percibe el televidente adulto sin ser afectado pero que pueden desorientar al joven porque las situaciones para ellos no son claras.

Los jóvenes se apropian de los espacios e interacciones con otros jóvenes a través de los objetos de mediación que los hacen reconocerse comunes entre sí, en este nivel los medios de comunicación son como objetos de mediación que adquieren gran relevancia ya que este sector ha asumido una relación muy estrecha con la televisión.

Sin embargo, pese a que este sector ha asumido dicha relación con la televisión, este medio no ha sido capaz de recrear su aporte retomando las propuestas juveniles que surgen cotidianamente; es así que este medio ha sido solo un instrumento de reproducción de valores que intentan mantener a este sector listo para el consumo.

En la medida que la vida cotidiana está muy distanciada de la imagen que la televisión difunde es evidente que existe una discontinuidad entre el mensaje televisivo y la apropiación que hace la audiencia juvenil del mismo. En este sentido se hace necesario revisar la recepción televisiva, estableciendo diferencias de género, edad y ubicación dentro del grupo familiar de sectores populares y clase media baja, que permitan identificar los gustos de audiencia



en televisión, en términos segmentados; lo cual permite conocer y dimensionar la relación entre los jóvenes y este medio de comunicación.

La televisión tiene la importancia de ser un acto social que no solo remite a una forma de empleo de tiempo libre, es también una manera de ser parte de la sociedad contemporánea, proporciona experiencias que nutren las relaciones sociales cotidianas como las pláticas, códigos comunes, configuraciones de identidades y pertenencias grupales. Así cuando se habla de televisión no sólo se hace referencia a un medio de comunicación, sino igualmente a un conjunto de lenguajes y formas de ver el mundo que son ampliamente difundidos y asimilados.

De esta forma, la televisión es algo más que un simple medio; a través de ella la sociedad se comunica entre sí, se juegan valores, símbolos, memorias compartidas y futuros imaginados, todo esto en una temporalidad que define lo contemporáneo.

En el estudio de teleaudiencias se observan notorias diferencias de género entre la juventud y entre este segmento y otros miembros del grupo familiar con relación al consumo que hacen que la televisión un elemento importante en la sociabilización. En este sentido los hombres jóvenes por lo general están poco tiempo frente a la televisión y tienden a un uso más creativo ya que lo emplean para grabar videoclips de sus gustos musicales e imágenes, de este modo, hacen una apropiación interactiva del discurso y contenido televisivo.

Las jóvenes mujeres son más propensas a consumir televisión y pasar más tiempo frente a la pantalla y sus gustos varían desde "las telenovelas, algunos programas cómicos, las películas de terror y de acción, pero sobre todo, las series norteamericanas".

A diferencia de los jóvenes varones, las mujeres se vinculan más a la televisión, y aunque en términos generales la valoran positivamente, hay una actitud más crítica y pronunciada que en otros segmentos de auditorio.

Cabe recalcar que la televisión de paga es la mejor opción para los jóvenes ya que en ella pueden encontrar una gran diversidad de programas para diferentes gustos y con mayores opciones para poder disfrutar programas con características diferentes que van desde lo cómico hasta lo cultural. Es solo cuestión de una programación variada.

El sector juvenil también ha sido llevado de un lugar a otro dentro de sus referentes culturales y de comportamiento que reciben de la televisión. Referente es que la gran mayoría de las veces, han obedecido a patrones y dinámicas extranjeras, debido a la poca producción de programas a nivel nacional dirigidos a los jóvenes.



No existe una conexión entre la audiencia y la programación, la figura de enlace desapareció y, por decir lo menos, nadie educa y tampoco nivela la realidad con los mundos de fantasía mostrados en los contenidos.

La programación es lanzada y consumida sin mediador. Sin mencionar los largos periodos de publicidad (electoral, gubernamental, privada e institucional) a granel, misma que tampoco es explicada ni diferenciada, si la mezcla de públicos de una hora a otra también es de notar.

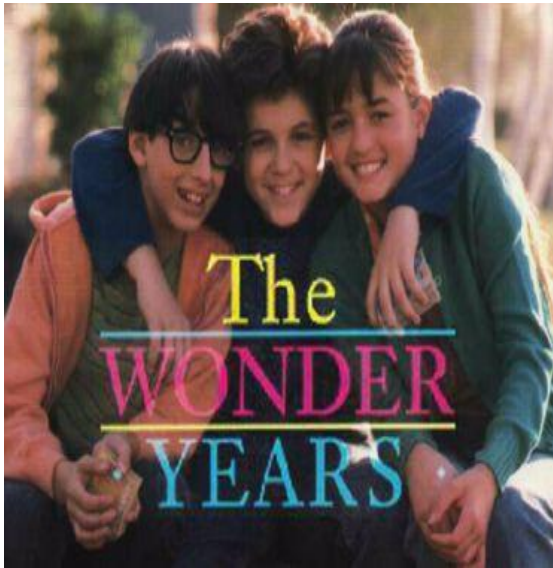
A las 17:00 Hrs. Inicia una barra mixta: enfocada a los adolescentes y jóvenes mayores de 15 años a 18 años, en edad de secundaria y preparatoria, donde el concepto de noviazgo y amor comienzan a formarse en la mente de la audiencia, lo cual no significa que los niños apaguen la televisión.

Los horarios ideales y con mayor grado de aceptación y adaptación para que jóvenes entre 13 y 18 años de edad puedan o tengan disponibilidad para ver y poner atención a la televisión son:

<b>LUNES – VIERNES</b>	
<b>HORARIO</b>	13:00 – 16:59
	17:00 – 18:59
	19:00 – 22:59
<b>SABADO – DOMINGO</b>	
<b>HORARIO</b>	13:00 – 17:59



Algunos programas dirigidos a jóvenes en televisión abierta como en televisión de paga son:

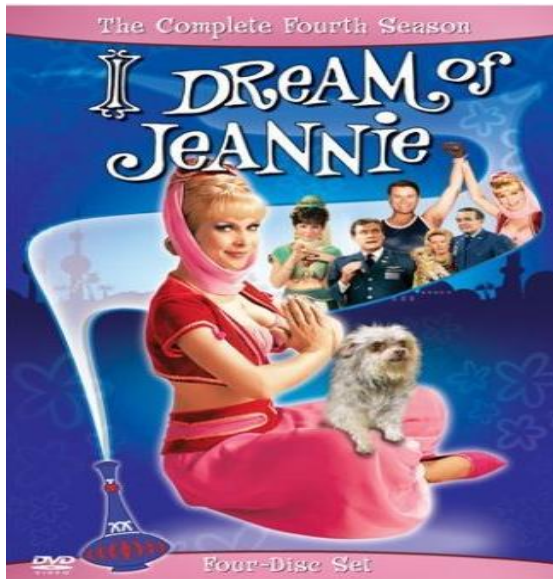


La historia es simple pero su gran mérito fue la ambientación y las aventuras de un niño que recorre el camino hacia la adolescencia a finales de los años 60; su hermano, sus padres, sus amigos y la incipiente novia y todo lo que rodea a un chico que apenas aprende a vivir:

Esos fueron los Años Maravillosos. El narrador, un Kevin Arnold maduro, nos explica lo que sucedió, lo que pensó y lo que aprendió de esas experiencias.

A lo largo de 6 años lo vemos crecer, pelear y reconciliarse con su novia pero, sobre todo, descubrir el mundo.

De la misma forma que la serie recorre las aventuras del niño, también se transformó en una especie de recorrido a través de los ideales y las pesadillas de una época: Nixon, la guerra de Vietnam, la llegada a la luna, el "final" de los hippies; toda una era la cual es relatada de una forma bastante fiel. Considerada una de las 20 mejores series de los ochentas, *The Wonder Years* tuvo un ciclo "maravilloso" y al final los niños crecieron; en el último capítulo de la serie Kevin Arnold nos explica lo que pasó con cada quien (nunca se casó con Winnie, por cierto) y de cómo terminaron la parte de su vida relatada en la serie, siempre en retrospectiva y con enorme dejo de nostalgia.



Desde la base espacial de **Cabo Kennedy** en **Florida** entonces **Cabo Cañaveral**), Anthony Nelson es enviado a la Luna pero durante el recorrido cae en una isla desierta, después de que la misión en la que participaba es abortada. Durante su estancia en la isla Tony encuentra una botella semienterrada. Al abrirla aparece una **genio**, es una joven rubia, de ojos verdes brillantes y una figura espectacular, y el capitán Nelson la nombra como Jeannie.

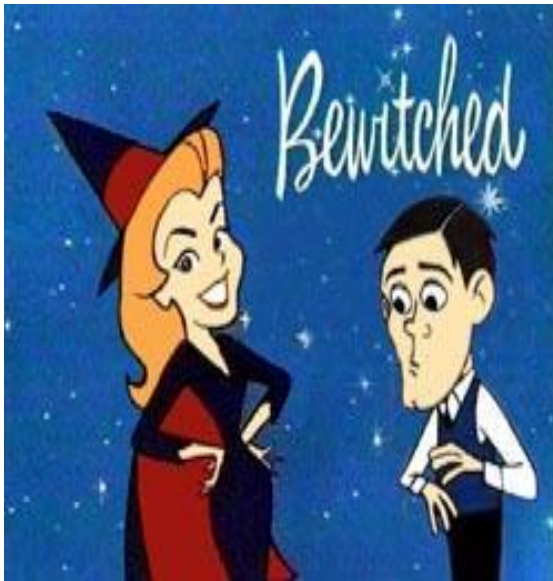
Ella rescata a Nelson enviándole un helicóptero con sus poderes mágicos. El capitán le da a Jeannie la libertad pero ella vio muy divertido al Capitán Nelson, así que se va con él sin que éste lo sospechara.

Al regresar a su casa en Cocoa Beach y después de que el psicólogo de la NASA, el Dr. Bellows, lo considerara un loco, se da cuenta de que nadie va a creerle que haya encontrado una genio en una botella. De ahí en adelante el Dr. Bellows el cual se encarga de estudiar los comportamientos de Tony, reportándoselos al general Petterson, pero al final de cada episodio siempre pasa algo que produce que Bellows no tenga las pruebas y quede en ridículo ante Petterson. Jeannie se niega a aparecer frente alguien que no sea Nelson aunque luego, a lo largo de los capítulos, el Mayor Roger Healey, el mejor amigo de Nelson, descubre a Jeannie.

Anthony Nelson y Jeannie terminan enamorándose, y varias veces durante el programa intentarán vivir una vida normal o casarse, pero nunca logran insertarse en la sociedad y pasan una convivencia muy pesada que les hace vivir situaciones muy divertidas y peligrosas.

Jeannie siempre mete en problemas a Nelson, el cual siempre la perdona. Al cabo de varios episodios terminarían casándose y hubo varios episodios de su vida de casados, frecuentemente siendo visitados por el Dr. Bellows y su esposa.





Darrin Stephens es un joven publicista que se enamora de Samantha, una bella y dulce joven. Samantha y Darrin se casan, pero durante su luna de miel ella le confiesa que es una bruja, y desde ese momento pasan extrañas y divertidas situaciones a causa de sus poderes. Para empeorar las cosas, la madre de Samantha, Endora, desaprueba rotundamente el hecho de que su hija esté casada con un mortal, y para expresar su disgusto le hace la vida imposible a Darrin.

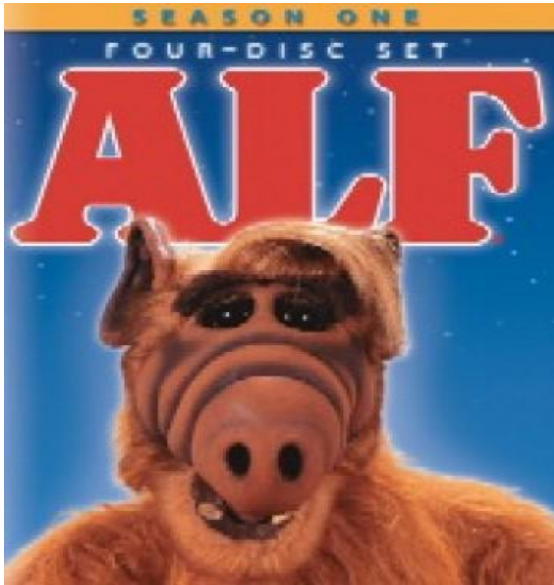
A esto se suma su vecina, Gladys Kravitz, quien a menudo se da cuenta de los hechizos que Samantha y Endora realizan, pero que cuyo esposo, Abner, tras escuchar acerca de dichas situaciones, atribuye simplemente a la imaginación de Gladys.



La Familia Addams es, según el criterio de muchos, una familia poco normal: cultivan sólo las **espinas** de las rosas, tienen como mascotas a unas plantas carnívoras, un raro gusto por los líquidos venenosos, y se relajan en la sala de torturas. Se ha tratado de hacer la secuela de la serie pero modernizada sin embargo no se han obtenido buenos resultados.



El Chavo del Ocho es la historia de un niño huérfano y muy humilde, al que se lo conoce simplemente como El Chavo, que vive en una vecindad de la Ciudad de México, en el departamento número 8, y que tiene como "escondite secreto" un barril situado en el patio principal de la vecindad. Allí, éste debe convivir con los particulares vecinos de la vecindad, con los que siempre se ve envuelto en divertidas situaciones. En él se muestran valores como la honradez, la humildad y la solidaridad con el prójimo.



El personaje del título es un pequeño extraterrestre apodado A.L.F "Alien Life Form". Nació el 28 de octubre de 1756, en la región Lower East del planeta Melmac, el cual tenía cielo verde y pasto azul. El cuerpo de ALF está cubierto de pelaje anaranjado. Tiene un hocico lleno de curvas, lunares faciales, ocho estómagos y le gusta comer gatos. Fue a la escuela preparatoria por 122 años y fue capitán del equipo de Bouillabaisseball (se juega sobre el hielo usando moluscos como pelotas).

También estudió Odontología lo cual según dijo no fue tan difícil dado que los melmacianos sólo tienen 4 dientes. Su frase característica era: «No hay problema».

La trama inicia cuando ALF está huyendo de su planeta que estaba a punto de estallar, producto de que todos los habitantes de Melmac enchufaran la secadora de pelo al mismo tiempo, en un capítulo se dice que pasó porque una lluvia cósmica radioactiva alcanzó el planeta, ALF viaja perdido por el espacio durante un año hasta que sigue la señal de radio proveniente del planeta tierra, estrellándose en la cochera de los Tanner, una familia de clase media de los suburbios que incluye al trabajador social Willie, su esposa Kate, sus hijos Lynn y Brian, y Suertudo, el gato de la familia.

Inseguros de qué hacer, los Tanner llevan a su casa a ALF y lo esconden de una división militar encargada de la vida extraterrestre, y de sus entrometidos vecinos, los Ochmonek, hasta que el pueda reparar su nave espacial.

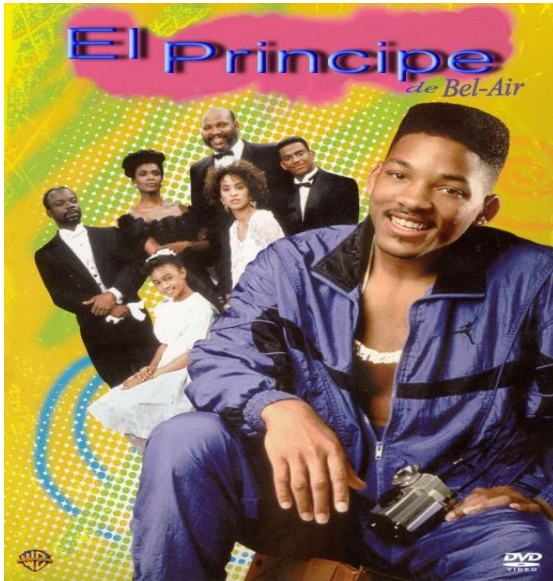
se reveló que Melmac había sido destruido por una catástrofe nuclear, y que ALF no solo no tenía casa, sino que también, en su conocimiento, era el último sobreviviente de su especie. Después se reveló que un pequeño grupo de los amigos melmacianos de Alf viajaban constantemente por el Universo en busca de un nuevo lugar para vivir. Se convirtió en un miembro permanente de la familia, aunque el impacto cultural, la culpa de sobrevivir, el aburrimiento general, la desesperanza, y la soledad de ALF frecuentemente causaban dificultades a los Tanner.



El hilo principal de la serie son las aventuras del grupo de 6 amigos. La acción se desarrolla principalmente en el instituto Bayside (aulas, pasillos, despacho del director) y en el Max, la hamburguesería en la que los chicos comen habitualmente y en la que tienen lugar todos aquellos eventos que no sean el baile del instituto. En los primeros capítulos, las tramas no tenían apenas trasfondo: travesuras de Zack Morris, problemas provocados por ellas y resolución con lección aprendida, aunque realmente nunca la aprendía.

En estos capítulos cada personaje tenía un papel siempre idéntico respecto a Zack: Screech cargaba con las culpas y el trabajo sucio, Slater era el amigo/enemigo que le estropeaba los planes, Kelly era el objetivo que pretendía lograr, Lisa pasaba por allí y le daba la "información" o cotilleos de los que se había enterado y Jessie intentaba ser la voz de la experiencia.

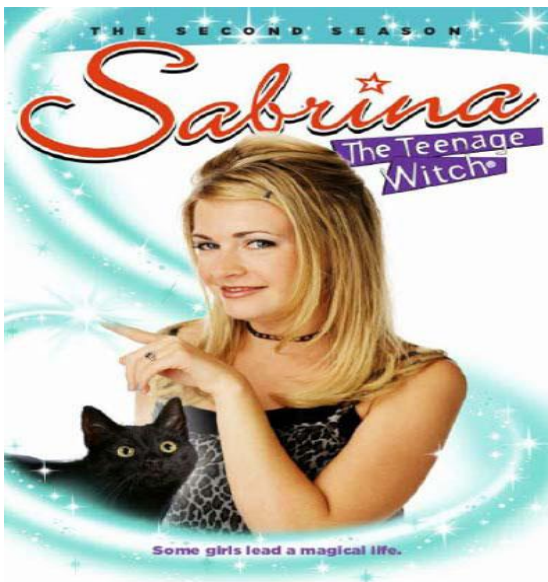
Más adelante, y viendo que las tramas fáciles no daban para tanto, los capítulos comenzaron a tener unión entre ellos, como aquellos en los que Kelly engaña a Zack con su jefe y posteriormente rompen causando malestar en el grupo de amigos. También intentaron hacer campaña pública contra las drogas poniendo como ejemplo al mundo del cine que, en un capítulo va a rodar un anuncio al instituto y el equipo de rodaje y el director terminan ofreciendo drogas a los alumnos que salen en el spot. Ellos, por supuesto, se niegan a tomarlas.



