



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**Coordinación de producción del programa
televisivo @21. Experiencia, retos y propuestas en
un medio público**

Trabajo Profesional

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
Licenciado en Comunicación**

**PRESENTA:
Israel Muñoz Rico**

Asesora: Maestra Raquel Ábrego Santos



Santa Cruz Acatlán. Naucalpan. Estado de México (FES Acatlán)



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

ÍNDICE

Contenido

INTRODUCCIÓN

1.	El escenario del ejercicio profesional.....	1
1.1	Sistema de Radio y Televisión del Gobierno del Distrito Federal	2
1.1.1	La creación del medio televisivo público en el D.F.....	3
1.1.2	La consolidación como canal gubernamental	6
1.1.3	La nueva era del canal en la 4T	9
1.2	La organización del Canal Capital 21.....	12
1.2.1	Estructura	16
1.2.2	Funcionamiento	17
1.2.3	Programación	21
1.3	@21	23
1.3.1	Objetivos	25
1.3.2	La relación con las audiencias	26
1.3.3	Descripción del programa	27
1.3.4	Recursos humanos, materiales y financieros.....	29
2.	Los retos de coordinador de producción del programa @21	32
2.1	Selección de temas.....	37
2.1.1	Inclusión e Información Juvenil.....	37
2.1.2	Barrios	37
2.1.3	Arte Urbano.....	38
2.1.4	Nuevas Actividades Urbanas.....	38
2.1.5	Mujeres	39
2.1.6	Música	40
2.1.7	Comida Popular	40
2.1.8	Deportes.....	40
2.1.9	Espacios Culturales.....	41

2.1.10 Autos y Motos	42
2.2 Propuesta de entrevistas para cada programa	49
2.2.1 Dependencias De Gobierno, Institutos Culturales o Académicas.....	49
2.2.2 Asociaciones Civiles.....	50
2.2.3 Personajes	51
2.2.4 Lugares o Espacios Representativos del Tema.....	52
2.3 Programas Especiales.....	54
2.3.1 Vive Latino.....	54
2.3.2 Maratón CDMX.....	55
2.3.3. Especial Alex Lora	56
2.3.4 Semana de las Juventudes	57
2.3.5 Día de Muertos.....	58
2.3.6 Faro Azcapotzalco	59
2.4 Grabación en locaciones	60
2.5 Postproducción	62
3. La experiencia profesional: aprendizajes, críticas y propuestas	64
3.1 Aprendizajes como coordinador de producción	65
3.1.1 Investigación periodística.....	65
3.1.2 Logística.....	66
3.1.3 Coordinación	67
3.1.4 Producción.....	69
3.2 Propuestas generales para un mejoramiento laboral.....	70
3.2.1 Mejoras en el área de producción.	71
3.2.2 Mejoras en el área técnica.	75
3.3 Propuestas para optimizar los procesos de producción en Canal 21	79
3.3.1 Capacitación en los recursos tecnológicos.....	80
3.3.2 Aumentar las plazas de talento humano	81
3.3.3 Motivación al talento humano.....	82
3.3.4 Aprovechamiento del tiempo	83
3.3.5 Estándares de calidad de producción	84
3.4 Propuestas para enriquecer la formación académica en Comunicación.....	85
Conclusiones	89
Bibliografía	95
Anexos.....	96

INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo Profesional corresponde al periodo del año 2018 en el cual desempeñe la labor de coordinador de producción del programa @21 del canal público Capital 21 actualmente perteneciente al Sistema Público de Radiodifusión de la Ciudad de México, la experiencia laboral dentro de este canal tiene desde año 2015 desempeñando en un principio ocupaciones como asistente de producción, asistente de cámara, posteriormente camarógrafo y realizador para que finalmente desempeñar el puesto de coordinación de producción del proyecto @21.

La decisión de describir el ejercicio laboral de solo la coordinación de producción es porque conlleva todo lo aprendido en años anteriores y ejecutados y complementados en la coordinación. El aporte de este trabajo es proporcionar una visión particular de laborar en un medio público relativamente joven con apenas diez años de creación como Capital 21 y el proceso de principio a fin de la creación y realización de un programa dentro de una televisora dependiente del gobierno local.

