

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

---

*Nada humano me es ajeno*

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

## **Capital 21: Un medio televisivo al servicio del cambio social**

MEMORIA DE EXPERIENCIA PROFESIONAL  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

**Mónica Montserrat Leal Quintanilla**

Directora del trabajo por Memoria de Experiencia Profesional

**Dra. Yolanda Guerra Macías**

Ciudad de México, octubre de 2021.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

#### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

# AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México por los aprendizajes y saberes que me permitieron entender la importancia de la retribución social y que fueron las herramientas que me ayudaron a desarrollarme profesionalmente. Así mismo, agradezco a esta institución, el apoyo para la impresión y empastado de este trabajo de investigación.

A Capital 21 por abrirme las puertas y darme la oportunidad de integrarme a un proyecto que se preocupa por entender la importancia del papel que los medios públicos tienen en la sociedad.

A la profesora Yolanda Guerra Macías, por todo su apoyo, paciencia y dedicación. Es, sin duda, parte indispensable para la realización de este proyecto.

A mis padres, hermanos, amigos y familiares que han sido motivo de inspiración y de apoyo. Y por todo el amor y comprensión incondicional, de cada una de las personas que han sido parte fundamental en mi vida.

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>5</b>
<b>I. ORIGEN DE CAPITAL 21 .....</b>	<b>7</b>
1. <i>Estructura general .....</i>	10
2. <i>Estructura del Departamento de Producción.....</i>	13
<b>II. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL .....</b>	<b>15</b>
<b>III. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL .....</b>	<b>22</b>
1. <i>Clasificados.....</i>	22
1.1. Reconocimiento del programa Clasificados.....	26
1.2. Diseño del programa Clasificados.....	28
1.3. Productos que surgieron del proyecto de Clasificados .....	31
1.4. Proceso de Edición y Postproducción en Clasificados.....	34
1.5. Propuestas de mejoras.....	35
1.6. La relación de Clasificados con el programa educativo de la UACM .....	36
2. <i>Capital de letras.....</i>	38
2.1. La importancia de la literatura en la sociedad .....	40
2.2. Diseño del programa Capital de letras.....	44
2.3. Productos que surgieron del proyecto de Capital de letras.....	51
2.4. Proceso de Edición y Postproducción en Capital de letras.....	52
2.5. Propuestas de mejoras.....	53

2.6. La relación de Capital de letras con el programa educativo de la UACM .. 55

**IV. CONCLUSIONES ..... 57**

**REFERENCIAS..... 61**

**ANEXOS..... 64**

# INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, pretende ser una muestra acerca del proyecto de Capital 21, el canal de la Ciudad de México y su compromiso con el cambio social. Además de mostrar una parte de mi trabajo dentro de dicha institución y como mi paso por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México contribuyó a entender y comprometerme con dicha transformación social.

En un principio, se hará un recuento histórico de la fundación y establecimiento de Capital 21 como el medio público de la Ciudad de México, quienes contribuyeron a dicha creación y como fue que pasó de ser un proyecto a una realidad. Se mencionará como está constituida actualmente la estructura general del canal y la formación del departamento de Producción, al que yo pertenezco.

Después, haré un análisis introductorio acerca de mis inicios como editora y de algunos de los proyectos más importantes en los que participé. Cómo fue que fui desarrollando nuevos conocimientos que me permitieron trabajar en proyectos cada vez más importantes y con mayor nivel de responsabilidad. Mi transición al departamento de producción y como fue que esto implicó un crecimiento profesional y personal.

Posteriormente haré un análisis completo al respecto del proyecto “Clasificados” en el cual trabajo actualmente y que es una apuesta importante por parte de Capital 21. Hablaré acerca de el proceso de pre producción y planeación, diseño, cómo es que se lleva a cabo y cual es mi labor dentro de dicho proyecto. Además de mencionar la implicación social que éste tiene, su función dentro de la sociedad y el compromiso personal que implica ser parte de este programa.

También se hará un análisis completo del programa Capital de Letras, en el que también participo y como es que este proyecto surgió como una herramienta para fomentar la lectura y promocionar el trabajo de escritores y escritoras, la función social que tiene y la responsabilidad que implica estar directamente trabajando en la edición y post producción del mismo.

Por último, mencionaré mis conclusiones acerca de como se relaciona mi proceso de aprendizaje dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México con mi desarrollo y crecimiento laboral en Capital 21. Deteniéndome en analizar como es que la televisión influye en la sociedad y porqué esta tiene la responsabilidad de formar ciudadanos y ciudadanas más críticos, empáticos y comprometidos. Mencionaré la importancia que proyectos como “Clasificados” o “Capital de letras” tienen en dicha transformación y porqué creo que trabajar en estos programas me coloca en posición de ser parte de dicho proceso.

## I. ORIGEN DE CAPITAL 21

En la fecha 17 de abril de 2008 y con la naturaleza y propósito de difundir programas educativos, incluyendo programas musicales, culturales e informativos, además de contenidos culturales sobre la ciudad, cultura urbana y jóvenes, bajo la administración del entonces Jefe de Gobierno Marcelo Ebrard Casaubón, entró en operación el Canal de Televisión de la Ciudad de México, "Capital 21", entonces con la transmisión vía internet <sup>1</sup> sede en las instalaciones del "Centro Cultural Futurama" el 20 de abril de 2009 inició sus transmisiones la Estación de Radio Web<sup>2</sup> y el 22 de febrero de 2010, el Gobierno del Distrito Federal obtuvo de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), adscrita a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del Gobierno Federal, el Título-Permiso para usar la señal de radiodifusión XHCDM-TDT Capital 21 (TSJ, 2016, p. 2; Martínez, 2017, p. 26-27).

**Imagen 1. Logo Capital 21**



Nota: Logo actual de Capital 21. Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

---

<sup>1</sup> <http://canal21.df.gob.mx>

<sup>2</sup> <http://capital21df.gob.mx/ondexradio.html>

Previo a finalizar su administración, Marcelo Ebrard, pidió la renuncia al equipo fundador de Capital 21, encabezado por el entonces director Hector Cervera, designando a Marcela Gómez Zalce, hasta entonces directora de la Oficina de la Jefatura de Gobierno, como nueva Directora General del Sistema de Radio y Televisión Digital. Ya en la jefatura de gobierno de Miguel Ángel Mancera, Gómez Zalce cambió la plantilla laboral, además del domicilio, que ahora se encontraría en el centro de la ciudad, en el número 89 de la avenida José María Izazaga, dentro de la alcaldía Cuauhtémoc; además relanzó la programación del canal de televisión y del portal de internet. (Fernandez, 2012, párr. 2; Martínez, 2017, p. 27)

El 20 de noviembre de 2015 se publicó, en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el Aviso por el que se da a conocer el Manual Administrativo del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal. En el documento se establecen varias de las políticas y pautas con las que opera Capital 21, como lo son su misión, visión y objetivos. (GODF, 20 de noviembre de 2015; citado en Martínez, 2017, p.27)

Capital 21 es un medio de comunicación multiplataforma que pertenece al Sistema Público de Radiodifusión de la Ciudad de México. Es un espacio público innovador, de contenidos originales e integrados a las nuevas tecnologías, que cuenta con acceso para todas y todos, con el principal objetivo de construir una sociedad más equitativa y con sólido valor ciudadano, cultural y social. (2021, 19 de abril)

Con la promulgación de dicho manual, quedan establecidos los parámetros y lineamientos con los que habrá de operar Capital 21, los cuales dan un importante énfasis en el sentido social y democrático que pretende proyectar canal 21, sus contenidos, además de originales, siempre deberán estar enfocados en desarrollar un sentido crítico y humano en los ciudadanos.

“Capital 21 es un medio público que busca contribuir a la transformación que la sociedad se ha propuesto. Comunicación para la paz, el cambio social, libertad e igualdad: *El Corazón de la Capital*” (Capital 21, 2021, 19 de abril). Se recalca la importancia en la formación de una sociedad equitativa, consciente y que empuja por conseguir los derechos que como ciudadanos y ciudadanas merecen.

Según su propia página, la misión del Canal 21 (19 de abril de 2021, párr. 4) es: “Producir y transmitir a través del portal de Internet y en señal radiodifundida,

programas, información y noticias en los ámbitos cultural, político, económico y social de interés para los habitantes y visitantes de la Ciudad de México”. Y tiene como visión:

Ser un espacio de expresión plural que promueve la cultura democrática, la libertad de expresión y el derecho a la información, mediante la participación activa y directa de la ciudadanía en la programación televisiva y radiofónica, así como en la generación de contenidos que reflejan la pluralidad ideológica de la ciudad en igualdad de circunstancias para hombres y mujeres, fomentando el respeto de los derechos humanos, permitiendo que la ciudadanía exprese libremente su opinión. (Capital 21, 2021, 19 de abril)

Así mismo dentro del portal se muestran los principales valores que promueve el Canal y que muestran un compromiso a favor de la ciudadanía, tales como:

1. Dignificar el valor de lo público.
2. Compromiso con nuestra identidad y las Culturas Populares
3. Dar prioridad a los pobres y a sectores primidos la solidaridad.
4. Compromiso con una democracia auténtica que incentive la conversación pública y participación
5. Accesibilidad a los contenidos para todas y todos a través de cualquier plataforma.
6. Innovación en la forma de crear contenidos para crear cercanía con la audiencia.
7. Dinamismo para mantener actualizada a toda la ciudadanía sobre los hechos que ocurren en la Capital. (Capital 21, 19 de abril de 2021)

## **1. Estructura general**

La estructura general de Capital 21 está constituida por:

### **Director de operación técnica**

Actualmente el cargo está ocupado por el Mtro. Alejandro Hércules Arellano Luján, cuyas funciones principales son:

1. Asegurar que los archivos electrónicos cumplan con las especificaciones técnicas, para ser compatibles con el servidor, a fin de iniciar el proceso de continuidad
2. Verificar que el material audiovisual esté aprobado para que pueda ser utilizado.
3. Supervisar que la parrilla de programación esté autorizada para acceder al material audiovisual.
4. Validar los formatos del material audiovisual para que cuenten con los requerimientos establecidos.
5. Asegurar que el material audiovisual se encuentre en el Playout para su transmisión. (GOCDMX, 2019, p.7)

### **Directora de radio y televisión**

Actualmente el cargo está ocupado por la Lic. María Olimpia Velasco Mora, cuyas funciones principales son:

1. Establecer una parrilla de programación que cumpla con los objetivos del sistema.
2. Proponer los contenidos de radio y televisión para la autorización de la Dirección General.
3. Supervisar el género televisivo al que va dirigido el programa para definir las franjas horarias para la programación de contenidos.
4. Proponer convenios o intercambios de material audiovisual para enriquecer la parrilla de programación acorde a las necesidades del Sistema.
5. Asegurar que el material audiovisual cumpla con los aspectos técnicos y de contenidos de los materiales para integrarlos en la parrilla de programación.
6. Verificar los materiales para que coincida con el perfil de los contenidos manejados en el Sistema.
7. Supervisar la parrilla programática para solucionar problemas con respecto a los tiempos oficiales.