El carismático personaje de Will en la serie, llegaba a casa de sus tíos, en el lujoso Bel-Air, en California, procedente de un barrio pobre de Filadelfia. Sus primos Carlton, Ashley y Hilary enseguida encandilaron a la audiencia, así como sus tíos, Phil y Vivian, y el simpático mayordomo Geoffrey. La serie refleja la diferencia de los niveles sociales y de que forma el nivel mas bajo llega a despertar y a mostrar una faceta diferente de la vida en la juventud.

De esta manera cada personaje da su toque metiéndose en problemas que por lo general terminan con una lección que la juventud puede entender de una manera divertida.

De igual forma se muestra el apoyo dentro del entorno familiar y también se muestra la personalidad que cada integrante le da y hace de esta una serie variada, cómica y de enseñanza divertida.



La serie se centra en Sabrina Spellman, que es una estudiante de 16 años que vive en una casa de aspecto victoriano en Westbridge, Boston, Massachusetts, con sus dos tías Hilda y Zelda Spellman y su gato parlante Salem Saberhagen.

Sabrina lleva la vida normal y corriente de una chica de su edad, va a la escuela preparatoria, le gusta ir a la pizzería Slicery con sus amigos.

Pero todo cambia radicalmente cuando llega su 16º cumpleaños y sus tías le revelan el gran secreto de la familia: son brujas, incluida ella.

Desde ese momento Sabrina va descubriendo sus poderes, que su gato negro habla como una persona e incluso que ese normal armario donde guardaban las toallas es en realidad un paso para ir a El Otro Reino, una dimensión en la que viven brujos y brujas y que les ofrece la posibilidad de poder ir a Marte o a la Luna, entre otras muchas cosas.



Ready or not o tiempos inolvidables (título en Latinoamérica) fue una serie canadiense de la década de los 90s (1993 - 1997) transmitida en un comienzo por Disney Show time, entre 1993 y 1996, para después ser transmitida por Disney Channel y Global Television. Tuvo un total de 5 temporadas y 65 episodios emitidos desde el 1 de enero de 1993 hasta el 1 de enero de 1997.

La serie trataba sobre las vivencias de dos chicas Amanda Zimm y Buzy Ramone que pese a un diferente tipo de personalidad, religión y nacionalidad de las protagonistas muestra una amistad sólida pasando de la niñez a la adolescencia durante la serie.

El programa comenzó como un cortometraje y los productores notaron que el programa tenía éxito convirtiéndolo así en una serie de TV ready or not (tiempos inolvidables). Tuvo una duración de 5 años, la serie finalmente termina cuando una de las protagonistas de la serie tiene que mudarse al oeste viéndose forzada a separarse de su amiga Buzy Ramone dando así el final de la serie.



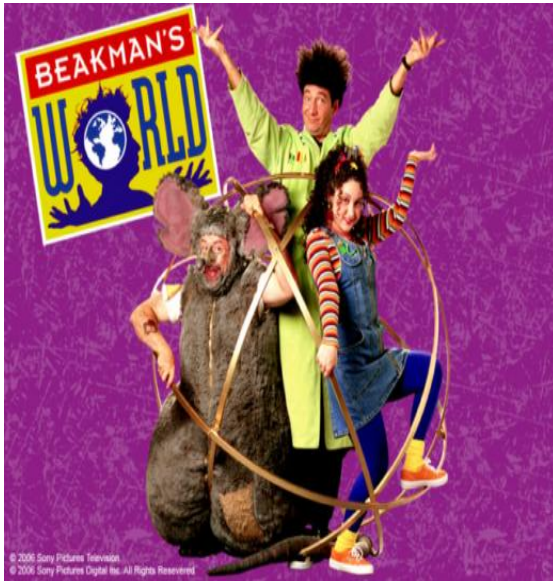
La premisa del programa, el cual está situado en Port Washington, Wisconsin, es sobre el rehacer de la vida de una persona, un paso a la vez luego que las cosas hayan cambiado repentinamente. Frank Lambert, un divorciado contratista que tiene tres hijos de su anterior matrimonio, impulsivamente se casa con Carol Foster, una estilista viuda quien también tiene tres hijos. Ambos son residentes de Port Washington, los dos se conocieron mientras estaban de vacaciones separadamente en Jamaica.

En el episodio piloto, Frank menciona que él "siguió" a Carol hacia Jamaica luego de hablar con su agente de viajes, Velma. Sus hijos se sorprenden y molestan cuando descubren su matrimonio

El título del programa tiene un doble significado. Uno de ellos va de acuerdo con la idea principal del programa, la cual es rehacer la vida de una persona luego del divorcio/muerte de su cónyuge, y comenzando una nueva vida juntos.

El otro significado es que cada miembro de la familia es el "medio" para ser mitad del resto de la familia, como: stepbrother (medio hermano), stepmother (madrastra), stepsister (media hermana), stepfather (padrastra), stepdaughter (hijastra), y stepson (hijastro).

La historia describe las típicas situaciones de una nueva familia tratando de conocerse los unos a los otros y ser amigos. Esto a menudo es más fácil de decir que de hacer, especialmente en el caso de J.T. y Dana, quienes apenas pueden estar parados cerca uno del otro.



El mundo de Beakman fue un programa de televisión educativo basado en la tira cómica You Can With Beakman And Jax, La primera aparición tuvo lugar en septiembre de 1992, en el canal The Learning Channel (TLC) de Estados Unidos, alcanzando a nivel nacional 225 emisoras.

El 18 de septiembre de 1993 se trasladó al horario infantil matutino de la CBS. En el cenit de su popularidad, era visto en 90 países alrededor del mundo.

La serie fue cancelada a mediados de 1998. El mundo de Beakman ha ganado más de 25 grandes premios.

El programa era protagonizado por Paul Zaloom como Beakman, un científico excéntrico que hace experimentos cómicos y demostraciones, a veces a petición escrita de los televidentes, para ilustrar los conceptos básicos de la ciencia, como la densidad o la electricidad.

Responde a preguntas populares e inusuales de su público haciendo demostraciones prácticas con la ayuda de Josie, Lisa o Phoebe y de Lester la rata de laboratorio, habitualmente a cambio de la promesa de algún tipo de alimento. Otros personajes son Don y Herb, dos pingüinos que siguen y comentan la serie desde el Polo Sur. Enseñando a personas de todas las edades cómo hacer experimentos simples con cosas que se pueden encontrar en casa, El Mundo de Beakman ayuda a descubrir cómo funciona el mundo.





Serie de comedia, en formato de animación. Es una sátira de la sociedad estadounidense que narra la vida y el día a día de una familia de clase media de ese país cuyos miembros son Homero, Marge, Bart, Lisa y Maggie Simpson que viven un pueblo llamado Springfield. Es tan fuerte su presencia en la sociedad, que incluso uno de ellos, Bart ha sido incluido entre los personajes más influyentes del siglo XX.

Los Simpson, han conquistado a la audiencia de medio mundo gracias a su humor irónico y su crítica a la tradicional familia americana. Al contrario de otras series, y más de dibujos animados, los Simpson tienen malos modales, disfrutan insultándose y no sienten ningún respeto por el padre, al que consideran como un gran tonto.

“Los Simpson” es una serie, en la cual es muy llamativa la ironía con la que trata a la sociedad occidental y sus problemas. Uno de los más tratados son las adicciones, no solo a las drogas y el alcohol sino también al juego, la comida y muchas otras cosas.

En sus episodios prejuicios como la homofobia, el fanatismo o la pasión por las armas de fuego, se parodian. Lo que hace tan real a Springfield es que las drogas y lo adictivo existen y se muestran, no como en nuestras sociedades.

Este programa es un producto televisivo destinado al consumo familiar y ampliamente seguido por niños y adultos, el cual contiene una amplia cantidad de referencias al mundo de las drogas y plantea cuestiones referidas a la Prohibición.



Serie de dibujos animados, que sigue las aventuras de un repartidor de pizza, que cae por casualidad en una cápsula criogénica y despierta mil años después. El nombre "Futurama" proviene de la exhibición de la Feria "Mundial" de Nueva York.

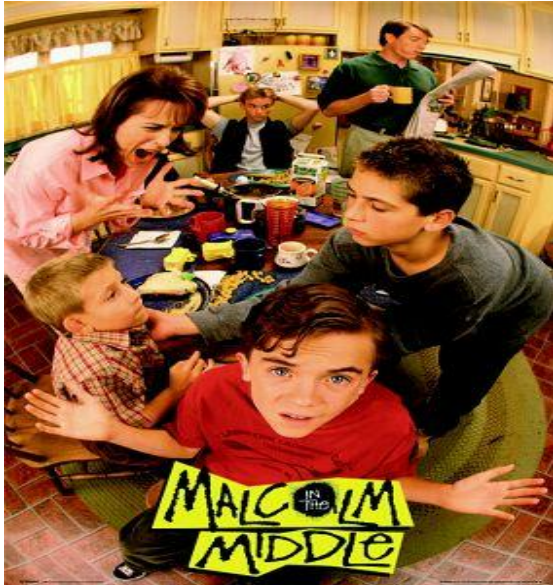
La exhibición mostraba el mundo 30 años en el futuro. Se desarrolla durante el siglo XXXI, con diversos dispositivos y estructuras similares a un diseño futurista.

El calentamiento de la atmósfera, la inflexible burocracia y el abuso de sustancias son algunos temas dados en un mundo donde los problemas de la tierra se han convertido en los más comunes y más extremos, se muestran los prejuicios contra los humanos, que se han visto obligados a vivir bajo tierra en las alcantarillas. El hogar de los personajes que habitan en la tierra es la ciudad de Nueva Nueva York, construida sobre las ruinas de la actual ciudad denominado la "Vieja Nueva York".

La Tierra se representa como multicultural en la medida en que hay una amplia gama de recursos humanos para robots y además los seres extraterrestres en la serie interactúan con los personajes principales. De alguna manera el futuro se presenta como socialmente más avanzado. Los robots constituyen la mayor "minoría" de la serie. A menudo son tratados como ciudadanos de segunda clase, mientras que unos pocos robots ricos son presentados como miembros de la clase alta. La mayoría de robots son autoconscientes y se han concedido la libertad y la libre voluntad, en tiempos de crisis, son obligados a servir a los seres humanos. Muchos de los robots viven en apartamentos especialmente contruidos para robots, los Mutantes de la Alcantarilla son seres humanos mutados que viven relegados por la ley.

La religión es aun parte de la sociedad, a pesar de haber cambiado mucho, las principales religiones se han fusionado para convertirse en una sola, las figuras religiosas de la serie son el Papa Espacial, el Diablo Robot y el reverendo, aunque pocos episodios se centran en los cambios religiosos en el universo. La Tierra tiene un gobierno unificado, encabezado por el Presidente de la Tierra. La capital es Washington, DC, y su bandera es similar a la de Estados Unidos solo que en vez de estrellas tiene una representación de la Tierra.

La Orden Democrática de Planetas es la organización de ficción en el universo de Futurama, similar a las Naciones Unidas y a la Federación Unida de Planetas del universo. Numerosas galaxias han sido colonizadas o han hecho contacto en el año 3000.



La serie consiste en la lucha por sobrevivir de un adolescente superdotado llamado Malcolm, en medio de una familia de clase media baja estadounidense. El tema de los episodios varía mucho, desde simples exámenes en la escuela, feroces batallas entre los miembros de la familia, a episodios en los que Malcolm se debate entre la niñez y la adolescencia, lo cual le confunde aún más. Cada situación le enseña a sobrevivir y valiosas lecciones que aprende siempre por las malas. Aunque Malcolm es el protagonista, la historia no gira alrededor de él de forma exclusiva.

Por lo general los episodios se dividen en conflictos personales de todos los protagonistas. Hal tiene una mente en constante actividad y por esa razón siempre tiene algo en que ocuparse, Dewey y Reese también enfrentan desafíos distintos y Malcolm desarrolla su historia en la escuela o en casa con Reese planeando algo. Por esta razón, un episodio puede tratarse de algún problema de Malcolm pero a su vez, su padre y sus hermanos se enfrentan a situaciones inverosímiles, Lois por lo general tiene que controlarlos a todos y de alguna forma, es la encargada de administrar justicia. En un principio, la familia se muestra como una familia de clase media-media, pues tienen suficiente dinero para sostenerse aunque están privados de lujos. Conforme avanza la serie, Malcolm y Reese tienen que trabajar y darle todo el dinero a su madre, a pesar de eso viven en quiebra, pues Lois queda embarazada y, al llegar el quinto hijo, tienen muchos más problemas financieros.

A pesar de todos los problemas que pasan, 3 de los 5 hijos tienen habilidades sobresalientes: Malcolm es un genio en toda rama del conocimiento cosa que lo confunde aun más, Dewey tiene un increíble talento musical y Reese tiene una habilidad innata para la cocina.



La serie comienza con la llegada de Penny, al apartamento vecino al que comparten Sheldon y Leonard, dos físicos, teórico y experimental, respectivamente, que trabajan en el Instituto Tecnológico de California (Caltech). Leonard se enamora desde el primer momento de Penny.

Ambos son intelectuales brillantes en su trabajo, que a su vez son amigos de Howard y Raj son representados como unos completos geeks, muy alejados de las inquietudes y problemas de la gente común.

Se suelen alimentar de comida tailandesa. Howard Wolowitz, un ingeniero pseudo galán de origen judío, paradigma de una película psicodélica de los sesenta y Rajesh Koothrappali, astrofísico de nacionalidad india.

En el curso de serie se muestra la dificultad de los protagonistas masculinos para relacionarse con personas fuera de su entorno principalmente de sexo femenino, dando lugar a situaciones cómicas.

La serie contiene una gran cantidad de situaciones muy cómicas y referencias a principios y teorías físicas auténticas, aunque son simplificados al máximo para poder ser entendidos rápidamente por la audiencia que no posea estudios en física, matemáticas o ingeniería.

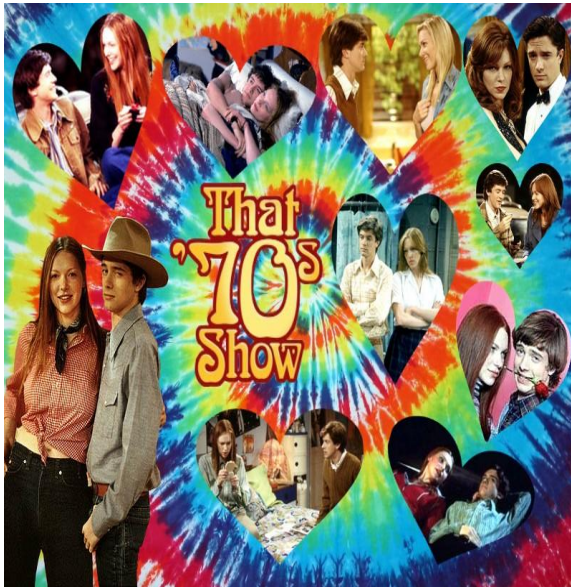
También aparecen referencias cómicas a series de culto (Star Trek, Star Wars, X-Men o Battlestar Galactica), videojuegos (Halo, Rock Band, World of Warcraft y Super Mario 64), cómics de la DC (Batman, Superman, Watchmen, Flash o Linterna Verde) y de la Marvel (Hulk, Wolverine, Thor o Iron Man), Sistemas Operativos (Windows Vista, Windows 7, Linux o incluso a Ubuntu como tal) y redes sociales (Facebook, MySpace o Twitter y YouTube).



Serie de televisión estadounidense de drama adolescente basada en las novelas del mismo nombre escritas por Cecily von Ziegesar. La moda sirve de telón de fondo para la serie, ya que los jóvenes se muestran como expertos en lo más actual de la industria de la moda con las prendas más novedosas y espectaculares de los diseñadores. Debido a la categoría y riqueza de los personajes, y la ambientación en Nueva York, éstos siempre van vestidos de forma impecable.

Las historias de Gossip Girl son contadas a través de los ojos de una bloguera que se mantiene anónima, la cual sigue con ávido interés las vidas de los jóvenes y ricos miembros de la privilegiada alta sociedad de Nueva York. Las aventuras de esos adolescentes generalmente girarán alrededor del sexo, las drogas, una angustia teen y una interminable red de conflictos amorosos.

Serena Van Der Woodsen era la chica más popular de su colegio hasta que decidió marcharse a Europa huyendo de algo. Su regreso es el punto de partida de la trama. Blair, era su mejor amiga que, con la desaparición de Serena, tuvo la ocasión de ser el centro de todas las miradas y convertirse, ella misma, en la chica más popular. Nate, el joven de los sueños de cualquier chica, es la otra punta de ese triángulo. También tenemos a Jenny y Dan, dos hermanos que no son exactamente pobres, pero tampoco forman parte del mismo escalafón social que los demás personajes, y como en toda serie de ese tipo que se precie, no podía faltar el clásico chico rico y cretino, que en ese caso es Chuck, amigo de Nate, el príncipe que ama Serena, pero que enamora a Blair que era la amiga de Serena que huyó y el por qué es la trama principal de la historia.