El principal objetivo es describir y analizar el proceso de producción en el canal televisivo Capital 21 del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México (hasta finales del 2018 este era su nombre oficial) a través de mi experiencia profesional como coordinador del programa @21, con la finalidad de proponer mejoras en el ámbito profesional como la formación académica de la Licenciatura en Comunicación. Estas propuestas se centran en la estancia de Capital 21 particularmente en los retos presentados desde en un principio con la falta de experiencia al estar a cargo de un programa de televisión y las mejoras que se dieron de manera personal y del proyecto al finalizar dos temporadas de este con cuarenta programas al aire.

La perspectiva de este trabajo profesional pretende ofrecer un panorama general a lo que se enfrenta el recién egresado de la carrera de comunicación en un medio público en que las grandes limitantes es la austeridad de presupuesto tanto en área técnica como en el talento humano lo que representa un mayor esfuerzo en la realización de un programa de televisión. En esta experiencia laboral se le da el peso a la profundización de conocimiento a la producción en locación que fue lo que se realizó con el proyecto de

@21 desde sus inicios. Con la descripción y análisis de este trabajo se le da su peso e importancia a la grabación en locaciones que es muy diferente a la producción de estudio o foro en televisión, no se trata de darle más peso a lo realizado en locaciones pero si mostrar que es una experiencia y aprendizaje distinto al de estudio que cuando se habla de televisión es la primera en tomarse en cuenta en planes de estudio o como ejercicio laboral.

Para dar un panorama histórico de Capital 21 en el primer capítulo se describe la fundación del canal como una necesidad de la capital del país para tener su canal propio de la ciudad, sus inicios como un canal en internet que posteriormente se consolidó con una señal de televisión a principios de la administración 2012-2018, la programación durante esos seis años y el cambio que tuvo con la recién 4ta. Transformación a finales del 2018. En este mismo capítulo se describe el programa de @21, los recursos materiales humanos y financieros que se tuvieron durante el cargo de coordinación y el objetivo del programa que fueron: comunicar y difundir la cultura urbana local para promover el talento y el trabajo de los jóvenes dentro de la Ciudad de México. En el segundo capítulo se da una descripción detallada del proceso de producción del programa que debido a la falta de presupuesto el equipo de trabajo era muy reducido por lo tanto el coordinador tenía la libertad de proponer y seleccionar temas de cada emisión y tener a cargo las propuestas de entrevistas. También se describe la organización y realización de los programas especiales durante el año, los retos durante las grabaciones en locaciones y finalmente la postproducciones para la entrega del programa al canal.

En el último capítulo se presenta un análisis del aprendizaje personal dentro de la coordinación, por ejemplo, una mayor experiencia en investigación periodística, en temas de logística y la más importante la de producción de un programa. La retroalimentación se deja en las propuestas para un mejoramiento laboral tanto en el área de producción como técnica dentro del canal, también en este tercer capítulo se describe las propuestas para enriquecer la formación académica en la carrera de Comunicación.

En la parte de conclusiones se resume y reflexiona de lo aprendido durante el ejercicio profesional los retos que se tuvieron en un principio y las mejoras que se dieron al final de las dos temporadas a cargo. El objetivo de este trabajo profesional no solo es describir de manera personal la experiencia que se obtiene en un puesto como el

coordinador de producción, sino también presentar un panorama general de trabajar en un medio público en este caso en particular canal 21 se le considera un medio oficial y gubernamental lo que afecta en su presupuesto austero y difíciles mejoras para la calidad de producciones propias. Un canal que en cada cambio de administración no se lleva un seguimiento de la barra programática y se comienza de cero, una televisora cada vez más politizada y con directivos sin experiencia en el medio televisivo.

Capital 21 se encuentra estancado como un medio público, necesita una mayor producción de proyectos con temáticas culturales, de ciencia, educativos e incluso de arte para cumplir la demanda de servicio a la comunidad y consolidarse como un medio serio de información y de servicio público. Esto es a lo que se puede enfrentar el egresado de la carrera de comunicación o los comunicólogos en general ante la televisión pública pero lo más importante es el criterio que se forme con la experiencia profesional y cómo va a confrontar estos retos durante su vida laboral.