8. Coordinar la producción de programas para responder a la demanda de los cibernautas.
9. Proponer contenido en la radio web para que sea de interés para la ciudadanía.
10. Calificar los procesos de post- producción para que los programas sean puestos al aire en los distintos programas de la radio web. (GOCDMX, 2019, p. 9)

### **Jefatura de Unidad Departamental de Asuntos Jurídicos**

Cuyo cargo está, actualmente, ocupado por el Lic. José Ramírez Moyao y sus funciones principales son:

1. Recomendar a la Dirección General y a todas sus áreas sobre la interpretación y la aplicación de las disposiciones legales que fundamentan o tienen relación con las actividades realizadas.
2. Informar a la Dirección de Asuntos Jurídicos a la que pertenece este órgano desconcentrado, de los requerimientos realizados para responder ante las autoridades judiciales, laborales y / o administrativas.
3. Revisar los instrumentos jurídicos para garantizar el cumplimiento del despacho de asuntos que le competen a la dirección general.
4. Estudiar los criterios jurídicos necesarios para que la Dirección General determine los criterios de su actuación conforme a las disposiciones legales vigentes.
5. Realizar las demás funciones que le encomiende su jefe inmediato para atender los temas que sean del ámbito de su competencia. (GOCDMX, 2019, p. 6)

### **Dirección de Planeación**

Sus funciones principales constan de:

1. Definir la cobertura de los eventos más relevantes para presentarlos en los espacios noticiosos.
2. Verificar el contenido a transmitir en los noticieros para que cumplan con las disposiciones legales y técnicas vigentes.
3. Administrar el proceso de pre - producción y post - producción de los espacios noticiosos y de análisis para su transmisión al aire.

4. Supervisar la información de los espacios noticiosos y de análisis para formular la agenda temática de cobertura de noticias diaria.
5. Elaborar escaletas de noticiarios para que sea congruente con los acontecimientos de la Ciudad de México y alrededores.
6. Establecer la propuesta de información para publicar en el portal. (GOCDMX, 2019, p. 8)

### **Coordinación de Administración y Finanzas**

Actualmente el cargo está ocupado por el Mtro. Francisco Heriberto Virgen Cerillos.

### **Jefatura de Unidad Departamental de Recursos Materiales, Abastecimiento, Servicios e Inventarios**

Actualmente el cargo está ocupado por el Lic. Emilio Mondragón López

### **Jefatura de Unidad Departamental de Finanzas y Capital Humano**

Actualmente el cargo está ocupado por el Lic. Manuel Alejandro Omaña Covarrubias

## 2. Estructura del Departamento de Producción

Actualmente el Departamento de Producción está constituida por:

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRE</b>
<b>Director del Departamento de Producción</b>	Jose Luis Aguilera
<b>Coordinadora de Producción</b>	Raquel Muñoz
<b>Producción</b>	Miguel Barragán Pablo Delgado
<b>Desarrollo de contenidos</b>	Pablo Domínguez
<b>Supervisor de Post – Producción</b>	Agustín Dalponte
<b>Coordinadora de Post - Producción</b>	Tianne Álvarez
<b>Post – Producción</b>	Rubén Prado Sergio Rico
<b>Edición</b>	Mónica Leal Quintanilla Sivia Benítez Javier Hernández
<b>Audio y Música</b>	José Alejandro Donovan Luigi Castillo

En la actualidad, Capital 21 continúa trabajando en la importante labor de ser un medio de comunicación en busca de producir y transmitir contenidos de calidad a través de sus múltiples plataformas, con el objetivo de, mediante ellos, colaborar en una transformación social.

Economía con sazón, Nuestras conquistas, Informe capital, Clasificados, Capital por cual, El aquelarre, Aunque usted no lo vea y un gran número de programas especiales, son tan solo algunos de los programas que actualmente son producidos por Capital 21, cuentan con enfoques culturales, económicos o sociales, y tratan distintos temas de interés para las y los capitalinos.

## II. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

Mi desarrollo profesional dentro del canal de la Ciudad de México comenzó en el año 2015 como prestadora de servicio social en el área de edición y post producción. El área a la que fui asignada se encontraba, específicamente ligada, al área de noticias; por lo tanto, mi primer acercamiento en la materia, estaba completamente relacionado a cubrir notas televisivas; gracias a lo cual pude aprender desde lo más básico, como *VO's*, *bites* o *fulltracks*, hasta ediciones más elaboradas que requerían notas de color, cápsulas informativas y promos; todo esto sin dejar de lado, la importancia de haber aprendido los procesos básicos de producción como la ingesta de material, entre otras.

A partir del año 2016, y aunado al buen desempeño que tuve como prestadora de servicio social, tuve la oportunidad de incorporarme en el área de noticias, especializándome en notas deportivas; sin dejar de lado la colaboración en la edición de cápsulas informativas, como las correspondientes a los “cambios de horario verano–invierno” o las cápsulas llamadas “Preguntas inesperadas, respuestas sorprendentes” (PIRS); o notas de eventos especiales como el correspondiente a La Fórmula 1 (Gran premio de CDMX 2016) o la cobertura especial por la llegada del Papa Francisco I a México y algunos promos de Frecuencia CDMX.

Fue en el año 2017 cuando salí del área de noticias para incorporarme al área de producción, misma que se encarga de todos los programas producidos y coproducidos por Canal 21; esto representó no solo un crecimiento laboral y personal, sino además una mayor responsabilidad e importancia en la toma de decisiones. Se me asignó la entera responsabilidad del programa “Asamblea Constituyente”, el cual trataba al respecto de la Asamblea constituida para la creación de la primera constitución de la Ciudad de México. Ese mismo año participé editando numerosos episodios de la serie documental “Clínica de animales” en la que se daba seguimiento a casos de animales enfermos o en peligro a los que se les rescataba o atendía de la mano de doctoras y doctores especializados en la materia.

**Imagen 2. Imagen de la cortinilla del programa “Clínica de animales”**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

**Imagen 3. Imagen del programa "Clínica de animales"**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

Otro de los proyectos que fueron fundamentales dentro de mi desarrollo profesional en canal 21, fue el programa especial acerca de los sucesos del “19s” el temblor que sacudió gran parte del centro y sur del país en el año 2017; participé activamente en el proceso de edición y selección de material para dicho programa.

#### **Imagen 4. Programa especial “Fuerza Mexico”**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

A partir de ese punto y aunado al buen resultado obtenido en las tareas asignadas, me consolidé como parte importante del equipo de Producción, colaborando en la edición y post producción de las cápsulas “Vive Rusia” elaboradas como parte de los programas especiales alrededor del Mundial de fútbol de Rusia 2018, además de distintas cápsulas para la cobertura de sucesos políticos a nivel mundial como las Elecciones intermediarias de Estados Unidos o las elecciones presidenciales de Brasil en 2018.

Otro proyecto a destacar fue el Concierto de Primavera de la Ciudad de México, en el que colaboré como parte del equipo encargado de la edición y post-producción de los distintos segmentos musicales que, en conjunto, fueron producidos dentro de las instalaciones del “Teatro de la Ciudad Esperanza Iris” en marzo del 2020, cuando comenzaba la emergencia sanitaria por el coronavirus.

En los últimos tres años he colaborado en la edición de programas como: “Proscenio” en el que se presentaban distintas propuestas teatrales y musicales desde la televisión, o el programa “Salud a ciencia cierta” programa de entrevistas con especialistas en temas de salud. También formé parte del equipo encargado de la edición de “Una mirada a la muestra fílmica 2019 (ENAC). Además de numerosos programas piloto dentro del canal 21, tales como “Animales oscuros” o “Mecánicos”, entre muchos otros.

### **Imagen 5. Programa "Salud a ciencia cierta"**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

Dentro de los proyectos más importantes en los que he participado se encuentra el programa “Clasificados” el cual se encarga de crear un vínculo entre los pequeños y medianos negocios de la Ciudad de México y los posibles clientes, a través de cápsulas que, a manera de anuncios o comerciales, generan una interacción entre los ciudadanos y la televisión pública. Este proyecto nace a partir de la emergencia sanitaria y pretende servir como apoyo a los comerciantes que se vieron sumamente afectados por la pandemia. A partir de cápsulas de entre 1 y 2 minutos todo tipo de negocios presentan sus ofertas comerciales, desde ferreterías, librerías, restaurantes, florerías y todo tipo de establecimientos.

Este proyecto tiene un alto valor social, ya que es una oportunidad para que negocios, cuyos presupuestos no les permiten acceder a publicidad televisiva,

encuentren una plataforma socialmente responsable desde la cual el alcance de sus productos o servicios tenga mucho mayor visibilidad.

El objetivo de este programa es empatizar y hacer parte a los y las ciudadanas de la televisión pública, misma que tiene un compromiso social con éstos y éstas. Compromiso con el que me siento motivada y obligada por ser egresada de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, institución cuyos valores primordiales son generar individuos con un perfil principalmente humano, pero además, reflexivo y crítico, que sean capaces de detectar las problemáticas sociales de los ciudadanos y generar soluciones para esos conflictos.

Es de esta manera que, “Clasificados”, funciona por y para los ciudadanos, ayudando a los y las comerciantes a hacerse mayormente conocidos y poder emprender un mayor crecimiento, aún en plena crisis sanitaria derivada por la pandemia de COVID 19.

Otro de los proyectos importantes, que se ha sumado a mi lista de favoritos, es el programa “Capital de letras” en el cual, por medio del Fondo de Cultura Económica y otras editoriales, reconocidos escritores y escritoras presentan y leen algún fragmento de sus obras más importantes con el objetivo de invitar al televidente a acercarse a los libros y fomentar el hábito de la lectura.

Este programa crea un lazo entre los y las autoras y sus posibles lectores, sumándose así a la Estrategia Nacional de Lectura, que tiene como principales objetivos: hacer de México un país de lectores, promover la difusión y consumo de libros; además de participar en la construcción de la paz, creando nuevos espacios de convivencia a través del diálogo que generan los libros, estimular el hábito de la lectura y la escritura desde edades tempranas, fomentar el desarrollo de la lectura de comprensión y recuperar el hábito de la lectura como manera de adquirir y enriquecer conocimientos para así ensanchar la conciencia de las personas.

Se han presentado segmentos con autores como Juan Villoro, Zel Cabrera, Oscar de la Borbolla, Rocío Cerón o Ana García Bergua e incluso profesores y

profesoras de la UACM, tales como: Karla Montalvo, Teresa Dey, Carmen Ros Eduardo Mosches o Iliana Rodríguez Zuleta.

Es fundamental, en el planteamiento de este programa, el discurso que invita a los ciudadanos a acercarse a la lectura, con el objetivo de formar una sociedad crítica e informada, propósito primordial en los preceptos que rigen tanto al canal de la Ciudad de México, como a la UACM que buscan, desde sus posibilidades, ser plataformas constructoras de ciudadanos más humanos y conscientes del papel que ejercen dentro de su sociedad.

Uno de los últimos proyectos importantes en los que me ha tocado participar es “Tiempo de mujeres, Festival por la igualdad” que por tercer año busca fomentar los derechos de las mujeres y crear conciencia alrededor de la violencia de género. Evento en el que participan más de 500 artistas con una programación de 78 actividades de música, arte urbano, artes escénicas, cine, exposiciones, charlas, entrevistas y eventos infantiles.

Como parte de las actividades alrededor de este festival, me ha tocado trabajar la edición y post producción del videoclip de la canción “Sin miedo” de Vivir Quintana, grabado en la plaza de Garibaldi y en el Tenampa, acompañada de un grupo numeroso de mujeres mariachis; el cual fue lanzado el 8 de marzo del 2021.

### **Imagen 6. Videoclip "Sin miedo"**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

Así mismo trabajé en la edición y post producción de algunas puestas escénicas como: “Arqueología del Placer” y “La Reina ha muerto” grabadas en el Teatro de la Ciudad Esperanza Iris como parte de este mismo proyecto.