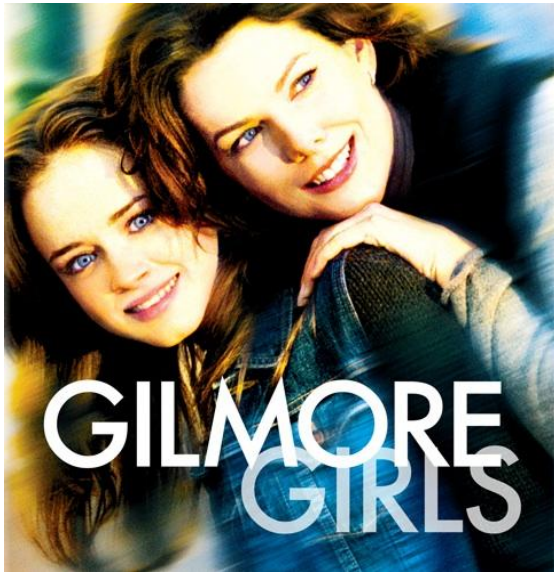


Serie de televisión de las cadenas televisivas estadounidenses FOX y Sony, que relata la vida de un grupo de adolescentes en los años setenta, su moda, su música y otros aspectos relacionados estrechamente con la época.

La historia se desarrolla en el ficticio pueblo de Point Place en Wisconsin alrededor del personaje Eric Forman y sus amigos Kelso, Hyde, Fez, Jackie y Donna. Narra sus vidas a través del colegio, y algunos años posteriores.

El espectáculo ganó audiencia por ofrecer una retrospectiva de una década llena de política, eventos y tecnología que se han formado de manera espectacular en el mundo de hoy. La muestra aborda importantes cuestiones sociales de la época, como el feminismo y el progresivo desarrollo sexual, las actitudes y la reacción de la Gran Generación a su creciente influencia; las dificultades económicas de la recesión; la desconfianza en el gobierno americano entre los trabajadores de cuello azul, los adolescentes, el uso de drogas, y la evolución de la tecnología del entretenimiento, a partir de la televisión y hasta el videojuego.

El tema cambia según los avances de la misma serie de manera radical y los acontecimientos de los 70 ya no tienen una repercusión importante en la trama de la serie. La serie se centró cada vez menos en los aspectos sociopolíticos de la historia, hasta el punto de que la década se convirtió en simplemente un telón de fondo contra el cual se desarrolló el guión. La dinámica de la relación entre Eric Forman y Donna Pinciotti, que fue el punto focal de la serie a través de la mayor parte de su ejecución, fue alterado radicalmente. Más tarde se asemeja más a las relaciones de otras "parejas de poder" de los dramas de adolescentes. Del mismo modo el show presentó un recurrente tema, no de comedia, en la que la familia Forman estaba en constante peligro de perder su hogar debido al progresivo cierre de la fábrica de repuestos de automóviles, donde trabajaba Red. Aparte de los argumentos recurrentes en las temporadas posteriormente, incluso cuando desaparecieron los elementos dramáticos, siempre se presentó como comedia.

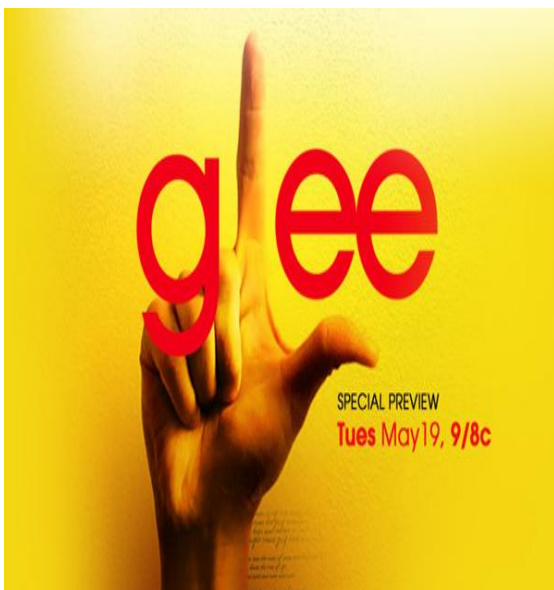


Gilmore Girls serie de televisión estadounidense que se emitió en Estados Unidos y posteriormente en otras partes del mundo. La serie trata sobre la vida de Lorelai Victoria Gilmore y de su hija Lorelai "Rory" Leigh Gilmore que se desarrolla en la ciudad de Stars Hollow, Connecticut.

Durante los capítulos se tratan temas como: familia, amistad, saltos generacionales y clases sociales.

Se caracteriza por el alto ritmo de los diálogos y las continuas referencias culturales a la música rock y pop, el cine, la literatura, la política y el feminismo.

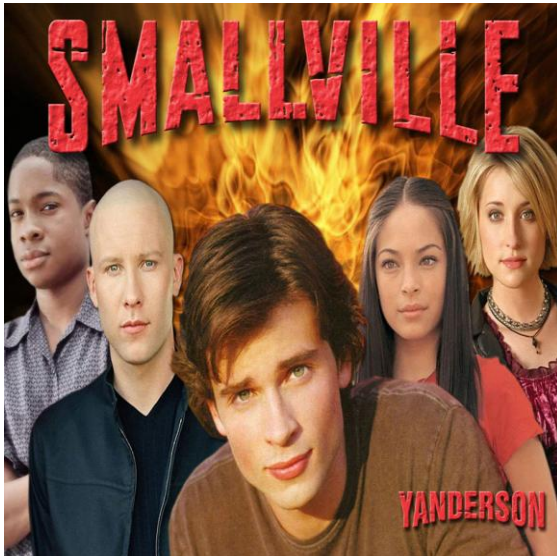
La serie sigue las peripecias de madre e hija durante los años siguientes, con temas como los novios y las rupturas de ambas, la apertura de un hotel por parte de Lorelai y la entrada de Rory en la prestigiosa universidad de Yale.



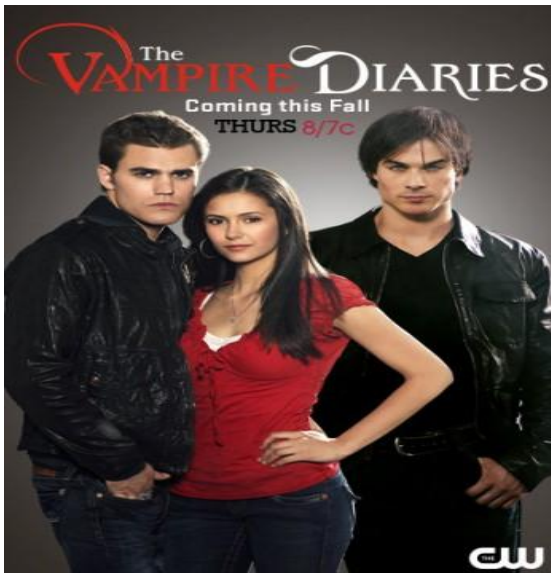
Una serie de televisión comedia musical, *Glee* fue creada por Ryan Murphy, Brad Falchuk e Ian Brennan. Murphy se inspiró en su propia infancia, ya que interpretó el papel principal en todos los musicales de su instituto.

La característica principal de la serie es que presenta numerosos musicales ejecutados por los personajes.

Los segmentos musicales adoptan sobre todo el formato de actuaciones, y en menos ocasiones, de situaciones espontáneas representadas como canto y baile. Esto se debe a la intención de que la serie se mantenga basada en la realidad. Murphy se encarga de seleccionar todas las canciones utilizadas, y se esfuerza por mantener un equilibrio entre los clásicos de todos los tiempos y las canciones de moda. La idea principal del escritor es plasmar en cada serie algo con el que el televidente se sienta identificado.

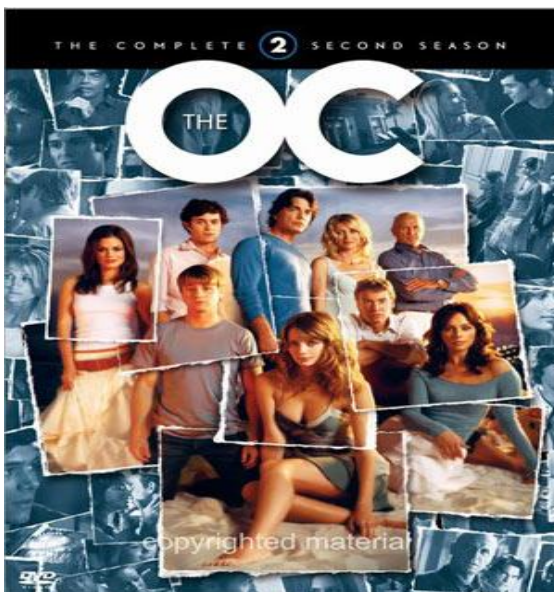


En el mundo ficticio de Superman, Smallville es el pueblo en el que se estrelló la nave espacial que traía a Kal-El de Krypton y donde éste creció antes de mudarse a Metrópolis y convertirse en Superman. Se convirtió también en la localidad protegida por Superboy y donde desarrollaría la mayor parte de aventuras de su juventud. La serie forma parte de un público juvenil que se enfoca en la ciencia ficción que atrae a los jóvenes por sus efectos especiales y el trasfondo del aclamado y popular superhéroe.



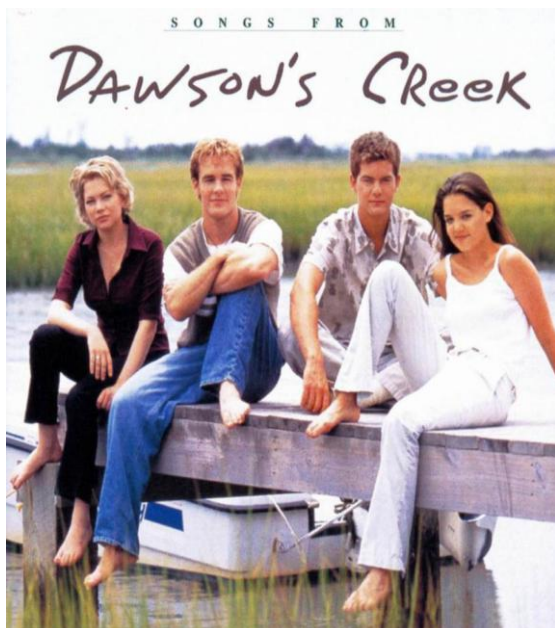
Esta serie de toque juvenil, es acerca de jóvenes entre los cuales hay infiltrados unos vampiros.

El Diario de los Vampiros en Latinoamérica es una serie de televisión de género dramático, La trama gira en torno a Elena Gilbert, una adolescente de la cual se enamoran dos hermanos vampiros, quien es idéntica a la mujer que los convirtió en vampiros y de quien ambos estuvieron enamorados.



Serie de televisión producida por la cadena FOX y emitida en diferentes partes del mundo. La serie narra la historia de un grupo de jóvenes y sus familias en el adinerado condado de Orange (Orange Country en inglés, de donde procede la abreviación que da nombre a la serie). La trama sigue la vida de 4 adolescentes, además de abordar de forma secundaria la relación matrimonial.





La serie trata de una forma dramática la vida de 4 chicos adolescentes que viven en un supuesto pueblo llamado Capeside, un pequeño pueblo marítimo, situado en el estado de Massachusetts . La serie trata la evolución de sus turbulentas vidas, desde los primeros años de instituto o preparatoria hasta después de la vida universitaria, tratando todo tipo de dramas y problemas de la adolescencia y sociedad.



Serie con formato de telenovela juvenil que trata sobre la vida de un grupo de adolescentes que vivían en la lujosa y acomodada comunidad de Beverly Hills, California y asistían a la escuela secundaria West Beverly Hills High School y luego a California University. En un principio los protagonistas principales eran los Hermanos gemelos Walsh, Brandon y Brenda, que se mudaron con sus padres, Jim y Cindy, de Wayzata, Minnesota, un suburbio de Minneapolis, a Beverly Hills.

De todos modos, al pasar el tiempo, esta se enfocó en otros aspectos de la actualidad juvenil californiana tales como violaciones durante citas amorosas, el alcoholismo, el abuso de drogas, el suicidio de adolescentes y el embarazo precoz, dejando de lado el formato inicial.



Es una cadena estadounidense de televisión por cable, originalmente establecida en 1981 por Warner Amex Satellite Entertainment. Desde 1985 forma parte de Viacom. MTV inició transmisiones el 1 de agosto de 1981 con un vídeo del grupo inglés The Buggles, "Video killed the radio star"; el segundo vídeo mostrado fue el de Pat Benatar, "You better run". Hoy es todo un conglomerado de medios que opera Nickelodeon, VH1 y un paquete de cinco servicios digitales: MTV Jams, MTV Hits, VH1 Soul y VH1 Classic. MTV también tiene su propia emisión en español.

En junio de 2004, MTV comenzó a publicar una revista en España.

Ha impulsado la carrera de muchos artistas globales, es decir que hoy son reconocidos mundialmente, debido a que MTV promociona y pasa sus videos musicales los cuales son vistos en todo el mundo de acuerdo al nivel del artista.

MTV se ha expandido internacionalmente: incluyendo MTV UK y USA, MTV Europa, MTV Brasil , MTV Japón, MTV China, MTV Asia, MTV España y MTV Latinoamérica.

Su mercado meta son jóvenes de 12 a 34 años, lo que cubre un grupo muy diverso. Con la popularidad de MTV vino la popularidad de la gente que salía en el canal, mejor conocidos como VJ o Videojockeys.

Actualmente, el canal ha girado completamente su programación a series live action y realit's shows, tanto es así que el 8 de febrero de 2010, el canal decidió retirar la leyenda *Music Television* de su logotipo, oficializando así, que ya no es un canal totalmente dedicado a la música.



#### Programación del canal:



- La Papaya
- Konec-TV
- Ascensor
- Le Top
- Lo Mejor de La Papaya
- Especiales
- Videos Robados
- DCine (se hizo una versión nueva que salió del aire en enero de 2010)

Exa TV es un canal derivado de la estación de radio del mismo nombre en México, producido por MVS Televisión para su sistema de televisión de paga MASTV, se sintoniza en las frecuencias 7 y 57. Y en sistema de televisión satelital Dish Mexico, canal 255.

La programación de Exa TV constó hasta enero de 2010 de bloques de videoclips musicales, especiales de música como Top 5 y en los fines de semana se acostumbraba transmitir videos de un solo artista en un bloque de una hora, además de programas especiales de artistas y cantantes, entre otros.

La mayoría de los programas que hasta esa fecha eran parte de la programación fueron removidos a 52MX para ser retransmitidos, aunque algunos ya han salido del aire. Actualmente transmite las 24 horas del día videos musicales, si bien algunos segmentos no han desaparecido, como el ya antes mencionado Top 5 (con la única diferencia en que ahora transmite los videos sin cortes comerciales) y Noticias Exa (el único programa con conductor).



Telehit es un canal de televisión mexicano dirigido al público joven hispanohablante de temática musical que pertenece a la cadena Televisa Networks. Tiene cobertura en México, Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Está actualmente dirigido por el productor de televisión Guillermo del Bosque.

Empezando sus transmisiones el 27 de agosto de 1993, en la actualidad también transmite vídeos en inglés para competir con su rival más directa, la versión latina de **MTV**.

Además de vídeos, el canal también transmite conciertos, especiales acerca de artistas y programación de interés hacia la juventud. Hace las coberturas completas de eventos como el Vive Latino y otros eventos radiales.



Originalmente llamado Gamewatch, tenía el mismo estilo que ahora Cybernet con secciones, voces en off, y una cortinilla animada psicodélica, fue hasta 1995 cuando cambio de nombre a Cybernet.

El programa tuvo su origen en el año 1995 en Gran Bretaña, no obstante en México había un programa similar llamado Nintendomania en el mismo año, ambos tenían lo último en tecnología y videojuegos.

El programa no tiene a alguien que lo conduzca, solo se escucha su voz; solo se muestra un robot animado que en su pantalla muestra el nombre del segmento.

El programa también cuenta con una sección en la cual se muestran trucos para algunos videojuegos y sus respectivas plataformas.

En los primeros años, el programa aseguraba que la voz era de Lucy Longhurst, quien luego sería reemplazada por Steve Truitt y posteriormente por Lucas H Gordon. Actualmente el programa cuenta con la voz de Catherine Fox



## METODOLOGÍA

---

Es una investigación exploratoria porque se hizo una revisión de comportamiento del mercado de opciones de televisión educativa y formativa para jóvenes, lo que nos permitió obtener una descripción de lo que sucede en cuanto a competencias y tendencias de comportamiento de este.

Es también concluyente porque de la exploración y análisis descriptivo del mercado de televisión educativa y formativa para jóvenes nos permitió determinar la serie de estrategias con las que la empresa va a competir en este mercado.



## INSTRUMENTO O TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

---

Se recurrió a la consulta de datos secundarios, para apoyarnos en información actual en cuanto a estadísticas de audiencia televisiva en los jóvenes de trece a dieciocho años, ya que están en constante cambio cultural y tecnológico, donde se recolecto la información de libros, páginas de internet, periódico y opiniones públicas.










## CAPITULO I

## DISEÑO DEL PRODUCTO

---

### OBJETIVOS

-  Definir cada programa de Central Once.
-  Determinar los beneficios que genera en el target acorde con cada una de las características de cada programa.
-  Definir el objetivo de cada programa.
-  Definir el concepto de Central Once, mencionar sus beneficios y que lo diferencian de otros programas para jóvenes.
-  Diseñar las características y rasgos de Central Once.
-  Determinar las características emocionales de Central Once, crear características distintivas y darle una personalidad de acuerdo al televidente con el cual pueda identificarse.
-  Definir y describir lo que comunica Central Once y cada uno de los programas.



## ATRIBUTOS INTRÍNSECOS

### **CATEGORIA DEL PRODUCTO**

PROGRAMACION JUVENIL de TELEVISION ABIERTA: "Central Once" FUE CREADO PARA ser visto por jóvenes con edades de 13 a 18 años a QUIENES OFRECE SU programación con el fin de satisfacer la necesidad de entretenimiento.

### **COMPONENTES**

ABCDECIDE: Espacio en el que se pueden tratar los temas "tabú" que más interesan a los jóvenes.

¡INTERESADOS PRESENTARSE!: Programa en el que se busca que los jóvenes descubran que tanto se asemeja su perfil con la carrera de su elección.