1. El escenario del ejercicio profesional

El nacimiento de Canal 21 viene de muy lejos, los primeros intentos de su creación fueron durante el gobierno de Cuauhtémoc Cárdenas al frente del Distrito Federal. En su mandato se buscó crear una señal radiofónica que fuera de este Departamento pero la señal quedó finalmente en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Fue la semilla para la gestación de una señal radiofónica y posteriormente televisiva del entonces Distrito Federal.

Los intentos prosiguieron en la administración siguiente, esta vez Andrés Manuel López Obrador realizó un proyecto con ayuda de la Secretaría de Cultura, que encabezaba el historiador Enrique Semo, pero este proyecto solo se quedó archivado. Para el 2007 ya como jefe de gobierno capitalino, Marcelo Ebrard creó un Consejo Consultivo para la creación de un proyecto televisivo, lo que llevó a hacer todos los trámites y requerimientos ante la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), actualmente el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Para junio del 2007 la Cofetel aprueba la petición y asigna la frecuencia 21 para el Gobierno del Distrito Federal con el distintivo XHCDM. Es así que el día 16 de abril de 2008, en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, se publica el Decreto mediante el cual se reforma, derogan y adicionan diversas disposiciones del Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal, indicando que se adiciona un último párrafo a la fracción I del artículo 7º, derogándose la fracción V, del artículo 38 y reformándose el 198 del Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal que a la letra indican: “Quedan adscritos a la Secretaria de Gobierno los Órganos Político-Administrativos de cada demarcación territorial” adicionalmente señala “se le adscribe el Órgano Desconcentrado denominado Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal”.

1.1 Sistema de Radio y Televisión del Gobierno del Distrito Federal

El primer Director de Canal 21, Héctor Cervera Gómez (ex director del Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales y egresado del Centro de Estudios Cinematográficos de la UNAM) señaló “no podemos ni queremos esperar más a que nos otorguen la transmisión aérea gratuita para salir al aire (...) Tenemos ya la experiencia suficiente y una programación que cubre todo el día, con repeticiones, lista para ser difundida de manera masiva” (Toussaint, 2009). Tanto el director como el también asignado subdirector técnico Héctor Parker, tenían ya la planificación y programación del naciente canal.

En septiembre del 2008 opera el canal con un noticiario, posteriormente cubrió una barra programática de 7:00hrs a las 23:00hrs. Su objetivo principal es producir programas y noticias de mayor interés para los capitalinos para consagrar una identidad propia, incrementar la participación ciudadana e informar sobre las acciones del gobierno. Así lograron 11 barras de lunes a viernes, más los noticieros matutino y nocturno, todo a través de transmisión por internet.

Las primeras instalaciones del Canal 21 en forma, fueron entregadas en febrero de 2009 al norte de la Ciudad, en ese entonces la Delegación Gustavo A. Madero albergó al canal capitalino en el inmueble conocido como el Centro de Arte Cultural Futurama, en la colonia Lindavista. Una parte del recinto fue proporcionado para un estudio de grabación, salas de edición, una cabina de radio y oficinas administrativas para el canal 21. En un principio la señal sería por internet.

Debido al apagón analógico la Cofetel otorgó la señal digital XHCDM-TDT en la posición 21.1 de TDT con antena transmisora en el Cerro del Chiquihuite, quedando registrado como Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal. La antena se encontraba situada en la azotea de las instalaciones de Futurama, la señal se mandaba por microondas al Chiquihuite cuyo rango de alcance era de 45 kilómetros a la redonda.

1.1.1 La creación del medio televisivo público en el D.F.

En junio del 2010, ya con señal digital comienzan las pruebas con programas prestados y comprados a canales como Journal, DW, INBA y estatales. Para 2012 a dos años de haber recibido el permiso de la Cofetel para operar como señal digital, el canal Capital 21, del Gobierno del Distrito Federal GDF siguió en pruebas y sin una fecha definitiva para arrancar transmisiones en vivo.