Otro proyecto a resaltar dentro de mi labor en Capital 21, es mi trabajo en la edición y post producción del programa especial que el canal de la Ciudad de México realizó en homenaje al poeta mexicano Ramón López Velarde, el cual se grabó desde las instalaciones de la “Casa del Poeta” y contó con la participación de autores y autoras como: Rocío Cerón, Maricarmen Férez Kuri, Fernando Fernández, Roxana Elvridge, Hernán Bravo Varela y Mariela Castañeda. El cual se emitió el 19 de julio del 2021, coincidiendo con el día de la conmemoración del centenario de su muerte.

### **Imagen 7. Programa especial Ramón López Velarde**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

Haciendo una breve reflexión acerca de mi desarrollo profesional, puedo decir, que me encuentro satisfecha por los logros obtenidos durante el transcurso de los años en Capital 21. Me es muy gratificante poder ver ese crecimiento en los conocimientos relacionados con el área de edición y postproducción. Me enorgullece pertenecer a un proyecto que se preocupa por el contenido social de cada uno de sus programas.

### **III. ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL**

En el siguiente apartado, se muestran dos de los proyectos más relevantes en los que he tenido el gusto de participar: “Clasificados” y “Capital de letras”. En cada sección, se hará un análisis completo y detallado de dichos proyectos.

#### **1. Clasificados**

Clasificados es un programa de televisión creado para volverse una plataforma de difusión. Por medio de un formato austero, pero eficaz, pequeñas y medianas empresas, trabajadores de oficio, profesionales, artistas y cualquier persona que ofrezca sus servicios, podrá promocionar su trabajo a nivel metropolitano. La idea es que encuentren una plataforma que les permita incrementar su margen de ventas al promocionar sus servicios. La promoción de los negocios, productos o servicios será completamente gratis a través de la señal televisiva y redes sociales del Canal de la Ciudad de México.

Capital 21 busca encontrar conexiones y vías de apoyo para mejorar nuestra economía. Con esta iniciativa queremos ampliar las posibilidades de consumo de nuestra ciudadanía, ofreciendo opciones locales, cercanas y que, ante esta nueva crisis sanitaria, necesitan una red de divulgación que tenga la posibilidad de llegar a todos los hogares de la ciudad.

En el marco de la crisis sanitaria, y su impacto sobre el trabajo y la actividad económica, capital 21 se pone a disposición de la sociedad para que desde su red y a través de sus plataformas, todos aquellos que han tenido que adaptarse a estas nuevas formas de generar ingresos puedan encontrar un escaparate amplio en el cual ofrecer sus servicios.

En el Canal de la Ciudad de México, creemos que es de suma importancia encontrar conexiones y vías de apoyo para mejorar nuestra economía. Con esta iniciativa se busca ampliar las posibilidades de consumo de nuestra ciudadanía, ofreciendo opciones locales, cercanas y que, ante esta nueva crisis sanitaria,

necesitan una red de divulgación que tenga la posibilidad de llegar a todos los hogares de la ciudad.

Los promocionales serán realizados o grabados por los propios emprendedores y empresarios, dentro de sus espacios de trabajo o negocios. Capital 21 proporcionará asesoría para generar contenidos que permitan a los interesados lograr una mayor exposición de sus mensajes, cuidando en todo momento las adecuadas prácticas comerciales, normativas y regulatorias, así como las medidas de sana distancia determinadas por las autoridades de salud del Gobierno de México.

Imagen 8. Banner de Clasificados

**CLASIFICADOS**

¿CÓMO HACER MI VIDEO?  
¿QUÉ ELEMENTOS DEBE LLEVAR TU VIDEO?

**1 UNA PRESENTACIÓN BREVE Y SENCILLA**

iHola!  
Soy Manuela Prado y los invito a que conozcan Estética Lucy

**2 BREVE RESEÑA**

En menos de 30 segundos menciona lo más destacado de tu producto o negocio. Si te resulta más sencillo, puedes escribir la reseña en un papel y leerla (esto te facilitará que posteriormente grabes imágenes de tu producto o negocio).

**3 UBICACIÓN DEL LUGAR Y/O INFORMACIÓN DE CONTACTO**

"Estamos ubicados en Insurgentes Sur 533, en la alcaldía Benito Juárez. También nos puedes contactar en nuestras redes sociales. En Instagram y Facebook estamos como Estética Lucy. En Whatsapp nos puedes escribir al XXXXX o a nuestro correo electrónico: [estetica.lucy@gmail.com](mailto:estetica.lucy@gmail.com)".

**4 DESPEDIDA E INVITACIÓN**

Aquí debes mirar de frente al celular e invitar al público a que se acerque a conocer o a consumir tu producto para posteriormente despedirte.

"En Estética Lucy los esperamos con los brazos abiertos para recibirte y darte ese look que tanto anhelas. Te esperamos".

**5 IMÁGENES DE TU NEGOCIO Y/O PRODUCTO**

Con tu celular, graba pequeños videos que duren un mínimo de 10 segundos y un máximo de 30. Estos clips deben ser del local o negocio, así como de los productos que tienes en el mismo. También puedes grabar al personal del establecimiento trabajando, así como a ti mismo realizando alguna actividad. No olvides poner reluciente y ordenado tu negocio antes de comenzar a grabar ¡Hazlo lucir!

Fuente: (Capital 21, 26 de Enero de 2021)



Clasificados es un programa con una duración de 30 minutos con salida a través de la señal de televisión de Capital 21 los días miércoles a las 12:00 horas y en redes sociales. Además, los videos permanecerán alojados en la página de Facebook de “Clasificados” para ser consultados en cualquier momento.

Los videos deberán tener una duración máxima de 1:30 minutos y deberán incluir una breve descripción del producto o servicio, así como datos de contacto del negocio y su ubicación. El número de comerciales que contiene cada emisión dependerá de la duración que ejecuten nuestros editores y su consideración (se deben considerar estilos y ritmo).

Las piezas de comunicación deberán enviarse al correo electrónico de la institución.<sup>3</sup> Si el tamaño del video es demasiado grande para adjuntarse mediante esta vía, puede subirse a la página de Capital 21 (19 de abril de 2021) y compartir el enlace a la misma dirección. También puede usarse algún sistema de envío de archivos como WeTransfer y compartirlo mediante un enlace de la institución.<sup>4</sup> Si se prefiere, el material también puede entregarse personalmente en las instalaciones de Capital 21 ubicadas en: Moras 533, Colonia del Valle, Benito Juárez, C.P. 03100, Ciudad de México, dentro de una memoria USB en un horario de lunes a viernes de 10:00 a 18:00 hrs.

La señal del Capital 21 puede sintonizarse en el 21.1 de televisión digital abierta, así como en el 21 de HD IZZI, TOTALPLAY y AXTEL TV, y a través de su nueva página web<sup>5</sup>. Para mayor información, consultar la página, las redes sociales de Capital 21<sup>6</sup>, o la propia plataforma de Facebook de “Clasificados”.

---

<sup>3</sup> [clasificados.capital21@gmail.com](mailto:clasificados.capital21@gmail.com)

<sup>4</sup> (<https://wetransfer.com/>)

<sup>5</sup> [www.capital21.cdmx.gob.mx](http://www.capital21.cdmx.gob.mx)

<sup>6</sup> Facebook: @Capital21; Twitter: @Capital\_21; YouTube: Capital 21

## 1.1. Reconocimiento del programa Clasificados

Clasificados, fue reconocido por el periodista Álvaro Cueva, dentro de su columna del diario Milenio, con el encabezado “Clasificados y la nueva TV”, en ella habla de cómo es que, en la actualidad, en la televisión mexicana, se pueden ver nuevos contenidos y nuevos lenguajes. Mientras que antes la pantalla nos mostraba siempre a las mismas caras y las mismas propuestas, hoy en día, derivado de los nuevos cambios y las nuevas tendencias dentro de los medios, se comienza a vislumbrar una nueva forma de hacer televisión, la cual no en todos los casos ha resultado positiva o benéfica, a veces, menciona el crítico Álvaro Cueva (2020), “uno ya no sabe lo que está viendo” (párrs 1-5). Resulta interesante prestar atención a las palabras del crítico, ya que, en la actualidad, se tiende a pensar que todo cambio es positivo y que apela a una mayor apertura y a la lógica de haber ganado terreno en cuanto a libertad de expresión se refiere, según Cuevas no todos estos cambios son necesariamente positivos, algunos incluso resultan negativos y confusos, no solo para las audiencias, sino también para los partícipes de los mismos.

El periodista de los medios, intenta responder la pregunta sobre la reacción de las audiencias a este tipo de fenómeno, en el cual, a pesar de tener tantas opciones (en cuanto a canales y señales), la oferta es tan limitada, o incluso más, que antes. Nos encontramos con que las “diferentes” cadenas televisivas nos presentan contenidos exageradamente similares en los mismos horarios, lo que provoca un desarraigo completo entre los espectadores y los contenidos, no puede generarse una audiencia si las opciones son tan similares y tan reducidas, lo cual resulta irónico con una parrilla televisiva aparentemente más saturada (Cueva, 2020, párrs. 6-10). Además, el autor comenta que:

Justo hoy cuando tenemos más opciones para informarnos, para formarnos y entretenernos que nunca. Los televidentes mexicanos de 2020 somos como drogadictos picándole al control remoto en la búsqueda de algo que jamás vamos a encontrar. (Cueva, 2020, párrs. 9-10)

Aunque el autor de la columna reconoce que existen muy contadas y honrosas excepciones, concluye resaltando y lamentando la falta de opciones verdaderamente

innovadoras. Agrega que la televisión abierta no es la única que sufre de este problema, ya que, en los contenidos de televisión por cable, los resultados son los mismos.

Por otro lado, destaca la propuesta de Capital 21 (el canal de la CDMX): “Una alternativa tan increíblemente buena que no hay manera de verla y de no amarla: Clasificados.” Resalta la colaboración entre un medio auténticamente público y los televidentes, ya que “Clasificados” sirve como una plataforma para que los capitalinos muestren sus negocios y anuncien sus productos. Lo que pareciera un espacio similar a lo presentado en otros canales, toma una dimensión mayúscula y diferente cuando se entiende el sentido social de la producción, ya que busca ser una propuesta desde donde se impulse la reactivación económica en una Ciudad tan golpeada por la pandemia (Cueva, 2020, párrs. 17-18):

Esto es algo que da gusto ver. Como está puesto en medio de los programas de revista, rompe con la monotonía y hace que uno se detenga, que lo quiera ver. Por sí todo lo que le acabo de decir no fuera interesante, el resultado es precioso. Primero, porque le entrega el canal a los espectadores. Hace que la gente, sobre todo la más humilde, utilice la señal, que le saque provecho. Segundo, porque la producción es muy bonita, dinámica, simpática, moderna, atractiva. Y tercero, porque contribuye a la reactivación económica de las familias chilangas. (Cueva, 2020, párrs. 21-26)... Es hermoso. Es un ganar-ganar. Y como estamos hablando de un medio público, con más razón. Luche por ver Clasificados en Capital 21. Le va a gustar. Se va sorprender y hasta va a aprender de televisión. Se lo juro. (Cueva, 2020, párrs. 28-29)

Hace énfasis en que “Clasificados” no es solo un programa más de anuncios, o un programa más de televisión, es un espacio más que necesario para retribuir a la sociedad capitalina (quienes son lo contribuyentes que generan los ingresos para la televisión pública) y que ésta sirva no solo como una plataforma informativa o de mero entretenimiento, sino que además, pueda generar un bien inmediato entre los ciudadanos; publicitando, desde un canal público con visibilidad en toda la Ciudad de México, productos y servicios diversos.