HACIENDO ECO: Capsulas en las que se muestran métodos y acciones para cuidar el medio ambiente.

LO QUE ME PRENDE: Programa que habla sobre los intereses y pasatiempos mas extravagantes de los jóvenes.

ME MUEVES: Serie en la cual se muestra la vida de 5 jóvenes que están enamorados y la manera en que sus vidas se transforman por dicho sentimiento.

ENCHULAME LA MAQUINA: Episodios en los cuales llegan jóvenes con carros en malas condiciones y expertos en "tunearlos" se los entregan personalizados.

LAWRENCE LEUNG: Serie cómica que trata sobre la ambición de la infancia y las realidades de la edad adulta. Pretende descubrir quiénes somos, qué tanto hemos cambiado y quiénes podemos ser intentando realizar nuestros sueños de niños.

TEH OWL: Caricatura de un búho rosado muy particular, trata de sobrevivir a diario en una sola pieza, pues la situación más tranquila e inocua puede convertirse en la más peligrosa.

### **BENEFICIOS**

Benéfico de la Barra Televisiva Juvenil:

Canal Once tiene una programación juvenil con un target entre 13 y 18 años de edad denominada "Central Once", en la cual se tiene como prioridad proporcionar entretenimiento lúdico por medio de una televisión abierta y formativa que transmita valores y forme personas con un interés cultural.





### Beneficios de la Programación:

ABCDECIDE: Orientación a jóvenes sobre temas “tabú” ayudándoles a comprender a y la correcta toma de decisiones.

¡INTERESADOS PRESENTARSE!: Orienta a jóvenes que están por terminar el nivel medio superior a conocer sus aptitudes para elegir correctamente su futuro educativo.

HACIENDO ECO: Mostrar diferentes maneras que puedan aplicarse para disminuir el impacto ambiental y poder realizarlas en las actividades cotidianas.

LO QUE ME PRENDE: Permite introducir al espectador en los diferentes ámbitos culturales teniendo una perspectiva diferente de usos y costumbres.

1\*Lúdico: Necesidad del ser humano de comunicar y expresar sus emociones orientadas hacia el entretenimiento que nos hace generar emociones.

ME MUEVES: Brindar a los jóvenes entretenimiento sano por medio de las aventuras amorosas de los protagonistas.

ENCHULAME LA MAQUINA: Brindar a los jóvenes distracción estimando la creatividad por medio de la transformación y diseño inusual estimulando la imaginación y la creatividad.

LAS AVENTURAS DE LAWRENCE LEUNG: Despierta el interés de los jóvenes estimulando su imaginación para hacer aquello que siempre imaginaron.

THE OWL: Dar entretenimiento a los jóvenes con dibujos animados tratando de hacerles ver que las caricaturas no son solo para el público infantil.

### **CONCEPTO DEL PRODUCTO**

“Canal Once”:

Canal televisivo que se encarga de la divulgación y difusión de la cultura, la ciencia y la tecnología.

“Central Once”:

Barra televisiva orientada al entretenimiento juvenil con un contenido en la programación variado abarcando grandes características como cultural, entretenimiento, informativo, comedia y aventura.



## DIFERENCIACIÓN FUNCIONAL

Con base a los contenidos en la programación de televisión abierta para jóvenes "Central Once" es el único que vincula contenidos informativos y de opinión con programas dinámicos y lúdicos.

## DIFERENCIACIÓN EMOCIONAL

Central Once maneja el slogan ***"Una Tele Mas Chida"*** para poder darle una personalidad adhoc con el modelo de referencia con el cual los jóvenes pretenden identificarse.

PROGRAMA	13	14	15	16	17	18	SEXO		NSE
							MASCULINO	FEMENINO	
ABCDECIDE	X	X	X	X	X	X	X	X	D+ a C+
!Interesados Presentarse!			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Haciendo ECO	X	X	X				X	X	D+ a C+
Lo que me prende	X	X	X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Me Mueves	X	X	X	X	X	X		X	D+ a C+
Enchulame la Maquina	X	X	X	X	X	X	X		D+ a C+
Las Aventuras de Lawrence Lewun			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
The Owl			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
The Owl			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Las Aventuras de Lawrence Lewun			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Enchulame la Maquina	X	X	X	X	X	X	X		D+ a C+



## ATRIBUTOS EXTRÍNSECOS



La palabra CENTRAL denota que está en el centro, que es lo principal o más importante, que ejerce su acción sobre todo el conjunto y ONCE diez más uno, que ocupa el lugar número once en una serie ordenada de elementos, conjunto de signos con que se representa este número.

La metáfora visual que tiene CENTRAL ONCE o su significado connotativo es que se centran los programas más importantes o los principales en canal once TV.



El logo es un círculo, dentro de ese círculo hay tres círculos más que se diferencian por un círculo verde y otro blanco, en el contorno del segundo círculo está escrito con letras muy pequeñas y mayúsculas central once, en el círculo central con letras mayúsculas y grandes están las palabras central once, las letras están en forma de círculo y son de color verde claro.

En cuanto a los colores con que presentan el logotipo son azul, rosa, rojo, morado y verde que comunican jovialidad, colores alegres, festivos, de carácter jovial, de buen humor, buena onda. Son colores fuertes que dan la sensación de sentirse lleno de energía y feliz.



Las letras son informales que no tienen seriedad o protocolo, refleja espontaneidad, son gruesas se basan principalmente en un diseño básico de Super Kool con la diferencia de que son letras más gruesas, redondeadas, las letras están engrosadas, los trazos son de tipos modernos para aumentar su fuerza, el espacio entre cada letra se ajusta bien, esto hace que la lectura sea fluida y sean legibles

Es un tamaño ideal que favorece la lectura para los jóvenes y los rasgos asimétricos le dan espontaneidad a las letras, nos reflejan cierta extroversión.



El logotipo de la Barra de Central 11 " ABCDecide " nos presenta la mitad de un rectángulo en color beige; sobre este van las letras **ABCD** en forma ascendente, y en especial la letra **B** y **D** se muestran totalmente rellenas y en mayúsculas; esto hace referencia en cuanto a la filosofía medieval del maniqueísmo ya que se define por una parte en la confianza en la perfección de uno mismo, de sus ideas y de su moral y por otra casi seguro, el desconocimiento de las ideas contrarias o el ignorar voluntariamente una parte de las mismas o bien una distinción entre lo bueno y lo malo, en relación al programa haría alusión en cuanto a los temas tabú que se presentan en el mismo.

Continuando con la descripción del logotipo, en seguida viene el resto de la frase **ecide** en minúsculas y siguiendo la dirección ascendente pero siempre resaltando todo el nombre con letras negras para que sobresalgan del fondo, que como podemos observar debajo del rectángulo hay unos óvalos grises comenzando a partir del rectángulo y el segundo fondo de estos óvalos es una superficie plana en un tono gris más claro, en la parte superior del logotipo se alcanza a ver una pequeña parte de lo que podría ser otro triángulo en trono beige, y ya por ultimo al comienzo del encabezado se observa en un tono muy tenue en beige el encabezado de central once.

En cuanto a la tipografía es comúnmente utilizada debido a su carácter neutro y a su formalidad, ya que en este programa se tocan temas tanto extrovertidos como introvertidos, el color gris nos muestra una personalidad caprichosa, practicidad, seriedad y misterio ubicándola en algún punto entre el blanco y el negro. Desde un punto de vista moral, se encuentra en un área entre el bien y el mal; al mostrar letras rellenas y otras no, nos muestra el contraste entre los temas que se pueden manejar dentro del programa.



Iniciando con el análisis podemos encontrar que la temática del fondo refleja jovialidad, naturalidad y modernidad que pueden interpretarse tomando en cuenta la imagen del conductor se muestra una personalidad espontanea para que los jóvenes no se sientan presionados, con ataduras y se sientan libres de tomar su decisión pero con una mejor base e información sobre el tema.

En las líneas y los círculos que se presentan en la parte del fondo se puede observar que son figuras totalmente distintas pero usan el mismo color dando como significado que todas las personas pueden asistir sin importar su personalidad. De igual manera el fondo con letras color azul eléctrico demuestra un toque de imagen jovial aun que sea un programa televisivo enfocado a un tema de gran seriedad como es la elección de una carrera universitaria.

En lo que respecta al conductor, tiene una actitud "fresca" y detonar una verdadera llamada de atención a los televidentes incitándolos a "PRESENTARSE".

En cuanto a los colores el color morado eléctrico que resalta de sobremanera en la presentación del programa ¡Interesados Presentarse! denota una imagen juvenil y educativa sin caer en los parámetros tradicionales y monótonos de un programa que intenta reflejar seriedad en la toma de decisiones, dándole un toque de modernidad e innovación al programa. En lo que respecta a los colores rosa fuerte y azul eléctrico podemos destacar que el programa intenta reflejar frescura ya que está dirigido a un público joven, la inteligencia ya que se refiere a la decisión sobre elegir una carrera y libertad por que los jóvenes tienen la oportunidad de expresarse abiertamente.

La tipografía estipulada en este programa es totalmente juvenil ya que las letras en mayúsculas complementadas con los signos de admiración reflejan "alerta" para los estudiantes para que empiecen a pensar en su futuro y en su futura profesión. las letras en zig zag intercaladas denotan indecisión por parte del estudiante tomando en cuenta q algunas letras están al frente y otras atrás y este contenido está diseñado precisamente para eso para disipar las dudas de los jóvenes y ayudarles a que no sea tan difícil la decisión escolar.



Consta de 2 tipografías, una redondeada y gruesa, y la otra vectorial. Se repite 2 veces el nombre del programa semejando la réplica del sonido que se emite en un eco, así mismo el volumen de tercera dimensión y movimiento que tiene la tipografía de **ECO** hace alusión a la energía (misma que existe en el medio ambiente). La tipografía que se emplea contrasta formas picudas y redondeadas que son atractivas para los jóvenes, ya que no les da pereza leerlas y el tamaño es ideal para ser legibles, llamativas y modernas de acuerdo al estilo de vida del target.

En el logotipo de **HACIENDO ECO** podemos encontrar colores como: verde en diferentes tonos, rosa fuerte, naranja, amarillo, azul que juntos denotan la luz del sol y la felicidad, el medio ambiente, naturaleza, diversión, ligereza, calidez y juventud. De igual manera, se puede observar juegos de sombras entre los colores, mismos que dan la idea de ser iluminados por el sol dentro de la atmósfera. Es una elección adecuada para el logo de un programa de TV cuyo contenido se enfoca en el medio ambiente.



El logotipo del programa LO QUE ME PRENDE es una expresión coloquial, es una frase o lenguaje, propio de la conversación oral y cotidiana, que significativamente denota, lo que me agrada, lo que me gusta, lo que le parece bien algo a alguien, desear, sentir afición, probar, experimentar encantar, apasionar, disfrutar, gozarse, conocer. en la vida de los jóvenes que buscan todo tipo de emociones.

Su significado connotativo de LO QUE ME PRENDE es lo que le late a los jóvenes, es un interés de ver el mundo a través de los ojos de los jóvenes, sus ideas, expresiones, sentimientos, inquietudes, dudas, propuestas, atrevimientos y pasiones.

El logo es un rectángulo, con las orillas de negro, en el lado izquierdo con colores verde resalta un diseño de ramas, hojas junto con el logotipo de Central Once, del lado derecho es un diseño juvenil y extrovertido, y en el centro es de color blanco, como si se proyectara un reflector he iluminara las letras que están con mayúscula y la letra e con minúscula "LO QUE ME PRenDE", las letras son verdes, algunas están rellenas totalmente y tiene rallas con color verde más claro que connota como si estuviera electrizado.

Las letras son extrovertidas e informales ya que son diferente tipo de letra y una letra esta en minúscula y tienen acabados diferentes (rellenas, terminación con picos, delgadas anchas).





En lo que respecta a la imagen de fondo se presenta un zapato deportivo haciendo alusión a un tema escolar y acertadamente se presente de esa manera ya que la serie televisiva se lleva a cabo en la mayoría de las ocasiones dentro de una escuela.

Los colores que se presentan en este logo son esencialmente el negro, rosa y verde. En lo que respecta al color negro refleja cierto misterio y secretos de jóvenes, dándole seriedad a los temas tratados. El color rosa muestra a la serie con roces románticos y un tinte de feminidad, sin dejar de lado la fuerza que refleja el mismo color. En cuanto al color verde es el que le da la tonalidad por que refleja demasiadas emociones como la vanidad, la calma, paz y a su vez denota celos y locura que son algunas de las emociones por las que pasan los jóvenes en el proceso de enamoramiento.

En lo que respecta a la tipografía la letra es cuadrada, y a su vez demuestra modernidad lo que se justifica en la abreviatura "mm" ya que a los jóvenes en la actualidad utilizan modismos de abreviatura para comunicarse. Haciendo un conjunto con el fondo y la tipografía se adquiere un concepto definido.

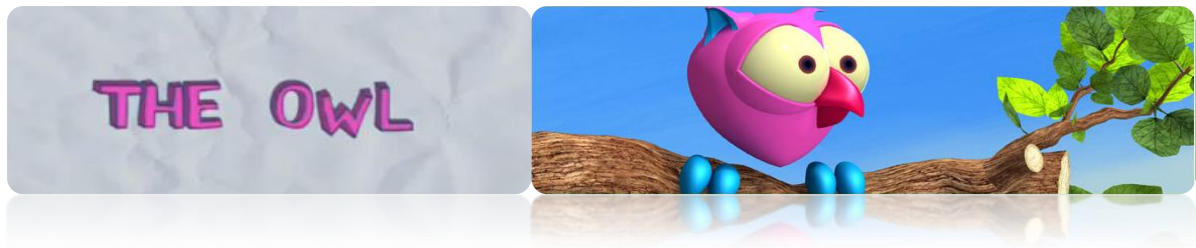


**ENCHÚLAME LA MÁQUINA** (Pimp my ride) Traducido también como “Tunea mi coche” es un programa de televisión estadounidense; por lo que apreciamos el logotipo en idioma inglés. La temática es muy sencilla: un joven tiene una automóvil en condiciones deplorables y pide ayuda al rapero Xzibit conductor del show, que colecciona autos tuneados, quien pasa a la casa del dueño por el vehículo para conducirlo al taller donde será tuneado, para alegría final del afortunado. El tunear el auto consiste en reemplazar y personalizar piezas no sólo por nuevas sino por piezas costosas, exageradas, muy vistosas y a veces innecesarias. El movimiento de tunear coches surgió con los autos de los pachucos en los 40’s y fue cambiando 50’s y 60’s con los lowriders, 70’s con los hot rods, hasta nuestros días con los autos que podemos ver en el programa. La palabra “pimp” significa proxeneta que utiliza mujeres para explotarlas sexualmente y ganar dinero, pero también se utiliza para referirse a los pachucos, padrotes, chulos de los años 40’s no por actividades ilícitas, sino por su manera de vestir extravagante, impecable, costosa, elegante y conquistadora. El logotipo se forma con una serie de contornos de hexágonos de diferente color y grosor que se repiten en secuencia hasta el centro donde se aprecia un hexágono completo como al fondo, que asemeja un túnel.

Los colores son amarillo de **ENCHÚLAME LA MÁQUINA** en diferente tonalidad: muy claro, tirante a naranja y tirante a café; son colores muy llamativos, extravagantes y psicodélicos. Encima de éste último se aprecia el nombre del programa, con letras informales, curvadas, de estilo sesentero-setentero, ligeramente inclinadas a la derecha como si estuvieran en movimiento, hacia el fondo del túnel, resaltando las mayúsculas con curvas que comienzan muy delgadas y acaban muy gruesas, y alargadas evocando olas u ondas extravagantes y con una sombra gruesa que comunica un efecto de tercera dimensión, están iluminadas en el tono tirante a naranja, delimitadas por un contorno rojo para que no se pierdan y sean totalmente legibles. En conjunto las formas, los colores, y las letras nos dan una imagen totalmente tridimensional e hipnótica al estar mirándola, que nos hace pensar en ir viajando por un túnel a través del tiempo, un viaje muy colorido, lleno de luz, vibrante, exótico, lleno de energía, divertido, juvenil, que logra captar nuestra atención y estimular nuestra mente y nuestra imaginación.



**LAS AVENTURAS DE LAWRENCE LEUNG**, es un programa que carece de tipografía alguna; sin embargo, la imagen que se muestra es la utilizada para promover el programa. En el programa se evocan aventuras infantiles protagonizadas por un joven, que intenta demostrar que para la diversión no hay edad. El look desenfadado, el cubo rubik como símbolo de habilidad y destreza, así como el uso de diferentes colores, intentan transmitir emociones típicas de la juventud: alegría, inteligencia, dinamismo, creatividad, desenfadado, entre otras.



A simple vista pareciera un programa relajado y sin maldad alguna pero una vez que los capítulos son transmitidos la realidad es completamente distinta ya que es un búho rosado muy particular que trata de sobrevivir a diario, la situación más tranquila puede convertirse en la más peligrosa. Un punto importante se puede distinguir gran preocupación y angustia en el rostro del personaje. La mezcla de los colores rosa y violeta proyectan martirio, tristeza y aflicción, esto se puede notar en las facciones del búho. La mezcla del color rosa con el color blanco refleja muerte, rigidez y dolor, esto se observa en el título y en el fondo utilizado para el mismo. En la parte de fondo se tiene aparentemente una hoja arrugada dando un contraste total con la idea que a primera instancia puede verse con ternura y delicadeza en el título y su color. El color azul cielo resalta la frialdad, tranquilidad momentánea, introversión del personaje.





En cuanto a la tipografía muestra informalidad, ternura, feminidad, jovialidad, resaltando que todas las letras están en mayúsculas con un tamaño mediano que puede confundirse con una caricatura infantil.



## CAPITULO II      PERFIL DEL CONSUMIDOR

---

### OBJETIVOS

-  Definir las bases para la segmentación, para poder interrelacionar las características del televidente y de los programas.
  
-  Definir y describir las características demográficas.
  
-  Llevar a cabo un análisis de las características psicosociales, vincular las características psicosocioculturales de los televidentes se relacionan con los programas de la Barra Central Once.
  