Héctor Cervera señaló, en febrero del 2012, que el arranque de Capital 21 dependía de la respuesta de la señal de prueba que sería generada ese mismo mes y avalada la programación por parte del Consejo Consultivo del canal, el cual estaba integrado por Virgilio Caballero, Blanche Petrich, Martha Lamas, Nicolás Alvarado, Julieta Fierro y Carlos Payán. En su momento Cervera precisó para NOTIMEX “Es una programación variada y entretenida, conformada por noticiarios matutinos y vespertinos que darán cuenta del acontecer ciudadano, habrá barras de contenidos dedicados a la cultura y a las artes, deportes y espectáculos” (NOTIMEX, 2012)

Con luz verde por parte del Consejo Consultivo, para la segunda semana de febrero de 2012, Capital 21 comienza con pruebas de transmisión. Durante los primeros nueve meses de ese mismo año se logró mantener una programación de hasta ocho horas de producción propia, incluyendo dos noticiarios, barra de deportes, de análisis, además de la proyección de programas producidos por la BBC y la Deutsche Welle, de Gran Bretaña y Alemania respectivamente, con las que se firmaron convenios de colaboración. Además, a través de internet y luego en la señal de prueba se transmitieron en vivo cuatro Informes de Gobierno de Marcelo Ebrard.

En noviembre de 2012 fue el cambio de administración en el Distrito Federal, con ello vino un estancamiento en el desarrollo del canal capitalino y también cambios como la salida de Héctor Cervera de la Dirección General, así como de gente con experiencia en el medio como José Luis Calderón, Alejandro Villanueva y Alberto Castro. El 30 de noviembre, una semana antes de que asumiera Miguel Ángel Mancera como jefe de Gobierno, Ebrard colocó a la titular de su oficina, Marcela Gómez Zalce, al frente de Capital 21.

Con su arribo se concretó el cambio de sede del canal a un viejo edificio ubicado en Izazaga 89, colonia Centro, en el piso número 16, donde también hay oficinas de otras dependencias capitalinas como el Sistema de Aguas y la Secretaría de Finanzas. Entre los funcionarios que formaron en un principio del equipo de trabajo de Gómez Zalce en Canal 21 se encontraban Tania Pardo, como jefa de Noticias; Leopoldo Brito en Producción y José Luis Balderas en Redes Sociales y área técnica.

Posteriormente los directivos que quedaron en el resto de la administración fueron:

- **Marcela Gómez Zalce**
Directora General del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal

- **Noé Iturbe Alcántara**
Director de Radio y Televisión

- **José Luis Balderas Chaurand**
Director de Operación Técnica

- **Jaime Manuel Higuera Pérez**
Subdirector de Administración

- **Luis Daniel Rodríguez Alfaro**
J.U. Recursos Financieros

Sobre los valores y objetivos del canal se establecieron según el Manual Administrativo del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México son los siguientes:

Misión de la empresa

Producir y transmitir a través del portal de internet y en señal digital por televisión abierta, programas, información y noticias en los ámbitos culturales, políticos, económicos y sociales de interés para los habitantes de la Ciudad de México aprovechando las plataformas, para la difusión de los programas sociales y acciones del Gobierno del Distrito Federal para mejorar los lazos de acercamiento entre los

diferentes sectores de la población fortaleciendo la identidad mediante el conocimiento y revaloración de la imagen y tradiciones de los distintos barrios, colonias y comunidades que la conforman y con ello impulsar la participación ciudadana.

Visión de la empresa

Ser una institución con amplia cobertura de televidentes e internautas en el Distrito Federal y Zona Metropolitana, siendo 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 y en la generación de contenidos que reflejan la pluralidad ideológica de la ciudad en igual de circunstancias para hombres y mujeres, fomentando el respeto de los derechos humanos, lo que permita que la ciudadanía exprese libremente su opinión sobre las políticas públicas implementadas y de esa forma las autoridades puedan mejorarlas para brindar servicios de calidad a los habitantes de la Ciudad de México.

Objetivos generales de la empresa

1. Transmitir en señal abierta y en internet, contenidos de mayor interés a los habitantes de la Ciudad de México, a través de producciones de calidad con temas culturales, políticos, económicos y sociales que incidan en su vida cotidiana.
2. Difundir los programas sociales y acciones implementadas por el Gobierno del Distrito Federal, a través de spots, cápsulas y documentales.
3. Mantener y elevar el nivel de la audiencia del canal de televisión Capital 21 y del sitio web de radio, mediante estrategias que permitan la interacción con los televidentes e internautas a efecto de conocer sus intereses y preferencias.
4. Promover la participación ciudadana en los programas sociales impulsados por el Gobierno del Distrito Federal, mediante la difusión de convocatorias y requisitos para ser beneficiarios de los programas sociales.
5. Enriquecer la carta de programación, a través de acuerdos institucionales, convenios o instrumentos jurídicos para el intercambio o coproducción de materiales educativos, científicos, culturales, informativos y de difusión de calidad con el sector público y/o privado. Dar a conocer la imagen, actividades y/o servicios del sector público y/o privado que pudieran ser del interés de los habitantes de la Ciudad de México, conforme a lo establecido en la Ley Federal de Radiodifusión y Telecomunicaciones, en virtud de un beneficio recíproco.