## 1.2. Diseño del programa Clasificados

En cuanto al diseño gráfico, en “Clasificados” se apostó por un estilo novedoso, basado principalmente en el movimiento y el dinamismo para contribuir a que el programa sea atractivo y no caiga simplemente en una serie de “anuncios”, el resultado busca ser entretenido y mantener una narrativa general (apoyada por una voz en off) entre los diferentes anunciantes. Se pretende que el programa no sea estático, por ello hay imágenes en constante movimiento y elementos de fondo que hacen transiciones. A la estética del mismo, contribuyen las formas sencillas (triángulos, círculos, líneas, cuadrados) en colores planos, pero contrastantes, lo que permite una estructura “divertida” que busca mantener a la audiencia entretenida.

**Imagen 10. Cortinilla de Clasificados**



Nota: Imagen de la cortinilla de Clasificados. Capital 21. (16 de Diciembre de 2020).  
*En vivo #Clasificados, un programa que fomenta el consumo local en CDMX.* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=h0NdqUNXsNs>

## Imagen 11. Cortinilla de Clasificados



Nota: Imagen de la cortinilla de Clasificados. Capital 21. (16 de Diciembre de 2020).  
*En vivo #Clasificados, un programa que fomenta el consumo local en CDMX.* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=h0NdqUNXsNs>

Cada una de las cápsulas (anuncios) tiene una duración de aproximadamente 1 minuto, en el que cada comercio busca dar la información más importante y elemental del producto o servicio que se ofrece, esto con la finalidad de que sea dinámico y que el espectador no pierda la atención de la pantalla. Al inicio de cada anuncio se muestra información básica, como nombre del comercio y ubicación del lugar, como lo muestra la siguiente imagen.

## Imagen 12. Presentación anuncio Clasificados



Nota: Imagen entrada de anuncio Clasificados. Capital 21. (28 de Septiembre de 2020).  
*En vivo sintoniza #Clasificados este 28 de septiembre.* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=pHMFSb-IYcM>

Aunado a este formato, que busca, principalmente, el dinamismo y el acercamiento con la gente, se utiliza una música y lenguaje que pretende ser “sencillo” y “popular”, pues la intención de “Clasificados” es ser un programa cercano a los ciudadanos (y hecho, en parte por ellos) y lograr un sentido de empatía y entendimiento con el grueso de la población.

Clasificados nace en medio de la pandemia por COVID 19, lo que permitió concebirlo como un programa hecho, en parte, por los mismos ciudadanos. La idea es, que sean los y las comerciantes quienes graben sus propias cápsulas o secuencias de grabación en las que ellos o ellas mismas decidan y seleccionen lo que consideren importante, la única indicación es que se incluya, en algún fragmento, nombre y dirección del establecimiento, así como mencionar sus redes sociales y/o número telefónico con el objetivo de que el espectador (posible cliente) tenga manera de comunicarse con ellos. Mientras que Capital 21 selecciona y edita (sin perder o cambiar el sentido de los mismos) el material enviado, para estructurar un producto final con las condiciones de integrar un programa televisivo de calidad. Un ejemplo de lo anterior es la selección y edición de la música que integra cada cápsula y el programa en general, la cual es seleccionada en un trabajo de edición y postproducción por el equipo de Capital 21.

### Imagen 13. Anuncio de Clasificados



Nota: Imagen de anuncio Clasificado. Capital 21. (28 de Septiembre de 2020). *En vivo sintoniza #Clasificados este 28 de septiembre.* [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=pHMFSb-IYcM>

### 1.3. Productos que surgieron del proyecto de Clasificados

Gracias al buen resultado obtenido en la convocatoria por parte de Capital 21, es que se estrana “Clasificados” el 28 de septiembre del 2020, con transmisiones los días lunes y miércoles a las 11:05 hrs. Su primera temporada está compuesta por un total de 20 capítulos. Cada capítulo se encuentra conformado por una variedad de anuncios/publicidad de negocios como: estéticas, bares, restaurantes, joyerías, ferreterías, cafeterías, entre otros. También, se han elaborado programas temáticos como el especial de la “Feria del libro” el cual está conformado por anuncios clasificados de librerías, o la Edición especial de cempasúchil.

Imagen 14. Anuncio estreno Clasificados



Nota: Imagen de estreno de Clasificados. SPR México. (3 de octubre de 2020). *En Capital 21 Tv queremos apoyar a la economía local.* [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/SPRMexico/posts/2007492449385730>

### Imagen 15. Anuncio Clasificado FIL



Nota: Imagen "Clasificados" edición especial XX Feria Internacional del libro. Capital 21. (12 de octubre de 2020). *No te pierdas nuestra edición especial de #Clasificados en la Feria Internacional del Libro en el Zócalo Ciudad de México.* [Imagen adjunta] [Publicación de estado] .Facebook. <https://www.facebook.com/Capital21/photos/a.529376627187604/2411155832342998/>

### Imagen 16. Anuncio Clasificado Cempasúchil



Nota: Imagen "Clasificados" edición especial de Cempasúchil. Clasificados. (25 de octubre de 2020). *Mañana ¡No te pierdas! #Clasificados edición especial de cempasúchil.* [Imagen adjunta] [Publicación de estado] .Facebook. <https://www.facebook.com/ClasificadosC21/photos/156033872907731>

Partiendo del éxito del programa, tanto para los espectadores como para los anunciantes, Capital 21 estrenó la segunda temporada de “Clasificados” continuando con el mismo concepto y mejorando algunos aspectos. El miércoles 21 de abril de 2021 sale al aire el primer programa de la segunda temporada y la convocatoria sigue abierta y generando nuevas propuestas para los negocios que buscan anunciarse en Clasificados,

### Imagen 17. Anuncio Clasificados Nueva Temporada



Fuente: (Capital 21, 19 de abril de 2021)

## 1.4. Proceso de Edición y Postproducción en Clasificados

Mi papel como editora de “Clasificados”, consiste en clasificar el material en crudo, esto implica destacar el material audiovisual que cuente con características óptimas para ser editado y transmitido, así como desechar aquel que no cuenta con la calidad o las especificaciones necesarias. Al ser, en su mayoría, material enviado por los mismos anunciantes, debe revisarse con sumo cuidado para siempre destacar las imágenes y contenidos que mejor funcionen tanto para el programa como para el comerciante.

A partir del material seleccionado, debo estructurar un discurso donde se destaque, principalmente, el producto o servicio que se ofrece; esto, sin descuidar el ritmo visual y las características y especificaciones propias de un programa de televisión. Encontrar una concordancia funcional entre aquello que se narra en audio y las imágenes seleccionadas previamente. La selección de imágenes y música es otro aspecto a destacar, ya que de esto depende que el ritmo del programa no decaiga y sea un producto atractivo para el televidente; esto implica, también, la inclusión de transiciones y la selección de cortes en tomas. Este último aspecto, requiere un especial cuidado, ya que cada anuncio, según su rubro y temática, requiere de transiciones o cortes específicos, responsabilidad que recae directamente en mi trabajo como editora, lo que implica un conocimiento pleno de los productos y temáticas correspondientes a cada segmento.

Debo establecer una estructura que contemple, en principio, una imagen gráfica a manera de presentación; para continuar con secuencias de video en las que se establezca, a detalle, aquello que se busca anunciar, destacando los productos o servicios, todo esto acompañado de la voz del propietario o propietaria quien debe presentarse, anunciar aquello que ofrece y mencionar sus redes sociales; cerrando con otros gráficos o *supers* en donde se especifique dónde se encuentra el establecimiento y cómo contactar al propietario o propietaria. Esta última parte requiere especial atención, ya que me corresponde recabar la información y proyectarla de manera clara y concisa.

## 1.5. Propuestas de mejoras

Como parte de mi trabajo, y asumiendo la entera responsabilidad de buscar siempre mejoras en cada uno de los proyectos en los que me encuentro asignada, busco detectar las principales áreas de oportunidad, o mejoras, dentro de los procesos por los que pasa todo anuncio de clasificados, identificando el área o los cambios que se pueden emplear para solucionar o mejorar la calidad de cada anuncio y por tanto del programa en su totalidad. Un ejemplo de ello, es proponer ideas de tomas o ángulos de cámara a los comerciantes con el objetivo de hacer más eficaz su anuncio; otro ejemplo, es sugerir ideas para acotar el discurso o, en su defecto, editarlo para conseguir que el mensaje se transfiera de mejor manera, respetando siempre las ideas originales de los y las anunciantes; o proporcionar consejos para lograr que ciertos aspectos relacionados con la calidad del audio o la imagen mejoren y así cumplan con los estándares de calidad necesarios en Capital 21.

Otro aspecto importante es el relacionado con las mejores empleadas en el canal y de manera conjunta con el *staff* de trabajo. Como equipo, nos encontramos en un constante proceso de retroalimentación para identificar y solucionar los contratiempos y conflictos que puedan surgir en cada parte del proceso de pre producción, producción, edición y post producción. Como resultado de estos procesos comunicativos, se encontró como posible solución o mejora, el llevar un equipo profesional de grabación a las instalaciones de los y las comerciantes, esto sin dejar de lado el asesoramiento a emprendedores, que por cuestiones fuera de nuestro alcance, no sea posible acceder a su establecimiento, además de aquellos que prefieran grabar ellos mismos y hacer su propio anuncio.

## **1.6. La relación de Clasificados con el programa educativo de la UACM**

Capital 21 siempre apuesta por una mentalidad abierta al cambio continuo, a favor de modificar la calidad de los procesos. “Clasificados”, desde mi punto de vista, es un programa de suma importancia por el impacto que tiene para las pequeñas y medianas empresas, que buscan un espacio de publicidad completamente gratuita, con un lenguaje publicitario que siempre es de gran importancia para captar la atención de las personas y/o conectar con el público, fomentando la compra. Es así que Capital 21 cumple su función social al vincularse de manera directa con los y las ciudadanas al crear un espacio desde el cual, cualquier persona que tenga un negocio u ofrezca sus servicios, pueda acceder, de manera totalmente gratuita, a publicidad con alcance en toda la Ciudad de México, lo que permite una gran difusión y mayores ventas a todos los comercios. Es, para Capital 21, un espacio de suma importancia, puesto que representa en gran medida los valores y principios que rigen al canal de la Ciudad de México, el cual busca incorporar, de manera directa, a cada uno de los y las ciudadanas de esta ciudad, puesto que entiende la importancia de la televisión hecha por y para los capitalinos.

Estos mismos valores, son los que imperan en la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y los que esta institución busca inculcar en cada uno de sus estudiantes, ya que esta se caracteriza por tratar de que cada uno de los y las universitarias desarrollen un perfil humanista y se impliquen socialmente con las necesidades del resto de los individuos. La institución asume la función de promover el aprendizaje y generar que los y las estudiantes aprendan y, además, de que “aprendan a aprender”, para así propiciar que se consiga no solo una formación universitaria, sino además que puedan continuar aprendiendo a lo largo de su vida. Dentro de la UACM se fomenta la discusión de las ideas en un marco de búsqueda y consideración de diversos referentes y perspectivas para así acercarse a los objetos de estudio, esto significa generar las condiciones para que las tareas de investigación y difusión de conocimientos tengan como eje principal las necesidades educativas de las y los estudiantes no solo de la Ciudad de México, sino de todo el país.