-  Realizar y definir las necesidades o satisfacciones del oyente, espectador o televidente de acuerdo con el contenido del programa o lo que ofrece cada programa.



## **BASES PARA LA SEGMENTACIÓN**

Las bases para la segmentación enfocada en la barra televisiva "Central Once" se definen con características particulares para cada uno de los 8 programas que la integran. Como ya se ha venido mencionando, está dirigida a jóvenes con gran capacidad de entender y disfrutar de una programación fuera de lo común y lo masivo, con contenido inteligente que estimula el criterio personal del televidente y no pretende influir tendenciosamente en él.

La Barra en su conjunto, une programas de muy distinta índole; sin embargo, todos parten de un mismo objetivo: entretener, educar, promover valores, y divertir a su target de una manera joven y fresca. Por lo tanto, hay vínculos sumamente específicos entre los espectadores de cada programa y el contenido del mismo.

Hay factores generales que influyen y unifican considerablemente la mentalidad juvenil de casi todos los países, como son: la economía, la globalización, los cambios en la pareja y el impacto de la música, la televisión, el cine y el internet. En Central Once se abarcan estos temas de actualidad de una manera entretenida y educativa, no sólo de manera local sino informando a los jóvenes para tener una visión a nivel mundial.

Central Once es una barra en la que se exponen temas de actualidad que les permite a los jóvenes vivir en contacto con la realidad que aún no han aprendido a conocer.

Los jóvenes de hoy se interesan por tomar sus puntos de referencia de diversas fuentes de información, para después experimentarlos en su forma de vivir. Son individualistas quieren hacer su propia elección, sin tener en cuenta el conjunto de valores, ideas o leyes comunes.

Los jóvenes de hoy son capaces de ser generosos, solidarios y comprometidos con causas que los movilizan. En Central Once se exponen con frecuencia causas con las que los jóvenes se identifican y con las que son proactivos como la concientización y el cuidado del medio ambiente.

La socialización y el tema afectivo en los jóvenes es muy importante es en gran parte lo que les da confianza en sí mismos y sentido de pertenencia. En Central Once también hay espacio para manejar estos temas y brindar opciones para la toma de decisiones.

Actualmente los jóvenes corren el peligro de caer en el conformismo de las modas, Central Once también es una guía para que los jóvenes no sólo elijan algo por moda sino por conocimiento y gusto.



## CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

PROGRAMA	13	14	15	16	17	18	SEXO		NSE
							MASCULINO	FEMENINO	
ABCDECIDE	X	X	X	X	X	X	X	X	D+ a C+
¡Interesados Presentarse!			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Haciendo ECO	X	X	X				X	X	D+ a C+
Lo que me prende	X	X	X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Me Mueves	X	X	X	X	X	X		X	D+ a C+
Enchulame la Maquina	X	X	X	X	X	X	X		D+ a C+
Las Aventuras de Lawrence Lewun			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
The Owl			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
The Owl			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Las Aventuras de Lawrence Lewun			X	X	X	X	X	X	D+ a C+
Enchulame la Maquina	X	X	X	X	X	X	X		D+ a C+



## CARACTERISTICAS PSICO – SOCIALES

### ABCDECIDE



Jóvenes con una personalidad extrovertida, inquieta, aventurera, social, les agrada convivir con todo tipo de personas, conocer nuevos estilos, pertenecer a grupos sociales reconocidos, aprender de las demás personas, conocer nuevas cosas, son innovadores, creativos y principalmente tienden en esta etapa a enfrentarse con diferentes vicios que les generara cierta inquietud por probar; esto con la finalidad de imitar conductas o por pertenecer a algún grupo social en específico.

Dentro de sus principales hábitos esta la convivencia con la familia, el desempeño en la escuela, la diversión con los amigos, la dedicación a algún hobby comienzan a involucrarse en el noviazgo e incluso algunos comienzan su vida sexual es por ello que les empieza a surgir el interés por ciertos temas en específico y en algunos casos los jóvenes invierten su tiempo libre en alguna actividad recreativa etc.

Los televidentes de ABCDecide pasan la mayor parte del día en convivencia con sus compañeros de la escuela, relacionándose incluso con jóvenes mas grandes que ellos, generando a su vez un ambiente de constantes inquietudes, debido a las vivencias que comparten cada uno de los integrantes del grupo destacando gustos, preferencias, actitudes, estilos etc. Cada uno de estos factores que poseen los jóvenes genera dudas entre los mismos originando así diversos temas tabú.

Los jóvenes de esta edad tienden a imitar conductas, ya que están prácticamente saliendo de la etapa de la pubertad para incorporarse a la adolescencia esto trae consigo diversos cambios, ya que están en la plena etapa de la rebeldía; la ideología que actualmente poseen los jóvenes de 15 a 17 años es conocer nuevas modas, estar a la vanguardia en cuanto a redes sociales se refiere, convivir con diferentes grupos de personas, adoptar conductas hasta encontrar un estilo propio que los satisfaga por completo; incluso a algunos les empieza a inquietar la idea de ser independientes, optando así por comenzar a trabajar.





## INTERESADOS PRESENTARSE







Enfocándonos en la cultura de los jóvenes se puede observar una gran diversidad de características en las cuales están interactuando con personas que tienen intereses en común resaltando la superación profesional y personal desarrollándola en cada área de su vida cotidiana tratando de orientarla a intereses particulares que en este caso desembocaría en la correcta toma de decisiones.

Resaltando algunas de las características en la manera de pensar del target se encontró en primera instancia que son personas a las que les gusta tener el control de su educación y vida profesional futura teniendo como consecuencia un alto grado de sensatez al tomar sus decisiones dejando de lado la incertidumbre que se crea en los jóvenes al no saber qué carrera elegir.

Los jóvenes que se asemejan a estas características quieren demostrar que son personas capaces de formar y encontrar sus propias oportunidades al mismo tiempo que forjarse su propio camino al desarrollar todas sus habilidades.

Las principales características de los aspirantes se reflejan en su alto grado de interés por informarse y actualizarse en las carreras universitarias ya que estos facilitan planear y conocer cuáles son sus aptitudes siendo analíticos con sigos mismos y experimentando en cada una de sus fortalezas y debilidades, teniendo como un hábito el interés por el estudio.

Los valores humanos que estos jóvenes presentan son:

-  El uso de la responsabilidad en un aspecto de completo interés sobre las acciones que harán en el futuro.
-  El aprendizaje les es de utilidad para saber cual es su FODA con el único fin de mejorarlo.
-  La superación tiene como principal meta el adelantar y mejorar en el área de su interés.
-  El hecho de tener voluntad es por que como resultado tienen la convicción de estudiar y realizarse como profesionistas.



En lo que respecta a los grupos de referencia tenemos que los jóvenes que cubren este perfil son estudiantes de Nivel Medio Superior.

En cuanto a sus grupos de referencia se encontró que es el grupo al que pretenden pertenecer, en este caso tratan de llegar al grupo del ámbito laboral en un área específica de su interés.

La personalidad y la forma del ser del target se puede observar en la seriedad con la que toman su futura profesión tomando en cuenta que su perfil esta principalmente arraigado a sus estudios sin pasarlo por desapercibido, mostrando gran responsabilidad y no siendo pacíficos ante una situación que puede ser de gran beneficio para ellos aplicando su intelecto en cada acción.

La principal llamada de atención del aspirante es tener la necesidad de estudiar la carrera de su elección, tomando en cuenta que necesita saber con certeza sus habilidades y aptitudes para no caer en el error de truncar sus aspiraciones y así poder obtener la certeza que la carrera por la que se decida será la correcta debiendo estar consientes que no son los únicos aspirantes que buscan una oportunidad de estudio.



## HACIENDO ECO



La audiencia de éste programa está conformada por jóvenes de entre 13 y 15 añosos, de ambos sexos. Realmente el nivel socioeconómico no es factor clave para tener afinidad con convicciones ambientales, aunque los que pertenecen al NSE A, AB, C, C+ son más proclives. Son estudiantes de nivel Secundaria y los primeros semestres de formación media superior. Habitan principalmente en zonas Urbanas, concentrándose el groso en la Cd. De México y su zona metropolitana.

Poseen afinidad con la preservación del medio ambiente y lo que ello implica, realizando acciones individuales y colectivas. Se desenvuelven en una cultura ecológica, incluso algunos están afiliados a asociaciones pro-ambientales en las que participan activamente.

Son sensibles hacia los valores ambientales y sociales (respeto, tolerancia, justicia, armonía), tienen respeto por la flora y fauna y perciben a cada ser vivo como miembro del mismo hogar llamado Planeta Tierra. Así mismo, poseen un alto grado de conciencia sobre los efectos nocivos de la huella del hombre en el medio ambiente y promueven en su hogar y familia acciones inmediatas como ahorro de energía, reciclaje y separación de deshechos y residuos, ahorro y uso adecuado de agua potable, entre otras.

Tienen iniciativa de cambio, trabajo en equipo, son idealistas y proactivos. Saben que las acciones pequeñas generarán a largo plazo consecuencias positivas globales, por lo que la perseverancia es otra de sus características.

Se identifican con el programa al ver en éste, formas útiles y prácticas para revertir el constante daño al medio ambiente provocado por fuerzas humanas y naturales.

Sus necesidades radican en llevar una vida armoniosa y ordinaria partiendo del equilibrio no sólo ambiental sino emocional, por lo que se integran con jóvenes con necesidades y aspiraciones similares dentro e incluso fuera de la Ciudad (haciendo uso de redes sociales y otros foros en la red). Sus motivos se centran en compartir experiencias, ideologías y emprender acciones colectivas que, además de favorecer al Medio Ambiente, fungen también como dispersión, convivencia, integración e incluso aprendizaje.



## LO QUE ME PRENDE



Son jóvenes que se están desarrollando en un ambiente de escuela y que les gusta divertirse, que están al tanto de lo que está de moda, en donde hay cabida para todo y para todos mientras el común denominador sea el respeto por lo otro y por los otros.

Son chavos con pensamiento de superación que están estudiando y se están desarrollando en una época de tecnología. Son jóvenes con ideologías diferentes, que les gusta desde los azotes de un fanático del cómic independiente y underground, como los alucines de un experto en videojuegos, hasta las audaces demostraciones de un chavo capaz de saltar cualquier obstáculo en su patineta. Son chavos que les llama la atención varias actividades y temas favoritos.

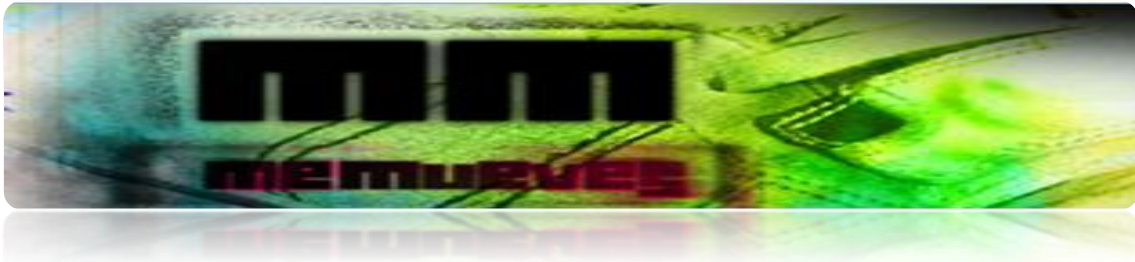
Son jóvenes que empiezan a independizarse un poco de la familia ya que empiezan a salir con sus grupos de amigos a divertirse, ir al cine, a reunirse para jugar videojuegos que están de moda, son impulsivos, alegres y extrovertidos.

Son jóvenes con ideas, expresiones, sentimientos, inquietudes, dudas, propuestas, atrevimientos y pasiones, que buscan actividades y temas favoritos.

Personas que vienen de una estructura familiar, abiertos al cambio, que buscan las actividades y temas que están de moda.



## ME MUEVES



En lo que respecta a cada una de las costumbres de los jóvenes que gustan de este tipo de programación se puede encontrar que son personas con cierto grado de curiosidad acerca del tema amoroso y lo que producen como consecuencia.

Tienen deseos de aprender y de cierta manera a responderse cuestionamientos que ellos mismo se hacen, existe cierto sentido de pertenencia con los personajes de la serie que demuestran experiencias en las que los jóvenes pueden encontrar apoyo y puedan entender más sus sentimientos.

Son jóvenes que están interesados en saber cuáles son los "síntomas" de ese sentimiento, y lo que trae como consecuencia de algunas decisiones que se han tomado.

Una ideología muy particular es que aparte de la escuela también están interesados en conocer personas con las que puedan tener un trato más cercano o intereses afines.

En particular el target se siente identificado con la programación relacionado al tema del amor ya que a esa edad cada joven pasa por alguna circunstancia similar. Se sienten cómodos al verlo ya que encuentran una manera diferente de llevar de la mejor manera una situación amorosa.

Son jóvenes que intentan satisfacer sus propias necesidades y curiosidades de una manera práctica y divertida sin ninguna presión.

No están realmente interesados en encontrar una pareja formal sino simplemente una persona con la cual compartir diferentes experiencias acorde a su edad un hábito particular es el de reunirse, conversar de temas que sean de su atención e interés para así poderse dar cuenta de que es lo que en realidad les llama la atención de la otra persona.

Procuran sentirse identificados e incluso hasta justificados por alguna mala decisión que hayan tomado, en cierto grado desean sentirse reflejados y procuran tener alguna semejanza con los personajes para sentirse identificados tratando de pertenecer a cierto grupo.



Los jóvenes destacan valores de amistad ya que es la manera en que ellos pueden encontrar empatía con personas que les haga sentirse diferentes y con el cual también encuentran un crecimiento interno ya que las relaciones sentimentales de igual forma ayudan en gran manera para aprender ciertas características de la vida. Gustan de este programa ya que también aprenden a comunicarse y expresar sus sentimientos, a ser sinceros y ser leales con ellos mismos. Sin olvidar el gran interés en la responsabilidad por informarse aun que sea de manera inconsciente.

Los grupos de pertenencia para los jóvenes son informales el de disfrutar con sus amigos ya que es la manera en que pueden conocer las diferentes formas de la sociedad y les ayuda de igual manera a encontrar la experiencia necesaria para aprenderá desenvolverse satisfactoriamente en la sociedad.

El grupo de referencia para estos jóvenes es el ser semejantes a los protagonistas de la serie, pensando que si se actúa de la misma forma obtendrán los mismos resultados, tratando de solucionar diferentes circunstancias de la misma forma que lo observan en la serie.

Las necesidades de este target se encuentran en conocer personas, formarse su propia forma de pensar y encontrar la persona que los haga sentirse diferentes, importantes y experimentar un nuevo sentimiento, de igual forma tratan de reflejar su manera de sentir y de pensar al saber que otras personas atraviesan por las mismas situaciones que ellos. Una de sus principales necesidades es que pueden sentirse identificados.

Sus motivos se centran en encontrar la felicidad y disfrutar el momento, que sea necesario con la persona que en ese momento están compartiendo un momento de su vida.

El motivo es encontrar un sentido de pertenencia en el que puedan desarrollarse como personas sin ser juzgados o criticados por maneras de pensar distintas a las de ellos y esto refleja que en gran manera puede influir en la forma de ser y pensar sobre temas tan específicos como lo es el estar enamorado.

Tratan de encontrar una persona que se asemeje a los personajes para poder sobrellevar esa etapa de su vida con las mismas acciones que se reflejan en el programa y poder tener todo bajo su control, ya que eso es lo que los jóvenes pueden captar en dicha programación.



## ENCHULAME LA MAQUINA



La audiencia de éste programa está conformada por jóvenes de entre 15 y 18 años, de ambos sexos, pero en su mayoría de sexo masculino y nivel socioeconómico medio y medio alto, estudiantes de nivel secundaria y medio superior (preparatorias, vocacionales).

Éste segmento tiene como características sociales: Gusto por los autos así como por su cuidado y mantenimiento, aunque no lo tengan les atrae conocer de ellos, fijan su atención en los autos de sus padres, tíos, primos, amigos, vecinos, etc., para hablar de mejoras mecánicas y estéticas, algunos pertenecen a clubs de autos, a otros les agrada ver programas, películas, eventos que incluyan autos personalizados y otros acuden a eventos gratuitos y de paga como: arrancones o exhibiciones, los que tienen auto que son la minoría ahorra para comprar accesorios para su auto.

Como características psicológicas: Se tienen gran disposición y dedicación para realizar alguna actividad en mejora del auto, utilizan su creatividad para las mismas mejoras, son de personalidad extrovertida y sociables, les agrada aprender cosas nuevas, les gusta ser reconocidos por su conocimiento acerca de autos, accesorios, audio, etc., o los que tienen auto por sus condiciones: pintura, audio, llantas, rines; aspiran a parecerse al estereotipo de gente que tiene autos personalizados como: presentadores de shows, cantantes, deportistas, etc.



## LAWRENCE LEUNG



La audiencia de éste programa está conformada por jóvenes de entre 13 y 18 años, de ambos sexos y nivel socioeconómico medio y medio alto, estudiantes de nivel secundaria y medio superior (preparatorias y vocacionales).

Éste segmento tiene como características sociales: gusto por actividades variadas (deportivas, sociales o de entretenimiento), gusto por el humor negro, inquietud por saber de temas múltiples, empático, algunos acuden a realizar actividades deportivas como: karate, luchas, etc., o pertenecen a algún club o equipo deportivo, hacen partícipes de estas actividades a sus familiares y amigos.

Como características psicológicas: jóvenes con una personalidad dinámica, entusiasta y un poco aventurera que les permita identificarse con el conductor, interés por contestar sus preguntas y dudas, son perseverantes, les gusta aprender a través de la práctica y son ingeniosos para resolver en cualquier situación.



## THE OWL



El pensamiento de las personas que gustan de este programa es el encontrar simplemente momentos de distracción y alejarse un poco de la vida cotidiana y verla como una manera más sarcástica y divertida de los peligros que de manera burda se muestran en este programa.

Este programa está diseñado para jóvenes con carácter sarcástico indiferente y despreocupado a la vez.