1.1.2 La consolidación como canal gubernamental

En la siguiente administración de Miguel Ángel Mancera el canal comenzó un cambio en mejoras de programación, nuevas transmisiones, cápsulas y cortes informativos. En su noticiero matutino **“A Tiempo 21”** amplió su horario hora y media y en el noticiero nocturno el nuevo conductor fue Alejandro Brofft. La nueva imagen del canal incluyó un programa de revista, que iniciaba terminando el noticiero matutino de nombre **“Tu Ciudad es...”** que encabezaban los conductores Paola Kohen y Enrique Alcocer, posteriormente y con cambió de imagen se integraron Caribe Álvarez y Alma Rosa González.

Los primeros programas en esta nueva etapa del canal fueron:

“DFarándula” conducido por Marco Antonio Silva, un programa enfocado a entrevistas a celebridades del medio artístico e información del mundo del espectáculo.

“El Cuarto” otro programa de revista pero centrándose en temas culturales como el arte, cine, teatro, pintura y música.

“HIP DF” se entrevistaban a personalidades de la Ciudad de México, dando a conocer su trayectoria e historia.

“Línea médica” se trataba de una mesa de debate con temas de salud.

“¿Quién investiga aquí?” reportajes sobre personalidades del centro de investigación UNAM.

“Tercer Nivel” programa musical que presentaba diversos artistas amateurs o emergentes.

“Estudio G” otro programa musical que presentaba diversos artistas del estado de Veracruz.

La Barra programática fue cambiando en la administración, proponiendo programas más dirigidos a televisión privada como el programa de revista “Tu Ciudad es...” que tuvo varios cambios de conductores en su más de 1,000 programas al aire. Posteriormente para el 2015 los programas tuvieron una consolidación que les permitió durar varias temporadas hasta la culminación del 2018.

Los programas que dieron resultado para los directivos y la audiencia capitalina fueron tomando forma y teniendo una estabilidad en sus transmisiones, los más destacados se presentan a continuación:

- **Tu Ciudad es...** Programa matutino estilo revista que encabezaba Enrique Alcocer y Paola Cohen, fue el proyecto más consolidado en esta etapa con más de 4 años al aire logrando más de 1,000 programas en vivo, con secciones de cocina, musicales y entrevistas, pero también con secciones culturales y sociales evocados a la Ciudad de México.
- **¡Qué Rayos!** Programa de tecnología y ciencia dedicado a niños y jóvenes. Presentaba de forma accesible para este público temas científicos incluyendo las entrevistas a especialistas. Era conducido por Emilio “Pizu” Saldaña y Daniela Luján.
- **@21** Programa dirigido a jóvenes desde 16 años, hasta a adultos de 35, con temáticas de inquietudes juveniles y expresiones artísticas. Se tocaban temas como drogadicción, asesoramiento estudiantil, deportes, música, tribus urbanas entre otros. La conducción era de César Ayhllón “Chocks” y en la parte de musicales el colaborador era el periodista Chava Rock.
- **Palabras Mayores** Programa de entrevista dirigido al público mayor donde se entrevistaban a personalidades del espectáculo, las artes o actores y actrices mayores de 60 años dando a conocer su vida personal y profesional. Fue conducido por Alix Bauer en más de cinco temporadas.
- **Clínica de Animales** Programa de reality show que presentaba casos de animales domésticos o mascotas heridos o con enfermedades, así como los procedimientos de curación, operación y recuperación del animal.
- **Ciudad de Animales** Programa de revista con temas de cuidado y protección de mascotas al igual con entrevistas e información de la vida animal en general con invitados desde perros hasta lagartos y boas, conducido por Gustavo Reyes y Brenda Flores.
- **Diversidad CDMX** Programa dirigido a la comunidad LGBTTTI con entrevistas y asesoramiento para mejoras de la comunidad dentro de la Ciudad, aborda temáticas sobre las identidades de género y/u orientación sexual. Conducido por Johnny Carmona, Sheyla Ferrera y Daniel Vives “Ego” fue uno de los primeros programas dirigidos en televisión abierta dirigida a la comunidad LGBTTTI.