Dentro de esta institución, el proceso educativo se centra en la comprensión, potenciando las capacidades de aprender y sobre todo de pensar, promoviendo así la reflexión y el sentido crítico ante las distintas fuentes de información, resulta muy importante generar estudiantes críticos que cuestionen su realidad y encuentren maneras de mejorar su entorno.

Si pensamos en los paralelismos entre el modelo educativo en la UACM y los preceptos bajo los cuales trabaja Capital 21, encontraremos que éstos son múltiples y diversos, comenzando por la importancia que ambos proyectos ponen en el desarrollo social de los ciudadanos, haciendo un especial énfasis en como el trabajo de ambas instituciones puede influir y beneficiar a los sectores más vulnerables de la sociedad, estos proyectos, si bien no son restrictivos de un solo sector social, si se preocupan especialmente en colaborar para favorecer a éstos últimos. Esta situación se ve perfectamente reflejada en el proyecto “Clasificados”, ya que en él se busca, primordialmente, ser un motor para impulsar a aquellos negocios que no habían tenido la facilidad de anunciarse a nivel televisivo y con ello obtener mejores ingresos y, por la situación de pandemia que estamos atravesando, ayudar a una pronta reactivación económica desde los sectores más bajos.

## **2. Capital de letras**

Capital de letras, es un proyecto pensado como una herramienta para fomentar la lectura e impulsar a escritores y escritoras contemporáneas. A partir de videos en los que los autores y autoras comparten un fragmento de su obra, se pretende exacerbar la importancia que tiene la lectura en la formación de una sociedad más igualitaria.

La idea de Capital de Letras es que sea una plataforma con dos funciones, por un lado, cumple la función de presentar e impulsar el trabajo de los y las diferentes narradoras y poetas y por otro lado funciona para promover la lectura entre los espectadores. Con un formato de media hora, alrededor de tres autores presentan uno o varios fragmentos de su obra, combinando narrativa, ensayo y poesía.

Este proyecto se suma a la Estrategia Nacional de Lectura, cuyos objetivos están enfocados en promover el consumo de libros para lograr construir un país de lectores que generen nuevos espacios de convivencia y paz y no solo fomentar el placer por la lectura, sino además crear el gusto por la escritura en edades tempranas como una manera de adquirir conocimientos para así ensanchar la conciencia de las personas.

Se pretende crear un puente entre los escritores y sus posibles lectores, generando un diálogo que establezca las bases en la constitución de una sociedad más crítica y humana. Es desde plataformas como esta, que Capital 21 apuesta por contenidos no solo culturales, sino con un alto sentido social.

Con el apoyo del Fondo de Cultura Económica y de diversas editoriales, se genera el contacto con los autores y autoras para que puedan presentar sus proyectos en un programa de televisión, teniendo éste la función de canal para difundir la literatura y al mismo tiempo, a sus autores.

La importancia de proyectos como éste, radica en la necesidad de contenidos emanados desde la televisión pública que apoyen proyectos editoriales desde el gobierno (en el caso del Fondo de Cultura Económica), así como a editoriales

independientes. Logrando con ello una estructura desde la cual se publica a los autores desde una editorial pública y posteriormente se difunde la obra desde Capital 21, quien se convierte en vehículo de contenidos culturales.

Es importante entender la importancia de este tipo de contenidos que funcionan en varias direcciones: para las editoriales, las y los autores, las y los posibles lectores, para Capital 21 y para el fomento a la estrategia nacional de lectura.

## 2.1. La importancia de la literatura en la sociedad

Capital de Letras fue pensado como una herramienta formativa que contempla la importancia que tiene, dentro de la formación de una sociedad crítica y conciente, el acceso al arte, en este caso, específicamente a la literatura. Se debe entender a la literatura como fundamental en la concepción de ciudadanos libres y pensantes, ya que el acceso a ella es importante, no solamente desde el punto de vista de la adquisición de información (lo cual es, en sí, muy importante) sino además, y acaso sobre todo, es una actividad que forma desde perspectivas tan variadas como el humanismo, el entendimiento y sensibilización hacia el otro o la concepción de una conciencia libre. Una sociedad lectora será no solo una sociedad más informada, sino también una sociedad más libre, el acceso a la información, nos permite ser capaces de discernir, cuestionar y depurar el cúmulo de información con la que se nos bombardea día con día.

Si el logro de la “sociedad del conocimiento” es un objetivo de la sociedad, como dicen desde hace tiempo muchos gobiernos, es imprescindible que lo sea también la adquisición de la competencia lectora de todas las personas, pues es la que va a hacer posible el acceso al “conocimiento”, no sólo a la “información”. En el siglo XXI es más necesario que nunca un ciudadano lector, competente y crítico, capaz de leer diferentes tipos de textos y de discriminar la abundante información que se le ofrece a diario en diversos soportes (Cerrillo, 2009, p. 1) ... la historia nos dice que ha sido la práctica de la lectura la que ha aportado a los hombres capacidad para interpretar, elegir, debatir y criticar”. (Cerrillo, 2009, p. 5)

En este proceso, el papel de las instituciones públicas puede ser fundamental. Desde Capital 21 se asume esa responsabilidad y se busca crear contenidos que apelen a dicha necesidad de la sociedad. Es por ello que programas como éste buscan no solo concientizar dicha necesidad, sino invitar tanto a los lectores, como a los posibles nuevos consumidores de libros, a cercarse a la literatura desde la voz de los propios autoras y autores; se pretende que dichas lecturas sean el puente entre un medio televisivo y el acceso a la literatura, puesto que el énfasis está puesto en

transformar a la sociedad desde las letras, entendiendo que estas pueden ser, en parte, las responsables en la transformación de la sociedad contemporánea.

Para lograrlo, son necesarias intervenciones institucionales decididas y duraderas que desarrollen y atiendan programas de promoción lectora a los que tengan acceso todos los ciudadanos, convirtiendo la lectura en un asunto de política de gobierno, con participación de todas las administraciones, de manera que se logre, en un tiempo razonable, generar un clima social que la favorezca y desarrolle, así como crear conciencia de su valor social y modificar las actitudes de la población hacia ella, hacia los libros y hacia los lectores. (Cerrillo, 2009, p. 1)

El arte, desafortunadamente, es y ha sido, a lo largo de muchos años, un recurso destinado solo a ciertos sectores sociales, lo que este proyecto pretende es encontrar nuevos medios de llevar la lectura a otro tipo de personas, acercar las letras a sectores que habitualmente no están en contacto con este tipo de expresiones. Capital de letras se encuentra en la búsqueda por democratizar la literatura y acercarla a algunos de los sectores en los que no tiene presencia, es importante el establecimiento de programas que, desde sus posibilidades, apelen a la formación de nuevas formas de entender a la sociedad y la manera en que esta se comporta. En esto radica la importancia de programas que, desde la cultura, perciban las necesidades de los televidentes y se encuentren en la constante búsqueda por resolverlas, desde sus posibilidades y apostando por la formación de audiencias más responsables en el consumo de contenidos televisivos que los obliguen a tomar conciencia de la situación actual de la sociedad.

La lectura fue antaño una actividad minoritaria que discriminaba a las personas; pero hoy debiera considerarse un bien “de primera necesidad”, al que tienen derecho todos los ciudadanos. (Cerrillo, 2009, p. 2) ... el valor instrumental de la lectura “competente” permitirá a los ciudadanos participar, autónoma y libremente, en la “sociedad del conocimiento”. (Cerrillo, 2009, p. 2)

El programa, aunque se encarga de difundir la literatura e invitar a las personas a acercarse a la lectura, no pretende ver esto como un fin, sino como un proceso; busca que el acceso a la lectura sea parte del proceso que conduzca a la búsqueda de individuos que cuestionen y sean capaces de procesar y debatir con las múltiples informaciones con las que cuenta. El proyecto supone, que el acceso a las letras es el paso necesario para entender los cambios y transiciones sociales que vivimos constantemente. Destinando, por medio de la lectura y análisis de textos, la atención y constante confrontación con el bombardeo de información que sufre la sociedad contemporánea y que proviene desde medios muy diversos y con intenciones de todo tipo. La idea es que el acceso a la lectura, les permita a las personas entenderse como individuos con una opinión propia. No se busca generar una opinión, la intención es aportar algunos medios que propicien, en cada persona, el pensamiento libre.

La suma de las experiencias que se derivan de los diversos tipos de lecturas ayudará a la formación del espíritu crítico del lector, porque se acostumbrará a elegir, a formarse opinión propia, a entender y explicar lo que es y lo que siente, lo que sucedió en otro tiempo y lo que le hubiera gustado que nunca sucediera. Se sentirá, de algún modo, con capacidad para ejercer el juicio crítico con libertad. (Cerrillo, 2009, p. 7) ... la historia nos dice que ha sido la práctica de la lectura la que ha aportado a los hombres capacidad para interpretar, elegir, debatir y criticar. (Cerrillo, 2009, p. 5)

Uno de los principales objetivos de Capital 21 es elaborar materiales con contenido social y que justifiquen su existencia y su elaboración, se entiende que la búsqueda de una sociedad más justa, democrática y, por tanto, más libre debe apoyarse en los contenidos emanados desde los medios públicos. Pues estos, se deben a los ciudadanos y deben entenderse como parte fundamental de la sociedad misma. La función principal de dichos medios, debe ser la de apoyar y generar contenidos que ayuden a las sociedades a entenderse a si mismas y provocar el diálogo y la discusión de los temas que aporten a la creación de ciudadanos libres. Es, desde esta perspectiva, que programas como Capital de letras, fortalecen y justifican la existencia de los medios públicos, siempre y cuando estos se encuentren a disposición de la sociedad. Estos medios deben su existencia a los ciudadanos y por tanto deben estar a disposición de los intereses comunes de una sociedad, deben

provocar el diálogo y la resolución de los distintos procesos por los que pasa dicho grupo social. Los medios públicos, deben ser, ante todo, públicos, es decir, deben ser generados por la sociedad y destinados completamente al mejoramiento de esa misma sociedad.

## **2.2. Diseño del programa Capital de letras**

El proyecto, al igual que muchas producciones, nace en medio de la pandemia por COVID – 19 lo que nos obligo a replantearlo en términos de producción y edición. Se llegó al acuerdo de que fueran los y las autoras quienes grabaran sus propias intervenciones para posteriormente y en la medida de las posibilidades editarlas siempre respetando, ante todo, el contenido íntegro de los textos. Lo que se pretende es dar el mayor peso a los contenidos de lectura, intentando que no existan distractores, ni elementos que resten valor a lo primordial en el proyecto: los autores y sus textos.

Por lo tanto, el diseño de cortinillas es aparente sencillo y muy corto, siempre buscando que el mayor tiempo de la emisión recaiga en los videos que los y las escritoras enviaron. Pues la intención del equipo de trabajo es que los procesos de producción y edición, tales como montaje de cortinillas, montaje de cápsulas y ensamble de intervenciones, sean simples pero eficaces y pueda producirse en las condiciones que la pandemia permite.