Su ideología es pasar un buen rato de manera despreocupada, sin el más mínimo interés sobre aprender algún tema en específico, solo se trata de disfrutar y satisfacer la necesidad que tienen de divertirse.

Los jóvenes que se interesan por este tipo de programación tienen una actitud burlesca, sarcástica, despreocupada pero sin caer en los excesos y una malicia descontrolada o irregular.

Tienen gustos sobre experimentar con una programación fuera de lo cotidiano y poder encontrar grandes momentos de diversión.

Las personas que acostumbran ver este tipo de programación se interesan por divertirse sanamente sin caer en la malicia a la que los medios han podido orillar a los jóvenes, de igual forma, tratan de experimentar con una programación que sale de lo cotidiano y lo que se acostumbra a ver con una programación similar, esto es resultado de una serie de cambios que tratan de efectuar y de seguir viviendo una juventud sana y alejada de los problemas cotidianos.

En el tema de los valores los jóvenes tienen marcados de manera muy particular cada uno de ellos, en esta programación se puede deducir que son personas que tienen gran apego de alguna manera para la responsabilidad quizá de manera inconsciente ya que al ver este tipo de programación que en apariencia es sarcástica los jóvenes tienen la precaución y no caer en la malicia tan marcada que se tiene en este momento con un entorno social bastante maleado. Si no al contrario mostrar esa alegría y sinceridad que tienen los jóvenes al ver ese tipo de programación y no ir en contra la mayoría en cuanto a sus usos y costumbres.



Los jóvenes que pertenecen a grupos escolares, de amigos y que les gusta tener momentos diferentes y divertidos. Viven su juventud con espontaneidad, fresca y no dejan de disfrutar los momentos que tienen con sus amigos.

Estos jóvenes aunque gustan de una vida divertida y despreocupada sus objetivos están fijados en superarse y encontrar el camino que les lleve a tener cosas mejores.

La personalidad de estas personas suele ser lógica debido a que son personas muy jóvenes y a que en este momento de su vida no les preocupa otra cosa más que divertirse, encontrar momentos de distracción. Es por eso que están catalogados como personas sociables extrovertidas divertidas y con facilidad de hacer nuevas amistades. Por consecuencia tienen una actitud relajada.

Las necesidades de los jóvenes que se interesan por este tipo de programación son muy básicas ya que solo intentan satisfacer una necesidad que es el divertirse y pasar un buen rato aun que sea pequeño. Buscan y tienen la necesidad en relajarse y salir de la rutina escolar y donde puedan encontrarse desconectados de todos los problemas y rutinas.



## CAPITULO III POLÍTICAS DE DISTRIBUCIÓN

---















### OBJETIVOS

- Contextualizar geográficamente el alcance de la señal satelital y por cable de Once TV México; asimismo considerar la magnitud de la distribución (parte de un sistema de telecomunicación) de la barra Central Once.

### INTENSIDAD DE LA DISTRIBUCIÓN

La señal llegaba de manera selectiva a una zona geográfica restringida (únicamente en el Valle de México), sólo a través de sistemas de TV privada llegaba al resto del país.

No es sino hasta comienzos de éste año (2010) en que la televisora expande su cobertura en TV abierta dentro del territorio nacional instalando retransmisoras en los siguientes puntos geográficos:

-  Acapulco, Guerrero.
-  Cancún, Quintana Roo.
-  Culiacán, Sinaloa.
-  Chetumal, Quintana Roo.
-  Chihuahua, Ciudad
-  Delicias y Ciudad
-  Cuauhtémoc, Chihuahua.
-  Estado de Morelos.
-  Playa del Carmen, Quintana Roo.
-  Saltillo, Coahuila.
-  San Luis Potosí, San Luis Potosí.
-  Tepic, Nayarit.
-  Tijuana, Baja California.
-  Valle de Bravo, Estado de México

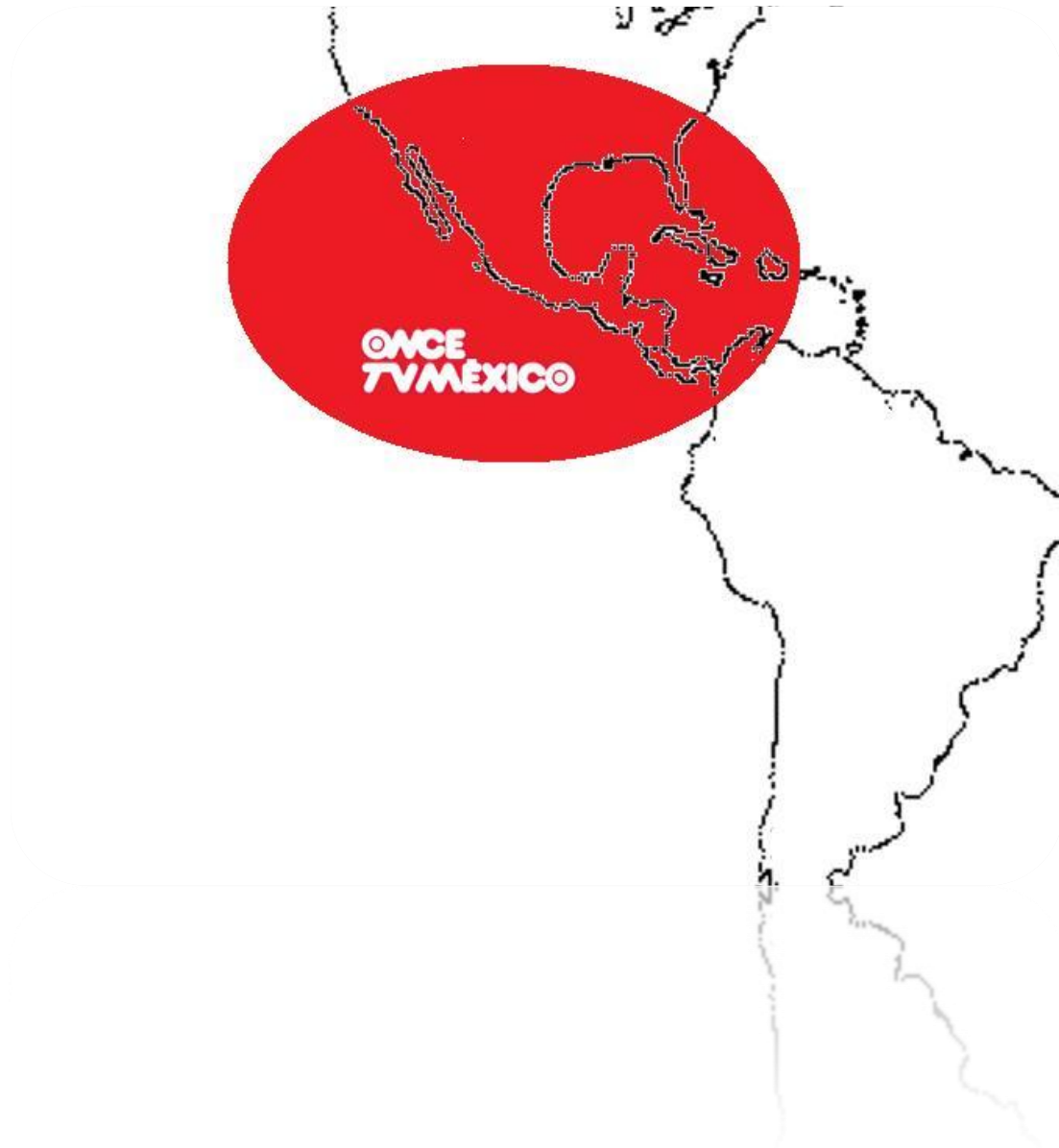


Hoy en día, Once TV México puede ser sintonizado dentro y fuera del Territorio Nacional (México completamente) por medio de Televisión privada de Cable, Satelital y Digital. Dentro del país es posible esto a través de DISH, CABLEVISION y SKY, siendo ésta última la misma que permite que la programación de éste canal pueda ser vista en algunos puntos de E.U.A, todo Centroamérica, el Caribe y Colombia.





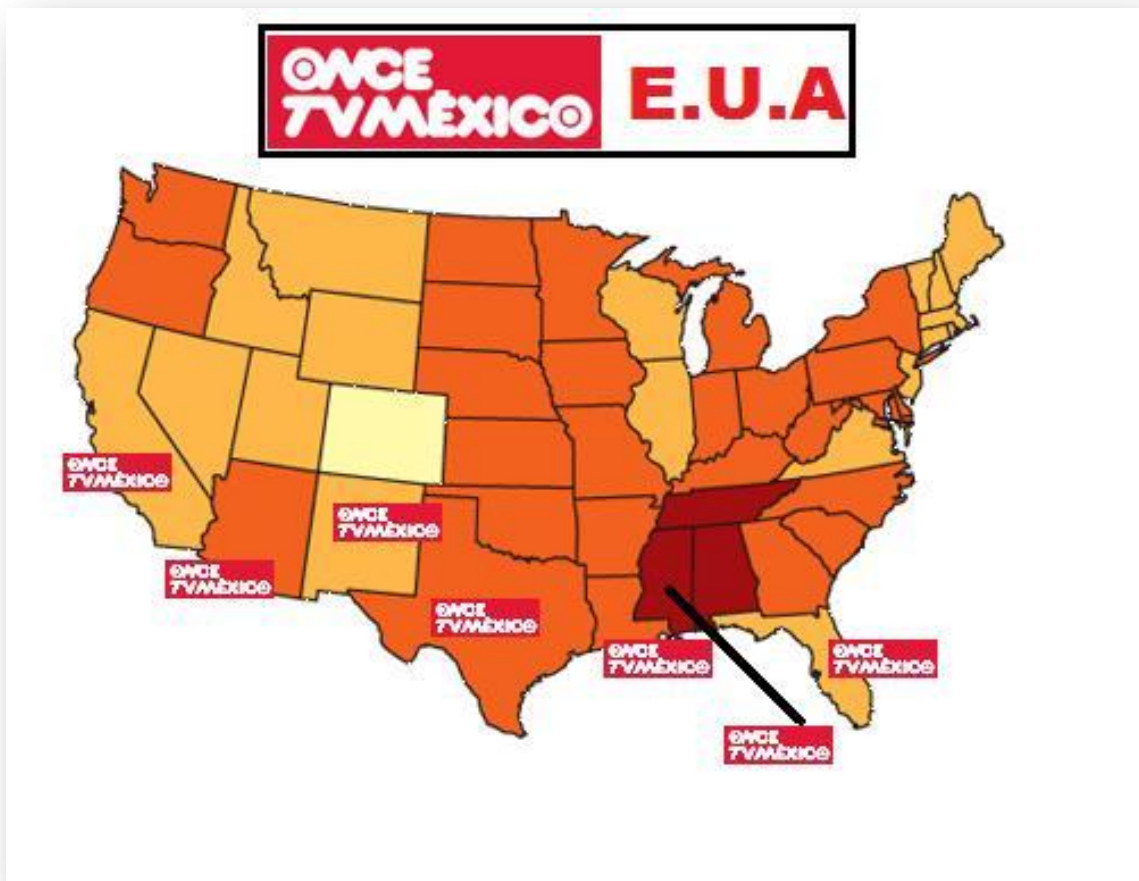
## Cobertura internacional de Once TV por medio de SKY





En E.U.A. la señal es transmitida en los Estados de:

-  California
-  Arizona
-  Nuevo México
-  Texas
-  Luisiana
-  Mississippi
-  Florida





En Centroamérica la señal es transmitida en:

-  Guatemala
-  Belice
-  Honduras
-  El Salvador
-  Nicaragua
-  Costa Rica
-  Panamá








En el Caribe:

-  Haití
-  Jamaica
-  Bahamas
-  Rep. Dominicana
-  Puerto Rico
-  Cuba





 América del Sur únicamente en Colombia





## CAPITULO IV CONCEPTO DE PROPIEDAD

---

### OBJETIVOS

- Definir la situación propietaria de Once TV México, para comprender el porqué de las dimensiones del presupuesto de la Institución que se destina a la barra televisiva Central Once.

### PROPIEDAD

A principios del año 2008, diversos medios fueron invitados a conocer algunos de los cambios que ocurrirían en el Instituto Politécnico Nacional, su director general, José Enrique Villa Rivera terminaría su segunda gestión el 11 de diciembre y todo indicaba que entregaría su cargo sin anomalías, a excepción de una, XE IPN Canal Once, que parecía estarse alejando y desvinculándose del IPN.

El informe que entregaría Enrique Villa Rivera al cierre de su mandato sería el siguiente. "En las instalaciones centrales del IPN, tanto en Zacatenco como en el Casco de Santo Tomás se han multiplicado muchas obras de infraestructura".

Se encontró que el informe tenía una gran contradicción, una de las tareas propias del IPN, es la divulgación científica, cultural y de conocimiento, que no ha podido ser mejorada como ocurrió con la docencia y la investigación. Una causa de ese incumplimiento es que el principal instrumento de divulgación del Politécnico, Canal Once.

Debido al cambio que se llevaría en la nueva administración de Canal Once, dicha unidad se vio afectada de manera drástica ya que en el *Canal* se perdieron espacios y se incumplió, incluso con lo que ordena la Ley Orgánica del IPN, la comunicación social es sólo un aspecto de una de las tres tareas sustantivas que debería realizar el IPN y no ha cumplido cabalmente: la divulgación de la ciencia, la tecnología y la cultura. En buena parte porque han frenado al propio desarrollo del *Canal*.

Su cobertura de difusión, ciencia y tecnología de la institución aún es limitada, los instrumentos principales de difusión en cuanto al área científica del IPN son tres: El Planetario "Luis Enrique Erro", el Centro de Difusión de Ciencia y Tecnología, y el Edificio Constelaciones (anexo al Planetario).

En dichos lugares, en el año 2008 se realizaron 3 mil 571 actividades con 611 mil 357 asistentes, lo cual represento un incremento cercano a 70% en el número de eventos realizados y más de 51% en los participantes con respecto



del año 2007, de igual forma la producción del *Canal* es limitada en lo que respecta a lo editorial teniendo en cuenta que en el año 2007 al 2008 apenas creció 1%.

El *Canal Once*, aunque es señal abierta, no sirve al Politécnico para la divulgación y labores educativas, a pesar de la eminente producción de programas especiales para televisión.

El informe del año 2008 señala que "a través de los sistemas del Canal 30, sistema de circuito cerrado, internet, teleconferencias y la red Edusat (canales 15, 17, y 27), se produjeron 40 programas, se transmitieron 1109 eventos y 6 mil 2 horas de televisión relacionadas con programas especiales, ciencia y tecnología, idiomas, arte y cultura, jóvenes politécnicos y educación a distancia, entre otros. Asimismo, se evaluaron 24 series de televisión con 380 programas, para su transmisión por los canales 15, 17 y 27 de la red Edusat e internet".

*Canal Once*, en 2008 sólo produjo, adquirió y transmitió 3 mil 890 programas, mil 188 programas adicionales respecto de 2007.

Paradójicamente, la televisora es la entidad del IPN que más incrementos anuales ha tenido en su presupuesto: 166.5% en relación con lo que tenía en 2004.



## CAMBIO DE IMAGEN DE CANAL ONCE

Los cambios que se han efectuado durante la administración de Fernando Sariñana Márquez han sido un tanto polémicos ya que en el medio cultural como para la sociedad entera, empezaron desde el 30 de marzo con el estreno de la nueva programación y cambio de nombre a **Once TV México**, se lanzó un total de 43 nuevos programas y cinco nuevas barras: Central once, Opinión, Zona índice, Comedia y Ficción. Después los cambios en la programación, que pretendieron tocar a dos de los más importantes programas de Canal Once: "Conversando con Cristina Pacheco" y "Primer Plano" variando el rating de ambos y provocando la inconformidad de los fieles televidentes, así después de una serie de desacuerdos y pláticas ambos programas regresaron a sus horarios habituales.

La polémica se levanta en cuanto a que se piensa que el gobierno a través del apoyo y la ampliación de la cobertura quiere convertir al canal en un medio a su servicio, lo que evidentemente sería un agravio a la sociedad mexicana.

Virgilio Caballero, ex director del Canal del Congreso, cofundador de Canal 40 (CNI), creador y director del noticiario Enlace de Canal Once y profesor en ciencias de la comunicación, afirma que la Presidencia de la República quiere quitarle la televisora al Instituto Politécnico Nacional (IPN): Caballero argumenta que es ilegal que la Presidencia le quite al **IPN** su canal, porque no se puede traspasar, de acuerdo con la Ley Federal de Radio y Televisión y su Ley Reglamentaria de 1973.

La frecuencia de un permisionario no se puede transferir como si se tratara de un bien que no pertenece a la nación, y estamos hablando del radioeléctrico, que es parte del territorio nacional". El Instituto Politécnico Nacional no puede dejarse arrebatar el canal que le pertenece, no sólo porque es ilegal, sino porque es una institución de las más respetadas en el país.



## **AMPLIACION DE LA COBERTURA CANAL ONCE**

En el año 2009, con motivo del cincuenta aniversario de Once TV México, del Instituto Politécnico Nacional, el Presidente Felipe Calderón Hinojosa exhortó a fortalecer y expandir la cobertura del canal. Ampliar la presencia de la televisión pública no sólo es deseable, sino necesario, porque desempeña un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad. Su labor contribuye a formar mexicanos críticos y reflexivos que, con sus propias opiniones.

Anteriormente Once TV México llegaba por televisión abierta a más de veintinueve millones de habitantes, y abarcaba la Ciudad de México, y sus repetidoras en Cuernavaca, Tijuana, San Luis Potosí, Culiacán, Chihuahua, Saltillo, Ciudad Delicias, Ciudad Cuauhtémoc y Valle de Bravo, con lo que cubría el 28% de la población nacional a través de su señal análoga.

En el año 2010 la señal del canal del Instituto Politécnico Nacional pudo ser sintonizada por más personas, logrando con ello alcanzar una cobertura del 42% del territorio nacional, que incluye las siguientes ciudades: Guadalajara, Xalapa, Veracruz, Coatzacoalcos, Torreón, Gómez Palacio, Morelia y los Mochis. Para ampliar esta cobertura, se celebró un convenio de colaboración con el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA).