- **Opinión 21** Programa de debate político y social con temas del momento sobre el acontecer nacional e internacional, regularmente se confrontaban las partes opuestas del tema a debatir y el mediador o conductor era Alejandro Broft.
- **Yoga para todos** Programa matutino para la realización de yoga, con objetivos de salud mental y física, con entrevistas sobre temas de meditación y temas de enseñanza de mejoras de estado de ánimo, conducido por Wojtek Jan Plucinski
- **Xplora CDMX** Programa de turismo en el cual los conductores Juan Carlos Escalante y Alexis de Anda visitaban estados próximos a la Ciudad de México como Hidalgo, Puebla, Morelos o el Estado de México recorriendo pueblos mágicos o lugares turísticos para dar a conocer su cultura y tradiciones
- **Ángulo 21** Programa deportivo dedicado a las actualizaciones de todos los deportes tanto en el país como en el extranjero, con entrevistas a deportistas mexicanos, encabezado por el conductor Ricardo Magallán y Antonio Vargas, formato de programa que se encuentra tanto en canales de televisión abierta como privada.
- **Cocina CDMX** Programa de cocina que tuvo varios cambios en la realización del programa, por mencionar algunos se visitaban restaurantes reconocidos dentro de la Ciudad para conocer las especialidades de su cocina o grabar en estudio recetas de gran variedad y balance nutritivo para mejorar los hábitos alimenticios de los capitalinos, la conductora sobresaliente fue Many Muñoz.
- **Médico en tu casa** Programa realizado con la ayuda del Gobierno Capitalino ya que su propósito era dar a conocer casos de ayuda de programas sociales médicos a personas de bajos recursos o con enfermedades delicadas. Se entrevistaba tanto la parte clínica como a las personas beneficiadas con estos apoyos médicos.

Con respecto a los noticieros se cambió el nombre de los noticieros matutino y nocturno a “21 Noticias” que era encabezado en la conducción por Juan Becerra, Alejandra Gallardo y Felicitas Carnalla. También se introdujo noticiero los fines de semana a las 20:00 hrs, sábados y domingos.

La consolidación del canal se dio con una programación propia, gracias a las licitaciones ganadas por varias productoras que fueron las encargadas de realizar la mayoría de los programas. Canal 21 como un canal público su contenido se inclinaba más a un medio privado, esto debido principalmente por su programa de revista que es más común en

este tipo de televisoras como Televisa o TV Azteca, a pesar de las críticas se logró con éxito una estabilidad en la barra programática con producciones propias consiguiendo una identidad propia del canal.

Debido al cambio de gobierno, para finales del 2018 se terminaron las últimas temporadas de cada programa. Ni los programas que se habían consolidado en un periodo de tres años lograron permanecer al aire, el único que permaneció fue el noticiero matutino y nocturno, pues el de los fines de semana salió del aire. Estos fueron los primeros cambios de la nueva dirección de Capital 21, radicalmente se sacó del aire toda la programación original hecha en el canal para regresar a la compra de noticieros extranjeros y programas de Canal Once y Televisión Educativa todo esto para reformular una nueva televisión con fines más públicos.

1.1.3 La nueva era del canal en la 4T

La Cuarta Transformación encabezada por el presidente de la República Andrés Manuel López Obrador se propuso mejorar los medios públicos, principalmente para fomentar la educación informal, sobre todo en materia de democracia, derecho a la información, derecho de las audiencias y la participación ciudadana.

Medios que reflejen con más claridad la diversidad étnica, social, cultural...donde encontremos rostros y voces más parecidos a lo que ya vemos-oímos en la plaza, mercados, transporte público y en las calles. Medios que ayuden a problematizar lo que son los medios mismos. Mostrando las estrategias convencionales de manipulación. Medios públicos, medios ciudadanos “de”, “por” y para la construcción de esa ciudadanía: conocimiento de derechos, asunción de responsabilidades, guías y pautas para la convivencia moderna, diversa e incluyente (Karam, Medios públicos, ¿nuevas oportunidades?, 2019, pág. 6)

Para ello, la administración federal comenzó el cambio en los medios públicos nombrando en primer lugar a Jenaro Villamil para dirigir el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM), Villamil es egresado de la UNAM, trabajó como reportero en el *Financiero*, colaborador de *Proceso* y la *Jornada*.