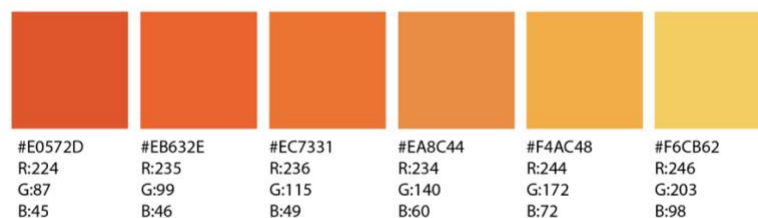
Está planteado, al menos en el caso de la primera temporada y debido a las circunstancias, como un programa hecho por los mismos autores, con la dirección, edición y posproducción de Capital 21. Esto permite mucha libertad en cuanto la decisión sobre sus textos y el entorno en el que son leídos. El diseño pretende no desviar la atención de lo que, a juicio de la producción, es lo realmente importante, los textos. Trata de priorizar, ante todo, el espacio y tiempo de los autores en pantalla, para que se entienda que el mensaje a destacar está en las presentaciones.

En cuanto al paquete gráfico, se basó principalmente en la presencia del color anaranjado en diferentes gamas. Se creo tomando en cuenta diferentes factores, por un lado, la relación que este color tiene con la excitación y la emoción, lo cual se vincula, directamente, con el sentido inventivo y la imaginación y el como estos factores influyen directamente en el proceso creativo de la literatura, siendo una parte fundamental en el desarrollo de cada uno de los textos creados y presentados dentro del programa.

Según estudios, las actividades donde hay un mayor componente subjetivo, creativo y/o artístico, se basan también en los significados que tradicionalmente se les han dado a los colores con carácter simbólico, así como en las propiedades psicológicas que se desprenden de su visión.... (UNLP, 2020, pag. 3)

“En general los colores cálidos favorecerán actitudes alegres y vivaces...” en el caso del color naranja: “simboliza entusiasmo y acción... se relaciona con ciertas religiones orientales, y algunos de sus significados tienen que ver tanto con lo terrenal como con lo divino, pues representa también la exaltación” (UNLP, 2020, pag. 4).

### Imagen 18. Paleta de colores "Capital de letras"



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

A partir de esta paleta de colores, se crearon, además, distintos *banners* para acompañar las publicaciones en redes sociales como Facebook o Twitter. Estas conservan el mismo estilo, destacando principalmente lo que representa el programa, y lo que a decisión del equipo de trabajo es más importante, mencionar que son obras leídas por los propios autores y autoras.

Imagen 19. Banner para redes sociales Capital de letras

**Capital**  
**de letras**

Autoras y autores de los diversos géneros literarios como

**novela, cuento,  
poesía, ensayo,**

leen fragmentos de sus obras que han sido publicadas en distintos sellos editoriales para compartir con las audiencias de Capital 21 el disfrute de la lectura.

CAPITAL 21.1 HD TV ABIERTA  
21 HD IZZI 21 TOTALPLAY 21 AXTEL TV

CAPITAL 21

F T Y

**cf** FONDO DE CULTURA ECONÓMICA

**Corazón de la Capital**

**ipstori**

Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

**Imagen 20. Banner para redes sociales Capital de letras**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

**Imagen 21. Banner para redes sociales Capital de letras**



Nota: Esta información está basada en documentos internos de Capital 21

“Capital de letras” comenzó sus transmisiones el 04 de septiembre del 2020 con un horario de viernes a las 22:00 hrs y hasta la fecha cuenta con 2 temporadas que hacen un total de 28 episodios, es transmitido por Capital 21 a través de la señal de televisión digital abierta por el canal 21.1 y por el canal 21 en la señal de Izzi,

Totalplay y Axtel, además de transmitirse por las redes sociales de Capital 21 y por Youtube.

## Imagen 22. Anuncio gran estreno de Capital de letras



Nota: Imagen de estreno de Capital de letras. Capital 21 Tv. (4 de septiembre de 2020). Hoy gran estreno de #CapitalDeLetras. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/Capital21/posts/2302359866555929>

En Capital de Letras han participado autores y autoras de gran renombre como: la novelista y cuentista Ana García Bergua, o el narrador, dramaturgo, cronista y ensayista Juan Villoro (Premio Xavier Villaurrutia y miembro del Colegio Nacional), el poeta chiapaneco Roberto López Moreno o la poeta y narradora Aline Pettersson, el escritor y periodista Oscar de la Borbolla, además de Rocío Cerón, Geney Beltrán, David Martín Del Campo, el periodista José Reveles, la narradora Ana Clavel, la cuentista Ethel Krause, Norma Muñoz Ledo, Carmen Leñero o Rosa Beltrán, además de nuevas voces de la literatura mexicana como Zel Cabrera.

### Imagen 23. Programa Capital de letras



Nota: Imagen del programa 4 de Abril de 2021, tomada de archivo de Capital 21

### Imagen 24. Programa Capital de letras



Nota: Imagen del programa, transmitido el 19 de Febrero de 2021, tomada de archivo de Capital 21

Es importante destacar, que los diferentes episodios fueron armados de manera equilibrada, considerando que en cada uno de ellos participen tanto autores y autoras de renombre, como escritoras y escritores jóvenes o con menor presencia editorial, logrando con ello que las narradoras y poetas con mayor peso atraigan al público a que conozca otras voces dentro de la literatura, aquellas que por distintas circunstancias no han estado tan presentes en los medios. Es así, que en cada programa podemos ver autores “populares”, además de aquellas que no han gozado de tanta fama o presencia.

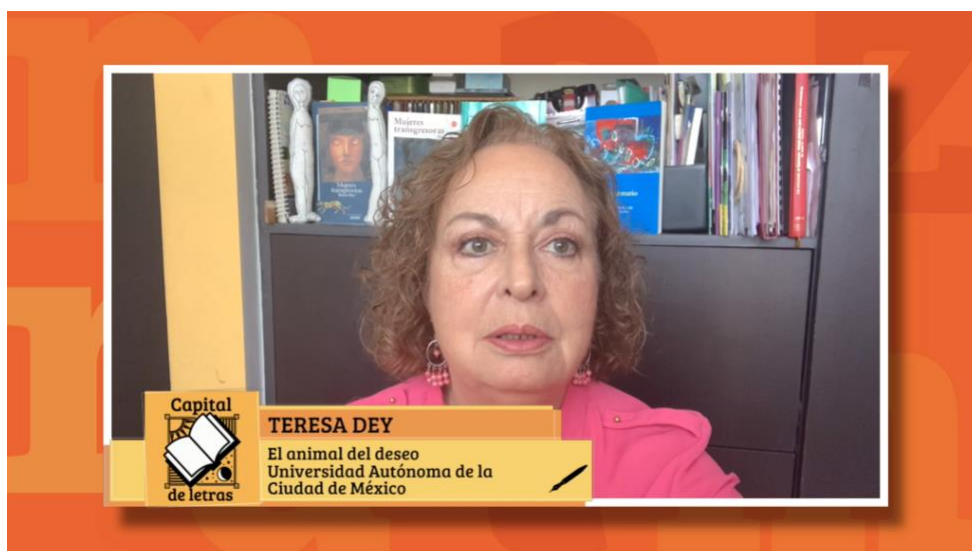
Otro grupo importante de autoras y autores que han aparecido en Capital de letras, son profesores y maestras de la Academia de Creación Literaria de la UACM, dentro de este grupo se encuentran: Teresa Dey, Carmen Ross, Eduardo Mosches, Iliana Rodríguez Zuleta, Rosina Conde, Adriana Jiménez García, Karla Montalvo, entre otros.

### Imagen 25. Programa Capital de letras



Nota: Imagen del programa 11 de Diciembre de 2020, tomada de archivo de Capital 21

### Imagen 26. Programa Capital de letras



Nota: Imagen del programa 8 de Enero de 2021, tomada de archivo de Capital 21

### **2.3. Productos que surgieron del proyecto de Capital de letras**

A partir de la segunda temporada se amplió el catálogo de editoriales que participaron en la difusión de sus autoras y autores, como es el caso del programa del 05 de marzo del 2021 en el que se presentaron escritoras y escritores pertenecientes al estado de Hidalgo y bajo el sello editorial de la Secretaría de Cultura de Hidalgo como Enid Carrillo, Rafael Tiburcio García y Yanira García.

Uno de los puntos importantes dentro de la planeación de este programa era que las y los autores pertenecieran a diferentes géneros literarios (poesía y cuento) y que se presentaran tanto autores consagrados, como voces nuevas de la literatura, además de académicos y profesores. Formando con esto una diversidad que hace el programa más plural.

Es importante destacar que, aunque en la televisión han aparecido algunos programas destinados a la literatura, en Capital de letras son los mismos autores y autoras quienes presentan y leen su trabajo, lo cual implica, desde la perspectiva de nuestro equipo de trabajo, un mayor nivel de intimidad y cercanía con cada escritor o escritora. Capital de letras no es un programa que presente entrevistas o anécdotas relacionadas con el mundo de la literatura, es un programa que prioriza al trabajo más que al autor, centrándose en cada obra literaria y en la difusión de las mismas para consumo de los espectadores.

Para Capital 21, era muy importante diferenciar el programa y encontrar la manera de vincularlo al programa nacional de lectura, por lo que se buscó la manera de hacer a los textos, los protagonistas de cada emisión y la mejor manera de transmitirlos era desde la voz de sus autores, quienes además se encontraban muy interesados y en gran disposición de difundir su trabajo. Es desde esta perspectiva que nuestro programa se presenta como una opción diferente dentro de la amplia gama de programas culturales dedicados a la literatura.

## 2.4. Proceso de Edición y Postproducción en Capital de letras

Mi papel como editora dentro de este proyecto consiste en la clasificación y elección de las cápsulas que contendrá cada episodio, es importante destacar que dicha clasificación debe permitir un equilibrio entre autores de renombre y autores con menos presencia. Después de la clasificación del material se debe proceder a ajustar dichos contenidos a la duración de cada bloque, esto respetando siempre el contenido y sin alterar en lo más mínimo los textos seleccionados por escritores y escritoras.

Parte del montaje, incluye entender la estructura y ritmo de cada episodio para seleccionar cuidadosamente cada corte y cada paso al siguiente autor, ensamblándolos de manera que el producto final sea atractivo para el televidente, desde el inicio del episodio y hasta el final del mismo. Se debe agregar, además, el material gráfico del programa, lo que implica el montaje de plecas, cortinillas de entrada y salida, créditos y *back* de fondo.

Por motivo de la Pandemia por COVID 19, son los mismos autores los que graban sus cápsulas, por lo que el proceso de curaduría del material debe ser más estricta para sacar así el mayor provecho a cada segmento y que cada cápsula se vea con la calidad que los estándares de Capital 21 requieren. Por este motivo, mi trabajo como editora, se vuelve aún más importante y requiere de mayor peso, puesto que al no tener el entero control sobre las grabaciones, los procesos de edición se vuelven más estrictos y complejos.

El montaje de cada episodio de Capital de letras implica la comprensión y análisis de cada uno de los textos que se presentan, ya que a partir del perfecto entendimiento de ellos, es como se logra estructurar el episodio de manera equilibrada en cuanto a temas, géneros y autores. Esto implica un alto nivel de responsabilidad y concentración para que dicha elección, de como resultado un producto audiovisual que sea entretenido y resalte cada texto en la dimensión que este lo requiera.