Asimismo, se inició la construcción de la infraestructura de transmisión en las ciudades de Monterrey, Mérida, Oaxaca y Durango, por lo que en los próximos meses en el periodo del año 2010, alcanzarán una cobertura del 49% a nivel nacional y llegarán así a más de 50 millones de mexicanos.

Aunado a la ampliación de su cobertura, el plan para la transición a la televisión digital terrestre, iniciado en 2006 por el Gobierno Federal, se ha venido cumpliendo según los plazos establecidos. Desde el año 2009, gracias al esfuerzo y colaboración estrecha entre el Gobierno Federal, los gobiernos estatales y municipales, así como de instituciones educativas, constructores y fabricantes de equipos, Once TV México transmitirá sus contenidos en tecnología digital iniciando en las ciudades de México, Guadalajara, Xalapa, Veracruz, Coatzacoalcos, Torreón, Gómez Palacio y Morelia, mejorando así la calidad de la transmisión tanto en imagen como en sonido.



## PATROCINIOS

Aún cuando esta televisora pública no se rige por la venta de espacios publicitarios, hoy los patrocinadores voltean al canal por esta ampliación, Canal Once no vende espacios, pero ahora se ve un mayor interés en el área de patrocinios, sobre todo las empresas que tienen un compromiso de responsabilidad social.

Sin embargo esto no es suficiente para brindarle una independencia financiera, porque lo que se levanta por patrocinio es un porcentaje muy pequeño del presupuesto.

Después de mucho insistir por parte de algunas empresas fuertes en el territorio Nacional, Canal Once acepta los lazos de patrocinio, los cuales son:





## CAPITULO V COMUNICACIÓN INTEGRAL DE LA MARCA

---

### OBJETIVOS

- Plantear por medio de estrategias de publicidad y promoción medidas argumentadas que coadyuven de manera sistemática a incrementar el involucramiento del mercado meta con la programación de la barra Central Once.

### PLATAFORMA

**AUDIENCIA META:** Jóvenes televidentes entre 13 y 18 años de edad dentro del territorio nacional Mexicano de nivel socioeconómico D+ hasta C+.

La personalidad del televidente al que se está dirigiendo "Central Once" tiene diferentes vértices, las cuales se caracterizan por tener una personalidad de identidad y criterio propio ya que son jóvenes diferentes al resto, demostrándolo al expresar opiniones diferentes a las del resto, de igual forma son jóvenes responsables y esto se refleja al estar interesados en una diversidad de temas que inquietan a los jóvenes quienes analizan la información a fondo que se les brinda en la barra televisiva para una correcta toma de decisiones. Dichas personas tienen la gran capacidad y responsabilidad para llevar a cabo acciones que conlleven lo que es la conciencia cívica y social sin perder el dinamismo que caracteriza a dicha generación. En la época actual dicha generación tiene un interés casi nulo por dicha actividad, reflejando en ese tipo de actitudes el casi nulo interés cultural.

Cada una de las características anteriormente mencionadas connotan valores; al mismo tiempo que demuestra un nivel de cultura que hoy en día es extraño encontrar en una población joven.

La programación está plenamente dirigida a jóvenes con características muy particulares y selectivas, están interesados en una programación única y diferente con la que se sienten plenamente identificadas ya que cubren sus necesidades culturales, lúdicas y de entretenimiento, con información verídica y confiable. En algunos casos los programas que integran la barra televisiva "Central Once" cuentan con personas especializadas en diversas ramas de interés que generan gran curiosidad entre los jóvenes.










**CONCEPTO de PRODUCTO:** La barra televisiva Central Once es un espacio en el cual los jóvenes pueden encontrar distracción con temas de actualidad y de interés que les ayudan a entender el complejo mundo que atraviesan los jóvenes en la adolescencia con programas de calidad, en dicha programación se exponen temas de actualidad que permiten a los jóvenes enfrentarse a la realidad y estar actualizados en diversos temas. La programación permite que los jóvenes se puedan expresar y entender de una forma un tanto precisa su realidad. Central Once utiliza el tipo de lenguaje coloquial como lo muestra su slogan **iUna Tele + Chida!** con la finalidad que los jóvenes se sientan identificados con la televisora, Esto con la finalidad que los jóvenes puedan actualizarse en diversos temas de su agrado de manera espontanea sin caer en lo monótono y ayudándoles a una mejor toma de decisiones ya que se les ofrece un espacio que les permite expresar su autentica forma de ser y pensar.

### SELECCIÓN de MEDIOS

La barra "Central Once" podrá incursionar dentro de páginas de internet como lo son redes sociales, canales de vinculación social, ubicación dentro de la página de internet institucional (Instituto Politécnico Nacional), gacetas institucionales, posters institucionales, Promocionar la barra en las escuelas de nivel medio superior, realizar diferentes eventos que puedan ser del gusto de los jóvenes con ayuda de los patrocinadores de XE IPN Canal Once. De igual forma se podrá promocionar la barra dentro de eventos deportivos, eventos musicales, eventos culturales y lugares de esparcimiento.

-  Transporte Colectivo Metropolitano.
-  Pagina Institucional.
-  Redes Sociales.
-  Canales de Vinculación.
-  Aplicaciones en telefonía celular.

**MENSAJE:** A través de **iUna tele + chida!**, invitamos a los jóvenes de nuestro target, a ver la barra, dándole un tono jovial e informal, creando un concepto del canal dinámico, atrevido, lleno de energía, amigable, amable, con el que los jóvenes se identifican, dándoles así un espacio propio, abarcando temas actuales, interesantes y divertidos.

\*Chido: incluido en el Diccionario de la **Real Academia Española** y utilizado como adjetivo para calificar algo como bonito, lindo o agradable. Una expresión del caló juvenil de los años setenta, el mexicanismo chido", fue símbolo inequívoco de la cultura popular urbana, pero en la actualidad se usan más ampliamente, e incluso se utiliza en la publicidad cuando pretende imitar el habla popular.



## **Redes Sociales:**

El uso de la tecnología es hoy en día parte esencial de la forma de vida de la sociedad contemporánea. Los jóvenes están involucrados cada vez más con el mundo por medio de Internet, siendo éste, su principal herramienta de entretenimiento, diversión y en algunos casos, educación. Por ello proponemos la vinculación directa y activa de Central Once con la web, comprendiendo que es imponderable estar presencialmente vigente en ella.

Consecuencia de lo antes contextualizado, el estilo de vida de la juventud ha ido consumando grandes cambios en la estructura de sus relaciones interpersonales. Siendo que gran parte de su tiempo libre lo invierten en un mundo construido a partir de una realidad relativa: perfiles electrónicos (donde expresan lo que son o aspiran ser o transmitir), redes sociales donde interactúan con individuos, instituciones, marcas y/o productos que poseen o expresan similitudes de pensamientos, gustos y creencias afines a las suyas. Es esto último lo que ha desencadenado el boom global de estos sitios cibernéticos como Twitter, Flickr, LinkedIn, Youtube, Facebook, Xing, Tippity, Hi5, Roulette, My Space, Badoo, Quepasa, entre muchos otros. Debido al gran impacto que tienen las redes sociales en las actividades cotidianas y preferidas de los jóvenes se torna en una herramienta práctica, interactiva y útil para acercar la barra televisiva "Central Once".

Las redes sociales sirven para conocer a gente nueva. De esta manera se evita el aislamiento y mucha gente que antes no se relacionaba lo hace ahora a través de internet. La explosión de las redes sociales está haciendo que el uso de éstas vaya más allá de lo que en un primer momento se pensó. Y es que no cabe duda de que las redes sociales han traspasado el uso personal para entrar en el mundo de los negocios.

Es un hecho por todos conocidos que las redes sociales se van expandiendo a buen ritmo. De hecho, y según datos que maneja Nils Puhmann, cofundador y CISO de Cloud Security Alliance, "el crecimiento de Twitter, por ejemplo, ha sido del 350 por ciento, mientras que Facebook ya ha llegado a los 300 millones de usuarios".

Facebook ha dado a conocer que en total sus usuarios pasan 8.000 millones de minutos navegando en su página, lo que supone un incremento del 700 por ciento.



En cuanto a YouTube, 120 millones de personas se conectan al día para ver vídeos. Al día se suben 200.000 vídeos, y, también al día, se visualizan 200 millones de vídeos.<sup>1</sup>

De estos números se desprende que Internet, y especialmente los blogs y las comunidades sociales, se convierten en uno de los canales que más influyen en las decisiones de compra, y en el caso particular de Central Once, para optar por ver su contenido. Basándonos en estos fundamentos certeros se plantea hacer promoción efectiva a la Barra Central Once con diferentes actividades dentro de las diversas redes sociales que se irán describiendo a continuación:

---

<sup>1</sup> <http://www.idg.es/dealerworld/%C2%BFcuales-son-los-beneficios-empresariales-de-las-redes-sociales?/seccion-actualidad/noticia-88219>



# facebook®









# twitter



## Aplicaciones en Telefonía Celular:

Un de las principales tendencias en el consumo de medios y la forma de vida de el target es la vinculación de su vida virtual en su equipo telefónico, que además de cumplir con la función de instrumento de comunicación es lúdico y dinámico. Hoy en día es posible por medio de un registro virtual tener acceso a información enlazada a sus preferencias a través de la red en dispositivos móviles.

Se plantea el uso de aplicaciones telefónicas de la barra televisiva Central Once como las siguientes:

-  Envió vía SMS de la programación y temas a tratar en la programación
-  Recordatorio sobre el horario de la programación.
-  Uso de imágenes de los personajes que integran la Barra como protectores de pantalla y/o fondos.
-  Descargas en formato MP3, M4A y WMA de tonos alusivos a la programación.





## YOUTUBE

Existe un Programa para socios permite a los creadores y productores de contenido original ganar dinero gracias a sus videos disponibles en YouTube mediante el reparto de ingresos. Se gana dinero permitiendo que se muestren avisos publicitarios junto con los videos o alquilando los videos a través de foros en vivo. Esto, además de ser la mejor herramienta para acercar la Barra Central Once a millones de cibernautas, le retribuiría al canal financieramente, siendo que éste portal vincula directamente el contenido del Programa para socios antes mencionado con el perfil preciso del mercado objetivo. En otras palabras, esto significa que Youtube sugerirá a sus cibernautas que cubran con el perfil preciso (poseen el control del perfil de cada uno de sus usuarios) que entren al Canal Oficial de Central Once, por lo que la eficacia de ésta estrategia es óptima y económica.

Del mismo modo, con la renta de espacios publicitarios como banners electrónicos dentro del canal en Youtube de Central Once se pagaría por sí mismo la membresía a dicho Programa de Socios, y no se perdería el enfoque cultural y educativo de la barra siempre y cuando se vincule a publicidad relativa a ello, como librerías, fundaciones, asociaciones, entre otras. Si se opta por los videos con sustento publicitario, el sistema elegirá automáticamente los avisos sobre la base de diferentes factores contextuales, como la categoría del video.

Al evaluar las aplicaciones, tenemos en cuenta diversos factores, entre ellos la popularidad de los videos del usuario, el número de suscriptores, la participación del usuario en la comunidad de YouTube y el registro de seguimiento de conformidad con las condiciones de servicio de YouTube. Del mismo modo, los cibernautas que entren al canal de esta red de vinculación social pueden participar activamente con comentarios y opiniones fungiendo éste espacio como un foro abierto.



A continuación se muestra la propuesta del Canal de Central Once en Youtube.

**YouTube** central once | Buscar | Explorar | Subir

**Me Mueves - Farol de la calle**  
 CentralOnce 296 videos | Suscribirse

0:00 / 7:01 | 360p

CentralOnce | 25 de mayo de 2010 | Barra Jóvenes | 3633 de reproducciones

Me gusta | Agregar a | Compartir

**PROGRAMAS**

- LO QUE ME PRENDE
- ME MUEVES
- INTERESADOS PRESENTARSE
- ABCDECIDE
- HACIENDO ECO
- ENCHÚLAME LA MAQUINA
- LAS AVENTURAS DE LAWRENCE LEUNG
- THE OWL

Síguenos en: YouTube | Twitter | Facebook | hi5

**Sondeo: ¡Participa!**  
 ¿Has tenido un amor de verano?  
 Sí.  
 No.

Todos los comentarios (7)

**NIKEPUMAS2** hace 1 mes | ay osito se la curan con el

**soyelh** hace 2 meses | ALGUIEN SABE COMO SE LLAMA LA CHAVA QUE LE DICE A PABLO NO MANCHE PARECE CENICIENTA Min: 4:43 SI ALGUIEN SABE PORFA RESPONDA

**Muscka13** hace 2 meses | ese capitulo estuvo genial ami como me cagan esos putos, que se sienten los galancitos y el resto total si lo asen que putas tienen que andar diciendo y sobre todo en estos jr pinches morros pan de dulce .muy buen capitulo

**ivandacu** hace 3 meses | jaja che farol hehe ni pex lo cacharon hehe

**stares77** hace 4 meses | aw! Pablo es tan sexy (L) jaja  
 Yo si le daba xD  
 (aunque cezar tambn sta bn ;D jaja)

Ayuda | Acerca de | Seguridad | Privacidad | Condiciones  
 Idioma: Español | Ubicación: México | Modo de seguridad: Desactivado

ONCE TV MÉXICO











## DESCRIPCIÓN:

En la parte superior central se encuentra el video del programa que el cibernauta eligió, inmediatamente debajo de esto, se encuentra el menú para optar por las opciones “me gusta” o “me disgusta”, así como las opciones que permiten exportar y compartir el video en otras redes sociales y los íconos que permitirán directamente entrar al apartado del programa de la barra deseado inmediatamente. En la parte inferior de lo antes mencionado se encuentran otros videos relacionados con el mismo programa. En la parte superior derecha está el apartado de banners publicitarios, en éste caso ejemplificamos con librerías e instituciones. En la parte central, enmarcado de color gris claro está el menú rápido que pondera los videos más destacados del Canal Oficial de Central Once, y en la parte inferior a esto se localiza el apartado de cada uno de los programas donde, al hacer “click” sobre su imagen, se desplegará una nueva ventana con el contenido de dicho programa seleccionado. A un costado de esto, se localiza la barra de comentarios donde los visitantes interactúan entre sí, escribiendo comentarios y opiniones. Ahí mismo pueden acceder directamente a otras redes sociales donde existe presencia de Central Once (como Facebook, Twitter, hi5). Por ejemplo, al clickear sobre el ícono de Twitter inmediatamente se despliega un cuadro que con las actividades recientes de dicha red social e invita a unirse a ella. Finalmente, en la parte inferior, se encuentra la encuesta activa del día, el apartado legal del contenido de la Página y el logotipo de Once TV.

## VENTAJAS:

-  Millones de videos se reproducen por día en YouTube y cientos de miles se suben diariamente.
-  YouTube es el sitio número uno de videos en Internet y el 4º destino más grande de Internet del mundo. (Nielsen NetRatings, diciembre de 2008)ç
-  YouTube atrajo más de 300 millones de únicos espectadores de video en todo el mundo en diciembre de 2008. (Nielsen NetRatings, diciembre de 2008)
-  YouTube es el motor de búsqueda número 2 del mundo, después de Google y antes de Yahoo! (comScore, octubre de 2008)
-  Utiliza las propias ventas (en éste caso los programas y el espacio) para vender anuncios.
-  Determina a nivel de visitas si el contenido es realmente exitoso y en qué fracasa.



## PAGINA INSTITUCIONAL

Se pretende manejar la publicidad de la Barra de Central Once mediante las paginas institucionales, al ingresar a estas aparecerá automáticamente el logotipo de Central Once, y a su vez irá cambiando por los logotipos de cada uno de los programas que maneja la Barra, automáticamente al dar click sobre el logotipo te enviara directamente a la pagina del canal y aquí podrán observar detalladamente las características de cada uno de los programas con los que cuenta la Barra.

Esta herramienta es fundamental para saber las noticias y actividades que van dirigidas para la comunidad politécnica. Es un medio que facilita y da un toque de practicidad para encontrar información diversa.

Esta herramienta facilitara el uso debido a que se encuentra en la *web*, de esta forma los jóvenes pueden acercarse o consultar dicha guía de manera fácil y practica utilizando uno de los medios más efectivos hoy en día.

Se incorporara una liga directamente en la página principal del Instituto Politécnico Nacional ([www.ipn.mx](http://www.ipn.mx)), misma que remitirá directamente al canal de vinculación de YOUTUBE, donde podrán seguir la programación de la barra e interactuar en otras redes sociales.

México D.F. a Martes 26 de Octubre de 2010

INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
"La Técnica al Servicio de la Patria"

Idiomas : English | Français | Español

Todas las personas tenemos derechos

Bienvenidos al Portal | Mapa del Sitio | Correo Electrónico | Contáctanos | Calendario | Directorio

Conócenos  
Página de la Directora General | Historia | Estructura Básica | Estadísticas | Informes de Actividades | Normatividad Institucional | Estructura Funcional | Programas Politécnicos

Oferta Educativa  
Medio Superior | Superior | Posgrados | Educación Virtual | Idiomas | Educación Continua | Validez Oficial | Convocatorias de Ingreso IPN

Transparencia  
Transparencia y rendición de cuentas | Unidad de Enlace | Evaluación de Programas Federales

Vinculación  
Sector Productivo | Inubadora de Empresa | Cooperación e Intercambio | Integración Social

ONCE TV MEXICO  
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL

CENTROS DE ACOPIO  
Expresemos nuestra solidaridad con los estados de Veracruz, Tabasco, Chiapas y Oaxaca

MÉXICO 2010  
Bicentenario Independencia Centenario Revolución

Comunidad IPN | Ciencia y Tecnología | Comunicación Social | IPN Digital

Avisos y Eventos

DECANATO | CINVESTAV | COFAA  
ONCE TV | POI | DEFENSORIA  
PLANETARIO | BIBLIOTECAS Y PUBLICACIONES | MÉXICO 2010

Escuela de Otoño Gran Reto 4 de la red TIC del Conacyt  
3er Concurso de Ensayo Universitarios Construyendo Transparencia

Cultura  
Académicos  
Deportivos

Unidad Profesional "Adolfo López Mateos", Zacatenco, Del. Gustavo A. Madero, C.P. 07738, México D.F. Tels.: 57296000, 57296300, 56242000  
Instituto Politécnico Nacional (IPN), Av. Luis Enrique Erro S/N, Unidad Profesional Adolfo López Mateos, Zacatenco, Delegación Gustavo A. Madero, C.P. 07738, México, Distrito Federal, 2009-2010. Esta página es una obra intelectual protegida por la Ley Federal del Derecho de Autor, puede ser reproducida con fines no lucrativos, siempre y cuando no se mutila, se cite la fuente completa y su dirección electrónica, su uso para otros fines, requiere autorización previa y por escrito de la Directora General de Comunicación Social y Marketing. Contenido actualizado al 25 de Octubre de 2010  
Estadísticas de entrada al IPN



## **GACETA INSTITUCIONAL**

Es necesario resaltar la calidad en cobertura informativa, tiraje y diseño que ha tenido la *Gaceta Politécnica* como el segundo instrumento de información para la comunidad. Por ello es un instrumento importante para la difusión de la barra televisiva Central Once, la principal ventaja al usar este medio es, que por estar vinculado a la misma institución, acercaría directamente con la comunidad estudiantil y el costo sería prácticamente nulo.