Los funcionarios que se nombraron en otros medios públicos relevantes son:

Aleida Calleja al frente del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), licenciada en comunicación. Ha sido miembro del Consejo Ciudadano del IMER, fundadora y directora de la radio indigenista de Sierra Norte de Puebla y vicepresidente mundial de la Asociación de Radios Comunitarias (AMARC).

Armando Casas fue nombrado director general de Canal 22. Casas es realizador, productor, guionista y académico. Fue director del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), de TV UNAM y es miembro de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas.

Gabriel Sosa Plata fue nombrado director de Radio Educación, licenciado y maestro en comunicación con una larga trayectoria en la defensa por el derecho de las audiencias.

En Notimex quedó a cargo la periodista Sanjuana Martínez quién ha trabajado para la *Jornada, Proceso y Sin Embrago*.

En Canal 11 fue nombrado director general José Antonio Álvarez Lima, que ha tenido una carrera más política que dentro de los medios de comunicación, ha sido Gobernador de Tlaxcala, embajador de México en Colombia y su único cargo en los medios públicos fue como director de Radio Educación en 1978.

Jenaro Villamil, quien encabeza los medios públicos en la Cuarta Transformación, se propuso crear un nuevo modelo que abatiera la burocracia, lo gubernamental y oficialista en todos los medios del Sistema de Radiodifusión del Estado Mexicano:

Un modelo realmente público. Lo que habíamos tenido hasta ahora es un modelo gubernamental con algunos esbozos de medios públicos y cuando planté la posibilidad en el Senado era que la prioridad no estuviera en el gobierno, no en la agenda que cada quien pueda hacer, sino en los ciudadanos y en las audiencias. Porque si hablamos de medios públicos, tenemos que preguntarnos por las audiencias, si están viendo tus programas y si estos son útiles. Un nuevo modelo de medios públicos implica, la coordinación de esfuerzos. Porque tradicionalmente han sido espacios burocráticos o feudos, en donde cada quien incluso a veces programaba lo mismo o compraban las mismas series o suscribían los mismos convenios en lugar de hacer compras consolidada, que solo no ayudan a ahorrar dinero sino también a

coordinar mejor los esfuerzos. Este nuevo modelo tiene como objetivo coordinar esfuerzos para que no haya dispersión de recursos, de talentos y programación. (Padilla Ríos, 2019, pág. 12)

A finales del 2018, con el nuevo Gobierno en la ya oficialmente Ciudad de México también hubo cambio de directivos en Capital 21. La Jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum, que pertenece a la Cuarta Transformación, colocó en la Dirección General de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México a Diego Antonio Saturno García. El nuevo directivo proviene de la Ciudad de Puebla, estudio Ciencias de la Comunicación en la Universidad de las Américas Puebla, también con una maestría en Comunicación Política y Corporativa de la Universidad de Navarra.

Con Diego Saturno colaboran en la nueva dirección del Canal, Olimpia Velasco (subdirectora regional de la edición Puebla-Tlaxcala de El Universal), Pablo Cano Espinoza que es diseñador digital y José Antonio Caso, quien laboró como camarógrafo en TV Azteca Puebla.

Los nuevos cambios en la Dirección General de Capital 21 y con el proceso de una Cuarta Transformación en el ámbito nacional y particularmente en la Ciudad de México se pretende crear una nueva era en el Canal 21, específicamente se busca un medio público más consolidado, y eliminar uno de los principales problemas que ha existido desde el origen del canal: el ser considerado un medio gubernamental u oficial.

La primera producción original de Capital 21 en la era de la Cuarta transformación fue Ruleta de letras, una serie animada dedicada a los niños, con 13 cápsulas con una duración de 2 minutos y medio. Esta serie es el principio de la nueva generación de Capital 21 como un medio público, así lo confirmó su director Diego Saturno:

Un esfuerzo que hemos hecho en Capital 21 en aras de transformar la televisión pública por lo menos en la Ciudad de México. También es parte de un esfuerzo cohesionado que se realiza con otros medios públicos como Canal 14 e instituciones. (MacMasters, 2019).