## 2.5. Propuestas de mejoras

El periodo de pandemia obligó al equipo de trabajo a desarrollar el programa desde el material grabado y enviado por los mismos invitados e invitadas, ya que el aislamiento impedía desplazar equipos numerosos de trabajo a locaciones, lo cual implicaba mayor facilidad a la hora de recibir el material, pero era una dificultad cuando se trataba de seleccionar el mismo ya que al ejecutarse con material técnico no profesional, la calidad de imagen y audio era inferior, lo cual limitaba y dificultaba las posibilidades a la hora de la edición de cada programa. Tomando en cuenta dichas dificultades que surgieron desde la óptica de la edición y postproducción, aunado a que las restricciones en cuanto a la pandemia han incrementado sustancialmente, se llegó a la conclusión de que a partir de la segunda temporada se retomaría la idea de enviar equipo técnico y humano a filmar las lecturas con escritores y escritoras, esto resulta como un gran aporte que permitirá una imagen más limpia y unificada en beneficio de la calidad del programa. Se tendrán imágenes más equilibradas y con mejor calidad, además de un audio más claro.

Si lo pensamos desde el punto de vista del contenido, se pretende ampliar el catálogo de editoriales y, por lo tanto, de escritores y escritoras que participen con su trabajo, permitiendo así que se pudiese trabajar con géneros y temas que no han sido incluidos hasta el momento. Podría ampliarse el abanico de posibilidades a géneros como la crónica, el teatro o incluso el ensayo. Siempre que haya mayor pluralidad, el programa creciera en posibilidades y posibles televidentes.

Otro tema a considerarse es dar mayor relevancia en tiempo a cámara y sin descuidar el texto, a los autores y las autoras hablando al respecto de su obra en general, mencionando algunos otros de sus títulos para así poder dar mayor impulso a la obra completa de dichos escritores y escritoras. Aunque la lectura del texto debe ser siempre lo primordial, podría ser útil para narradoras, poetas y televidentes que otras obras fueran mencionadas para incrementar el conocimiento y acercamiento a la obra literaria.

De la misma forma en que podría ampliarse el tiempo dedicado a otros textos de los autores y autoras, también podría incrementarse el tiempo dedicado a que los autores hablen acerca de su vida y obra, que platicuen acerca de como se relaciona su texto con los distintos aspectos de su vida o su entorno y cuales fueron las razones o motivaciones que los llevaron a crear dichos textos.

Sería interesante buscar que las cápsulas de Capital de letras, fueran transmitidas desde otras plataformas como: pantallas del sistema colectivo Metro o Metrobus, esto ayudaría a que llegaran a un mayor número de personas y por tanto su repercusión sería mayor y su influencia se incrementaría. Estas cápsulas podrían incluir una invitación a ver el programa completo sintonizando Capital 21, o desde las redes sociales y Youtube.

## **2.6. La relación de Capital de letras con el programa educativo de la UACM**

Hay múltiples conceptos que relacionan el proyecto Capital de letras con el modelo educativo de la UACM, comenzando con el sentido social que implica la realización de un programa con contenido cultural y enfocado en la difusión de la lectura y la literatura. Es un programa que se enfoca principalmente en servir como herramienta de ayuda para la difusión de la literatura, pues tiene como objetivo la formación de individuos socialmente responsables y con sentido humano y ético.

Capital 21 busca incorporar, de manera directa o indirecta, a cada uno de los y las ciudadanas de la capital, comprende que es fundamental la creación de una televisión hecha por y para los capitalinos. Bajo estos mismos valores trabaja la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y que busca que permeen en cada uno de sus estudiantes, trata de que cada uno de los y las universitarias desarrollen un perfil más humano y que se impliquen de manera directa con las necesidades del resto de las y los ciudadanos. La universidad contrae la función de impulsar el aprendizaje y generar que sus estudiantes no solo aprendan, sino que además obtengan las herramientas que les permitan continuar aprendiendo después de terminar sus estudios formales. La UACM se preocupa por fomentar la discusión de las ideas y la reflexión y disenso de los diversos puntos de vista, considerando todas las ideas, pero siempre discutiendo con ellas y propiciando el diálogo entre las diferentes fuentes de información.

La UACM busca impulsar las capacidades de aprendizaje y de pensamiento, pretende convertirse en generadora de reflexión y formar, entre sus estudiantes, un sentido crítico ante las variadas fuentes de información que existen hoy en día, el objetivo es crear ciudadanos que cuestionen su realidad y, con base en ello, sean capaces de construir formas para mejorar su entorno.

La formación de una sociedad crítica y empática con la situación de los capitalinos, es un valor que comparten ambas instituciones y que se vuelve un factor determinante a la hora de la creación de contenidos en Capital 21. Programas como Capital de letras, tienen como objetivo principal el ser útiles y convertirse en parte

fundamental en la transformación de la sociedad. Pretender fungir como pilares de una nueva forma de hacer televisión, una que se enfoque en las necesidades de las y los individuos. Capital 21 entiende su papel como un canal público y a partir de ello es que busca la creación de contenidos que, sin perder la capacidad de ser entretenidos, sean formativos y se comprometan con las necesidades de los ciudadanos.

Es por estas razones que los proyectos de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y de Capital 21 pueden considerarse paralelos, ya que el enfoque de ambos se centra en la formación de una sociedad comprometida, más humana y crítica, capaz de entenderse a si misma y de reflexionar acerca del papel que desempeña y que la coloca en el centro de la transformación que pretende llevarse a cabo desde todos los sectores de la sociedad.

A manera de conclusión podemos decir que tanto Clasificados, como Capital de letras, han sido muy importantes como parte de mi formación profesional, ya que ambos proyectos están enfocados en la colaboración entre el medio público y diferentes sectores de la sociedad. Por lo tanto, ha sido muy satisfactorio para mí, ser parte importante de programas que basan su contenido en el desarrollo social y en el apoyo a las y los capitalinos. Resulta muy significativo en mi proceso personal y laboral, encuentro en ellos una continuidad con respecto a mi proceso educativo en la UACM, ya que en esa institución aprendí acerca de la importancia de participar para el bienestar y generar proyectos con contenido social.

## IV. CONCLUSIONES

Dentro de mi desarrollo profesional, ha sido muy importante colaborar en proyectos cuya primordial preocupación está en el contenido social. Resulta muy enriquecedor, además de estimulante, poder colaborar en programas que están enfocados en el desarrollo y mejoramiento de la sociedad capitalina. Ha sido muy satisfactorio entender y poder vincular dichos proyectos, con el modelo de educación aprendido y trabajado dentro de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, ya que en esta institución educativa siempre se prioriza el aprendizaje con contenido social y en virtud del mejoramiento de sociedad.

Entendiendo la importancia que tiene, hoy en día, la presencia de medios audiovisuales en el desarrollo y formación de un gran número de personas, se concluyó que era importante y necesaria, la creación de contenidos que apelaran a ayudar en las diferentes necesidades que presentan las y los ciudadanos. Por ello, se pensó en programas que sirvieran de manera directa e indirecta a fortalecer los vínculos entre un canal público de televisión y los diferentes sectores de la sociedad contemporánea.

Por un lado, tenemos “Clasificados” un programa que ayuda a publicitar desde la plataforma de la televisión pública, y sin ningún costo monetario, a pequeños y medianos negocios de las distintas alcaldías de la Ciudad de México. Con ello, se pretende que dichos negocios alcancen un nivel de impacto fuera de sus clientes habituales, lo cual es útil en los dos sentidos, por un lado los y las comerciantes encuentran nuevos clientes y por tanto mejores ventas, y los televidentes encuentran soluciones y productos que tal vez no sabían donde conseguir. Con esto, se impacta de manera directa al fortalecimiento y crecimiento de los comerciantes locales que no habían tenido la posibilidad de encontrar publicidad televisiva sin costo; lo cual contribuye sustancialmente a la recuperación económica después de la crisis por la pandemia del COVID-19.

El proyecto “Capital de letras” está pensado para ser una plataforma desde la cual se fomente la lectura, se promuevan escritores y escritoras y se ayude al fortalecimiento de distintas editoriales. Entendiendo la influencia que la televisión puede tener en ciertos grupos, un programa en donde se presenten autores y autoras leyendo sus propios textos, busca impactar de manera positiva y logrando atraer a más personas al hábito de la lectura y sirviendo de promoción a textos de algunos escritores y escritoras que no sean tan conocidas o mediáticas.

Ambos proyectos, fueron pensados y producidos durante la pandemia por Coronavirus, por lo que su desarrollo estaba condicionado a diferentes dificultades y adaptaciones. Este factor fue fundamental puesto que tuvieron que hacerse con la colaboración de los ciudadanos, fortaleciendo la idea de una televisión hecha por y para los ciudadanos y ciudadanas. Son programas que pretenden servir como apoyo a los televidentes, dejar de ser un simple programa de entretenimiento y convertirse en plataforma para impulsar proyectos emanados desde la sociedad: el apoyo a pequeños y medianos empresarios en el caso de “Clasificados” y el impulso y fomento a la lectura y la promoción de autores y autoras en “Capital de letras”.

Programas como los anteriores, buscan fortalecer y volver positiva, la relación entre los medios audiovisuales y la sociedad. La televisión, primordialmente la televisión pública, debe entender el papel que juega en el desarrollo de una sociedad, y a partir de entenderlo, asumirse como generador de contenidos que entiendan y fomenten, de manera positiva, esta influencia. No podemos seguir viendo a la televisión como un mero distractor y generador de entretenimiento; la televisión debe ser, además de entretenida y divertida, un motor en la transformación hacia una sociedad más crítica y participativa.

Los medios tradicionales nos han hecho creer que los programas que se emiten desde esta plataforma, están destinados únicamente a la risa fácil, a la discriminación de los sectores más vulnerables y a servir a los intereses políticos tradicionales y conservadores. La televisión pública debe asumir la responsabilidad de romper con ese tipo de pensamiento y generar contenidos que sean entretenidos y divertidos, pero también culturales, educativos, diversos, con presencia de todos los

sectores sociales y en función de esa misma sociedad. La televisión pública debe ser televisión hecha por y para las y los ciudadanos.

Si los medios asumen la responsabilidad acerca de la influencia que tienen en la sociedad, pueden ser los responsables de una transformación social, deben entender que los contenidos generados desde sus plataformas, debieran ser socialmente responsables y representar al total de los sectores de la sociedad, además de servir a todos los televidentes y no sólo a un grupo establecido en las altas esferas del poder político y económico.

Para mí, ha sido muy satisfactorio, viniendo de una Universidad enfocada en promover la igualdad y la participación de los sectores más vulnerables de la sociedad capitalina, participar en proyectos que dan continuidad a resolver las injusticias sociales y a impulsar, desde la televisión pública, contenidos que generen ideas y ayuden a la formación de ciudadanos y ciudadanas más críticos, empáticos y concientes.

Haciendo un análisis de mi paso por Capital 21, puedo concluir que este ha sido satisfactorio y de un gran crecimiento. Cuando me incorporé a dicha institución, estaba encargada de editar cápsulas de noticias con una duración máxima de dos minutos, lo cual me permitió conocer la estructura básica y composición de los productos audiovisuales. A partir de ese conocimiento, me fue posible hacer la transición al área de producción, en donde entré en contacto con programas de mayor duración y que requerían un mayor conocimiento de las técnicas de edición. Este paso implicó la creación de un lenguaje audiovisual propio, ya que recayó en mí la responsabilidad de la edición de programas seriales completos, lo que me obligó a crecer como editora y aprender desde la observación de otros editores y editoras, desde el estudio de las técnicas y programas; e incluso desde los errores cometidos, lo que me ha llevado a replantear ciertas ideas y proponer, dentro de los distintos equipos de trabajo, soluciones que resulten en beneficio del programa y del proyecto. Este avance hizo posible acceder a la oportunidad de iniciar procesos de post producción dentro de los proyectos que tenía a mi cargo, e incluso colaborando con otros programas. En la actualidad, me encuentro a cargo de la edición y post

producción de proyectos de gran relevancia dentro de Capital 21, lo cual implica un alto nivel de responsabilidad y resolución.