Este instrumento se edita semanalmente, con un tiraje de 40 mil ejemplares, impresa a color, se distribuye en todas las escuelas, centros y unidades del IPN, y sin incrementar el presupuesto destinado para tal efecto, haciendo financieramente viable para el canal la vinculación de la barra con la comunidad estudiantil.

Este medio será de utilidad para mantener informados a los jóvenes que pertenezcan a la comunidad del Instituto Politécnico Nacional, ya que la gaceta llega hasta sus manos de manera gratuita siendo un medio cercano y efectivo para que estén de igual forma un tanto más involucrados con los programas de su preferencia.



## **PUBLICIDAD EN TRANSPORTE COLECTIVO METROPOLITANO**

Este medio de transporte es uno de los más utilizados para el traslado de jóvenes dentro de la zona urbana, es por eso que será uno de los medios con mayor eficacia ya que se contara con publicidad fija dentro de las estaciones que presentan un mayor número de afluencia.

La publicidad fija estará diseñada en base a la imagen que se maneja en página de internet de "Central Once" para captar la atención de los jóvenes y reforzarlo en la mente de lo que ya la conocen, así como para que la conozcan los que no saben de ella. La publicidad fija estará indicando los programas, horarios y temas a tratar. Estarán colocadas en puntos clave de las líneas del sistema de transporte colectivo metropolitano en las estaciones terminales y en las estaciones donde se interceptan dos o más líneas.

Los puntos elegidos son:















A continuación se muestra la propuesta del Canal de Central Once en Transporte Colectivo Metropolitano.





## **EVENTOS MUSICALES, CULTURALES Y DE ESPARCIMIENTO**

Se utilizará publicidad en eventos musicales ya que los jóvenes están muy familiarizados con este tipo de eventos masivos, la publicidad que se manejará será por medio de los boletos; en el reverso de los mismos se manejará el logotipo de Central Once y el link para que ingresen y conozcan mas sobre los programas que contiene la barra, a su vez también se manejaran PubliTrucks que estarán fuera del lugar donde se lleven a cabo los eventos musicales, en estos se anunciaran cada uno de los programas que maneja la barra especificando los horarios para que sigan su transmisión.

### **Medidas**

Laterales:

Total: 4,56 x 2,73 Mts. c/u

Visual: 4,36 x 2,53 Mts. c/u

Posterior:

Total: 1,10 x 2,73 Mts.

Visual: 0,90 x 2,53 Mts.

Delantera:

Total: 1,10 x 1,40 Mts.

Visual: 0,90 x 1,20 Mts.

El tipo de material: Banner impreso a full color con tintas UV a base solvente.



A continuación se muestra la propuesta del Canal de Central Once en Eventos musicales, culturales y de esparcimiento.

The poster for "The Road to Nashville FEST" features a vibrant, hand-drawn style. At the top left, a small illustration shows a woman playing a guitar with the text "VIVA CUERVO SALÓN" and "VIVA LA MÚSICA". The central focus is the title "The Road to Nashville" in large, bold, red letters, with "The" and "Road" stacked above "to Nashville". The letters are decorated with various elements: a yellow acoustic guitar is positioned behind the "o" in "Road"; a red hand holding a guitar neck is behind the "o" in "Nashville"; a high-heeled shoe is at the bottom of the "o" in "Nashville"; and various flowers, butterflies, and leaves are scattered around the text. In the bottom right corner, there is a purple circular logo for "CENTRAL ONCE" and a red rectangular logo for "ONCE TV MÉXICO".

The Road to Nashville FEST. Del 14 al 17 de diciembre.  
VIVE CUERVO SALÓN entrada libre  
[www.theroadtonashville.com.mx](http://www.theroadtonashville.com.mx)



## CAPITULO VI IMAGEN

---

### OBJETIVO

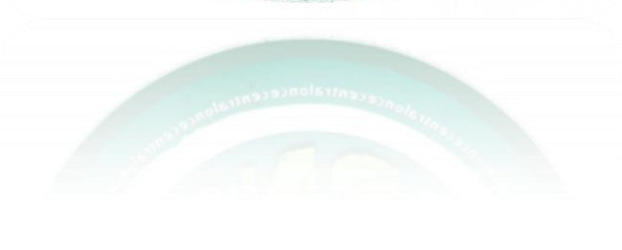
- Establecer y reforzar la imagen de la barra de central once en la mente del televidente.

El principal objetivo de Central Once es el de ofrecer a los jóvenes una opción televisiva divertida pero a la vez educativa, cultural y que transmita valores familiares. Para que los jóvenes a los que va dirigida la barra se identifiquen con la misma, se creó una imagen juvenil, moderna, dinámica, de mucho colorido, apoyada por una variedad de personajes que comunican toda ésta etapa de adolescencia y en la que se tratan temas de actualidad y de interés común en los jóvenes. Dándoles también un espacio para expresarse, y utilizando los medios más actuales estar en contacto con ellos y sus inquietudes.

El perfil del televidente de Central Once son jóvenes que en promedio cursan nivel secundaria y preparatoria, en general son jóvenes llenos de energía, alegres, dinámicos, amigables, creativos, soñadores, inteligentes, aventureros, activos les gusta divertirse, con estilo propio, con pasión, arriesgados, un tanto agresivos, románticos, soñadores, idealistas, solidarios, seguros, confiables, maduros, inocentes, con dudas y cuestionamientos, en busca de una identidad propia. La barra creó un slogan "Una tele + chida", es una herramienta que también abre las puertas con los jóvenes hablando en su idioma, la palabra chida entre ellos es cool, positiva, y así los invita a acercarse de manera amable, amigable, confiable, como si fuera un amigo con quien conversar o simplemente pasarla bien.

Central Once tiene una cobertura a nivel nacional ya está presente en la mayor parte de la República Mexicana. Hoy en día con el internet también se puede ver la programación por medio de youtube o canales de vinculación similares en cualquier parte del mundo, es decir a través de éste medio se empieza a tener una cobertura internacional.

Central Once comunica una imagen joven y actual, totalmente informal, dinámica, amigable, moderna, colorida, propositiva e informativa. A través de todos los medios utilizados para promover Central Once se divulga la misma imagen para ser más identificables para los chavos con el logotipo y el slogan de "Una tele + chida".





## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

---

Mediante el proceso de la Tesis se logro cumplir el objetivo específico que fue desarrollar un plan Estratégico para el Reposicionamiento de Central Once, la Barra Juvenil de Once TV México para que el televidente logre un mayor acercamiento a la programación juvenil de canal once.

El Plan Estratégico para el Reposicionamiento de Central Once, la Barra Juvenil de Once TV México, no se hubiera desarrollado de manera satisfactoria sin el apoyo del marco teórico de las Aplicaciones de la Psicología al Trabajo en Mercadotecnia y en las Transacciones Internacionales, ya que a través de la comprensión del comportamiento de los televidentes acorde con las necesidades de la Mercadotecnia del Nuevo Siglo y de acuerdo a las necesidades de Central Once, la Barra Juvenil de Once TV México, fundamentada en el conocimiento y comprensión de la evolución de tendencias en los Mercados Globales de la Televisión.

A través de este Plan Estratégico se ha logrado determinar el mercado al que estará enfocado que son jóvenes de trece a dieciocho años, al ubicarlo se llevo a cabo un análisis detallado en cuanto a gustos y preferencias para satisfacer sus necesidades.

También se logro determinar las características que debe de tener toda la Barra de Central Once para que este se al agrado del televidente que son contenidos divertido, interesantes, culturales.

Se observo que a los que si les gusta la programación ya tienen un estilo de vida en específico y saber que estos televidentes tienen la capacidad de buscar una televisión cultural.

Se logro determinar que los jóvenes se desarrollan más en la tecnología y pasan la mayor parte del tiempo en internet, donde consumen mayor parte del tiempo en el.



## Recomendaciones

- Incrementar la duración de los programas de la barra televisiva para lograr un mayor interés y seguimiento por parte de los televidentes.
- Invertir en publicidad de manera sencilla en puntos estratégicos.
- Hacer el contenido de los programas más atractivos.
- Introducir infomerciales con un mensaje social de manera divertida.
- Mayor énfasis en cuanto a horarios.
- Reacomodar horarios; es decir, que su transmisión sea de lunes a viernes de preferencia por las tardes que es cuando regularmente están en casa los jóvenes.



## Bibliografía

---

- Madeline Levine; **Ph.D.** La violencia en los medios de comunicación. Grupo Editorial Norma.
- SAPIR, Edwar, **Lingüística** y Significación. Editorial Salvat.
- BARRIOS, Leoncio. TV **Literatura** para **Recrear** y Educar.
- S. Ramirez/S. Muñoz, *Trayectos del consumo* 1995
- S.Ramirez, "Cultura, tecnologías y sensibilidades juveniles", 1996
- Jesús Martín Barbero Es Maestro en Antropología egresado en la Escuela de Antropología e Historia de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Es autor de numerosos artículos y libros, entre los que se encuentran: "*Cultura urbano y movimientos sociales*" editado en 1998" y co-autor de "*Territorio y Cultura en la Ciudad de México*" (1999).
- Notimex  
El Universal  
Ciudad de México  
Lunes 21 de enero de 2008
- La jornada martes 14 de abril de 2009
- Teens y redes Daniela Buenfil AMAI Kitelab
- Congreso AMAI tendencias 2020
- La vida ON-LINE





- <http://guiajuvenil.com/hijos/valores-morales-para-distinguir-lo-bueno-de-lo-malo-en-la-adolesc.html>
- <http://www.es.catholic.net/jovenes/123/>
- <http://www.creativosonline.org/blog/cuadro-con-el-significado-de-los-colores-y-ejemplos-de-logos.html>
- <http://www.slideshare.net/chrisdres/tipografia-3336832>
- <http://www.oncetv-ipn.net/centralonce/>
- <http://www.camionetica.com/blog/2009/06/28/significado-de-los-colores-en-el-diseno-de-logotipos/>
- <http://www.significado-colores.com/2009/03/significado-de-los-colores-en-la.html>
- [http://estocolmo.se/cultura/color\\_oktub23.htm](http://estocolmo.se/cultura/color_oktub23.htm)
- <http://www.duamu.com/re/articulo/590/id/590/articulos-significado-de-los-colores-web.html>
- <http://www.monografias.com/trabajos13/typyrot/typyrot.shtml>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/caracprodhernando.htm>
- [http://www.articulosinformativos.com.mx/Internet\\_Supera\\_a\\_la\\_Television\\_entre\\_Los\\_Jovenes\\_Mexico-r1023871-Mexico.html](http://www.articulosinformativos.com.mx/Internet_Supera_a_la_Television_entre_Los_Jovenes_Mexico-r1023871-Mexico.html)
- <http://www.florbilbao.com/colores.htm>
- <http://oncetv-ipn.net/index.php>
- <http://oncetv-ipn.net/acercade/>
- <http://www.oncetv-ipn.net/centralonce/abcdecide/>
- <http://www.oncetv-ipn.net/centralonce/interesados/>



- <http://www.uncetv-ipn.net/centralonce/haciendoeco/>
- <http://www.uncetv-ipn.net/centralonce/loquemeprende/>
- <http://www.uncetv-ipn.net/centralonce/memueves/>
- <http://www.uncetv-ipn.net/centralonce/pimpmyride/>
- <http://www.uncetv-ipn.net/centralonce/lawrence/>
- <http://www.uncetv-ipn.net/centralonce/owl/>
- <http://uncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=historia>
- <http://www.uncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=patrocinios>
- <http://www.merca20.com/canal-11-por-una-tele-mas-abierta/>
- <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/vocero/boletines/com541.html>
- <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/vocero/boletines/com541.html>
- <http://www.eluniversal.com.mx/notas/587141.html>
- [http://www.unomasuno.com.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1795:encabeza-calderon-ampliacion-de-cobertura-de-canal-once-tv&catid=1:nacionales&Itemid=541](http://www.unomasuno.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=1795:encabeza-calderon-ampliacion-de-cobertura-de-canal-once-tv&catid=1:nacionales&Itemid=541)
- <http://lamercairecta.blogspot.com/>
- <http://www.youtube.com/youtubeonyoursite>
- <http://www.facebook.com/#!/pages/Club-de-fans-Central-Once/322608416638>
- <http://etimologias.dechile.net/?lu.dico>
- <http://www.facebook.com/#!/album.php?aid=6024&id=10000746217670>



- [http://www.ipn.mx/WPS/WCM/CONNECT/IPN\\_HOME/IPN/ES TRUCTURA\\_PRINCIPAL/INDEX.HTM](http://www.ipn.mx/WPS/WCM/CONNECT/IPN_HOME/IPN/ES TRUCTURA_PRINCIPAL/INDEX.HTM)
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea1.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea2.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea3.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea4.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea5.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea6.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea7.html><http://www.metro.df.gob.mx/red/linea8.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/linea9.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/lineaa.html>
- <http://www.metro.df.gob.mx/red/lineab.html>
- <http://foro.univision.com/t5/Historia-Universal/ANTECEDENTES-HIST%C3%93RICOS-DE-LA-TELEVISI%C3%93N-EN-MEXICO/m-p/53641472>
- <http://www.prepafacil.com/cobach/Main/AntecedentesHistoricosDeLaTelevisionEnMexico>
- <http://www.slideshare.net/georgegeorge/antecedentes-historicos-de-la-television-en-mexico-339832>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Guillermo\\_Gonz%C3%A1lez\\_Camarena](http://es.wikipedia.org/wiki/Guillermo_Gonz%C3%A1lez_Camarena)
- <http://www.monografias.com/trabajos5/adoles/adoles.shtml>
- <http://www.enplenitud.com/nota.asp?articuloid=895>



- <http://www.innatia.com/noticias-c-salud-bienestar/a-influencia-television-10150.html>
- <http://www.svnp.es/Documen/comunica.htm>
- <http://www.angelfire.com/moon2/amigasdefox/adolesente.htm>
- <http://www.zonagratis.com/servicios/noticias/2004/diciembre/09.htm>
- <http://www.enplenitud.com/nota.asp?articuloID=3242>
- Libro: ¿Cómo la ves? "La Televisión Mexicana y su Público Rubén Jara Elías y Alejandro Garnica Andrade. IBOPE AGB
- [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Wonder\\_Years](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Wonder_Years)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Mi\\_bella\\_genio](http://es.wikipedia.org/wiki/Mi_bella_genio)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Bewitched>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Addams\\_Family](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Addams_Family)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/El\\_Chavo\\_del\\_Ocho\\_\(serie\\_de\\_TV\)](http://es.wikipedia.org/wiki/El_Chavo_del_Ocho_(serie_de_TV))
- <http://es.wikipedia.org/wiki/ALF>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Saved\\_by\\_the\\_Bell](http://es.wikipedia.org/wiki/Saved_by_the_Bell)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Fresh\\_Prince\\_of\\_Bel-Air](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Fresh_Prince_of_Bel-Air)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Sabrina,\\_the\\_Teenage\\_Witch](http://es.wikipedia.org/wiki/Sabrina,_the_Teenage_Witch)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Tiempos\\_inolvidables](http://es.wikipedia.org/wiki/Tiempos_inolvidables)
- <http://derecuertos.blogspot.com/2007/01/paso-paso.html>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/El\\_mundo\\_de\\_Beakman](http://es.wikipedia.org/wiki/El_mundo_de_Beakman)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Los\\_Simpson](http://es.wikipedia.org/wiki/Los_Simpson)



- [http://es.wikipedia.org/wiki/Futurama\\_\(serie\\_de\\_televisi%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Futurama_(serie_de_televisi%C3%B3n))
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Malcolm\\_in\\_the\\_middle](http://es.wikipedia.org/wiki/Malcolm_in_the_middle)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Big\\_Bang\\_Theory](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Big_Bang_Theory)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Gossip\\_Girl](http://es.wikipedia.org/wiki/Gossip_Girl)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/That\\_'70s\\_Show](http://es.wikipedia.org/wiki/That_'70s_Show)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Gilmore\\_Girls](http://es.wikipedia.org/wiki/Gilmore_Girls)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Glee\\_\(serie\\_de\\_televisi%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Glee_(serie_de_televisi%C3%B3n))
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Smallville>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_Vampire\\_Diaries](http://es.wikipedia.org/wiki/The_Vampire_Diaries)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/The\\_O.\\_C.](http://es.wikipedia.org/wiki/The_O._C.)
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Dawson's\\_Creek](http://es.wikipedia.org/wiki/Dawson's_Creek)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/90210>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/MTV>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Exa\\_TV](http://es.wikipedia.org/wiki/Exa_TV)
- <http://www2.esmas.com/telehit/>
- <http://www2.esmas.com/telehit/que-es-telehit/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cybernet>
- <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=historia>