La situación actual de pandemia, nos ha impedido trabajar de manera regular, así que ha sido un reto establecer patrones de producción y resolver las diversas complicaciones que implica el trabajar bajo las restricciones de la pandemia, por lo que, como equipo de trabajo, hemos tenido que impulsar programas que se adapten a la situación actual y que, además, contribuyan a encontrar soluciones para sobrellevar la pandemia.

Mi propósito, como editora y post productora en Capital 21, es implicarme de manera más directa en los procesos de post producción, tomar la responsabilidad de proyectos cada vez más importantes y dirigir equipos de edición y post producción capaces de sacar adelante proyectos de trabajo, esto implica el retribuir al canal de manera directa, ya que podría transmitir mis conocimientos para la formación de nuevos editores y post productores.

Fue muy importante dentro de mi desarrollo laboral en Capital 21, el haber contado con los conocimientos adquiridos durante mi paso por la UACM, ya que el modelo de aprendizaje de la universidad, está basado en “aprender a aprender”. Es por esto que, teniendo como base lo aprendido en las materias relacionadas con los medios audiovisuales, me fue posible establecer una relación de comprensión y procesamiento de saberes que se ha ido incrementando a lo largo de los años que he laborado en dicha institución. Es muy satisfactorio descubrir que el proceso de aprendizaje no termina, ya que he podido incrementar mis conocimientos y adquirir nuevos saberes. Además de continuar trabajando con preceptos compartidos por ambas instituciones, tales como el compromiso social, la ética de la retribución y la preocupación por transformar a la sociedad.

## REFERENCIAS

Capital 21 Tv. (5 de septiembre de 2020). *Hoy gran estreno de #CapitalDeLetras*. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/Capital21/posts/230235986655929>

Capital 21. (12 de octubre de 2020). *No te pierdas nuestra edición especial de #Clasificados en la Feria Internacional del Libro en el Zócalo Ciudad de México*. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/Capital21/photos/a.529376627187604/2411155832342998/>

Capital 21. (16 de Diciembre de 2020). En vivo #Clasificados, un programa que fomenta el consumo local en CDMX. [Video] Recuperado 9 de Mayo del 2021 de <https://www.youtube.com/watch?v=h0NdqUNXsNs>

Capital 21. (2021, 19 de abril). Sobre Capital 21. <https://www.capital21.cdmx.gob.mx/comunicados/tag/Social.html>

Capital 21. (28 de Septiembre de 2020). En vivo sintoniza #Clasificados este 28 de septiembre. [Video] Recuperado el 12 de Mayo del 2021 en <https://www.youtube.com/watch?v=pHMFSb-IYcM>

Cerrillo, P. (2009) *Sociedad y lectura. La importancia de los mediadores de la lectura*. Universidad de Castilla La Mancha. <https://blog.uclm.es/pedrocesarcerrillo/files/2017/03/MEDIADORES.Lisboa2009.pdf>

Clasificados. (25 de octubre de 2020). *Mañana ¡No te pierdas! #Clasificados edición especial de cempasúchil*. [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook. <https://www.facebook.com/ClasificadosC21/photos/156033872907731>

Clasificados. (26 de Enero, 2021). *¿Te gustaría que tu negocio saliera en #Clasificados? Es muy sencillo, te compartimos datos que te ayudarán a que tu video promocional sea perfecto.* [Imagen]. Facebook.  
<https://www.facebook.com/ClasificadosC21/photos/221119096399208>

Cueva, A. (2020, 8 de Octubre). *Clasificados y la nueva Televisión.* Milenio.  
<https://www.milenio.com/opinion/alvaro-cueva/el-pozo-de-los-deseos-reprimidos/clasificados-y-la-nueva-tv>

Fernández, J. (2012, 6 de Noviembre) *Capital 21 estrena instalaciones, único canal de televisión dedicado a la Ciudad de México. Tiene perfil único:político-social-cultural.* Revista Pantalla.  
[http://www.revistapantalla.com/telemundo/elencerron/?id\\_notas=12473](http://www.revistapantalla.com/telemundo/elencerron/?id_notas=12473)

Gobierno de la Ciudad de México (2019, Noviembre). Manual Administrativo del Sistema Público de Radiodifusión de la Ciudad de México. Registro: MA-35/261119-OD-SECUL-SPR-19/010119.  
<https://www.capital21.cdmx.gob.mx/manual-administrativo/c/300-manual-administrativo.html#startOfPageId300>

Martínez, F. (2017) *Calidad informativa en noticiarios de la televisión pública estatal en México.* Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.  
[https://issuu.com/coneicc/docs/calidad\\_informativa\\_en\\_noticiarios](https://issuu.com/coneicc/docs/calidad_informativa_en_noticiarios)

Sáenz, C. (19 de Abril, 2021). Clasificados, programa de reactivación económica CDMX; 2da temporada. [Imagen] *Capital 21.*  
<https://www.capital21.cdmx.gob.mx/noticias/?p=18487>

SPR México. (3 de octubre de 2020). *En Capital 21 Tv queremos apoyar a la economía local.* [Imagen adjunta] [Publicación de estado]. Facebook.  
<https://www.facebook.com/SPRMexico/posts/2007492449385730>

Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal. (2016, 07 de Septiembre).

Convenio General de apoyo y colaboración.

[http://www.cjdf.gob.mx:93/transparencia/articulo14/17/actualizado/convenios/  
C\\_C\\_CAPITAL\\_21.pdf](http://www.cjdf.gob.mx:93/transparencia/articulo14/17/actualizado/convenios/C_C_CAPITAL_21.pdf)

Universidad Nacional de La Plata. (2020, 14 de Abril). *Psicología del color*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. <https://www.milenio.com/opinion/alvaro-cueva/el-pozo-de-los-deseos-reprimidos/clasificados-y-la-nueva-tv>

# ANEXOS

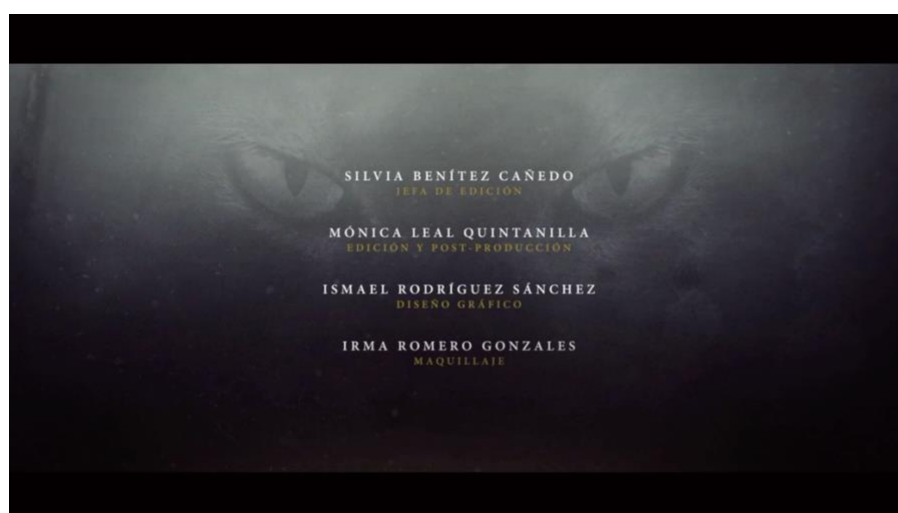
## 1. Créditos en diferentes programas

### Muestra Fílmica ENAC 2019



Fuente: <https://www.facebook.com/MarianaEscobed/posts/10157908456095312>

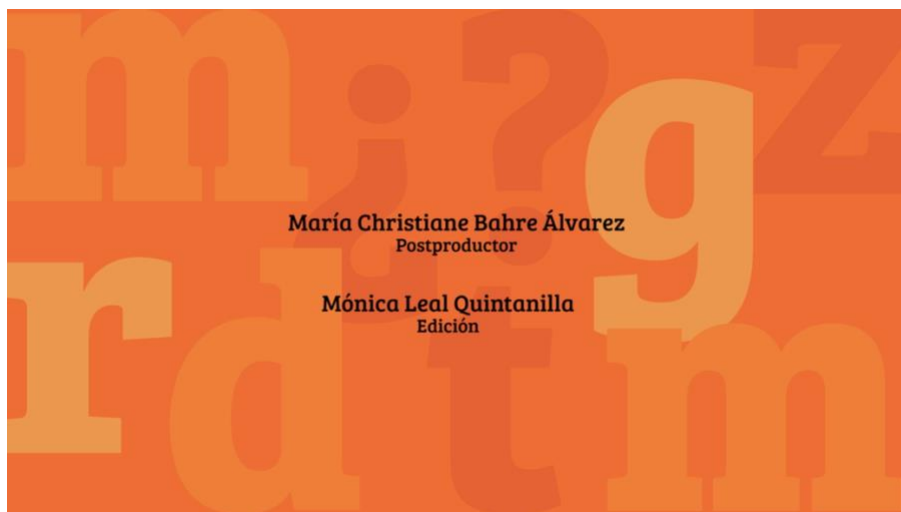
## Animales Oscuros



Fuente:

[https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=226538268351232&external\\_log\\_id=682c36f6-ada4-46e3-8e5e-d20629488b0d&q=animales%20oscuros](https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=226538268351232&external_log_id=682c36f6-ada4-46e3-8e5e-d20629488b0d&q=animales%20oscuros)

## Capital de letras



## Fuerza México



**Frida Salinas Neri**  
Producción

**Eric Santos Reyes Devo**  
Producción

**Alejandro Rodríguez González**  
Producción

**Javier Hernández León**  
Post Producción

**Mónica Leal Quintanilla**  
Edición

**Ismael Rodríguez Sánchez**  
Diseño Gráfico

**Gerardo Soto**  
Material Audiovisual 21 Noticias

## Salud a Ciencia Cierta



## Especial Ramón López Velarde



**Christiane Bahre**  
Post producción

**Mónica Leal**  
Edición / Post producción

## 2. Comprobación de colaboración en Capital 21



GOBIERNO DE LA  
CIUDAD DE MÉXICO

SECRETARÍA  
DE CULTURA



Mayo de 2021

A quién corresponda:

Reciba un cordial saludo.

Por medio de la presente, hago constar que **Mónica Montserrat Leal Quintanilla**, ha laborado para el Sistema Público de Radiodifusión de la Ciudad de México "Capital 21" desde el año 2016 y hasta la fecha actual, Mayo 2021, con nombramiento por Tiempo Fijo y Prestación de Servicios u Obra Determinados, para realizar actividades en la Dirección de Radio y Televisión dentro del departamento de edición y post producción de los contenidos generados por Capital 21, con el número de plaza 16505572 y el número de empleado 992610.

Durante los años en colaboración, se ha desempeñado con esmero, cumpliendo los objetivos en el área, dando muestra de gran interés y habilidad en las diferentes actividades a realizar.

Atentamente

Lic. Tianne Álvarez  
Coordinadora de Post- Producción

Celular: 55 16 78 73 83  
Correo: [tiannealvarezc21@gmail.com](mailto:tiannealvarezc21@gmail.com)