El cambio de programación está más enfocado a una televisión pública, la realización de nuevos proyectos dejará de ser un intento de medio privado como la administración pasada. Es lo que pretenden los nuevos directivos del Canal y es lo que dejó ver Diego

Saturno en sus primeras entrevistas en las cuales expreso que las nuevas producciones serán:

Un combo que incluye cine de nueva generación, música alternativa, rescate y revaloración de las lenguas maternas, ciencia y salud, en el relanzamiento de lo que es Capital 21 que se transmite por la frecuencia 21.1 desde hace seis años y está en proceso de transformación. (MacMasters, 2019)

1.2 La organización del Canal Capital 21

La administración de Capital 21 para el 2019 se encabezó de la siguiente manera:

Directorio Oficial del Sistema de Radiodifusión de la Ciudad de México

- **Dirección General**

Diego Antonio Saturno García

dsaturno@cdmx.gob.mx

Teléfono: 9179-0400 ext. 204

- **Dirección de Planeación**

José Antonio Caso Romero

jcasor@cdmx.gob.mx

Teléfono: 9179-0400 ext. 201

- **Dirección de Operación Técnica**

Pablo de Jesús Cano Espinoza

pcanoe@cdmx.gob.mx

Teléfono: 9179-0400 ext.206

- **Dirección de Radio y Televisión**

María Olimpia Velasco Mora

mvelascom@cdmx.gob.mx

Teléfono: 9179-0400 ext. 203

- **J.U. Departamental de Asuntos Jurídicos**

Gabriela Irene Siu Palomar

gsiup@cdmx.gob.mx Teléfono: 9179-0400 ext. 234

El funcionamiento de cada puesto principal se describe a continuación con respecto al Manual Administrativo del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México.

Dirección General del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal

Puesto: *Dirección General del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal*

Funciones:

1. Planear la operación del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México.

1.1 Coordinar y vigilar las acciones encaminadas a recabar, difundir y actualizar la información pública para dar cumplimiento a las obligaciones jurídico-administrativas en materia de transparencia.

2. Definir la programación radiofónica y televisiva del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México.

2.1 Colaborar con las diversas instituciones del sector académico, social, público y privado, en la producción y transmisión radiofónica y televisiva de contenidos.

2.2 Suscribir con organismos académicos, sociales, públicos y privados, así como con los canales o sistemas de comunicación masivos internacionales, nacionales, estatales o municipales, los acuerdos interinstitucionales, convenios o instrumentos jurídicos que permitan el intercambio y producción conjunta de materiales educativos, científicos, culturales, informativos y de difusión.

Puesto: *Líder Coordinador de Proyectos "B"*

Funciones:

1. Atender los asuntos que le sean encomendados para dar cumplimiento de las funciones sustantivas de la Dirección General en Asuntos Jurídicos.

1.1 Realizar las acciones necesarias encaminadas a garantizar el cumplimiento del despacho de asuntos que le competan a la Dirección General en Asuntos Jurídicos.

1.2 Elaborar los estudios necesarios para garantizar que los criterios jurídicos que emita la Dirección General en Asuntos Jurídicos se sustenten de manera correcta.

1.3 Analizar que la información y documentación requerida por las diversas áreas, cumpla con los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.

2. Dar seguimiento a los acuerdos y resoluciones emitidas por los órganos jurisdiccionales que obliguen al Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México.

2.1 Atender los requerimientos realizados por las autoridades judiciales a este Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno de la Ciudad de México.

Puesto: *Dirección de Operación Técnica*

Funciones:

1. Coordinar y supervisar el proceso de transmisión de la señal radiodifundida y por Internet

1.1 Coordinar la transmisión señal al aire y por Internet

1.2 Coordinar y supervisar la operación del Máster y de los equipos a través del canal de Internet

1.3 Supervisar la programación y transmisión de tiempos oficiales establecidos por la Secretaría de Gobernación y el Instituto Nacional Electoral

2. Coordinar y supervisar el funcionamiento y mantenimiento de los equipos técnicos y almacenamiento del material audio/visual

2.1 Coordinar y supervisar el mantenimiento a los equipos técnicos

2.2 Coordinar y supervisar el funcionamiento de los servicios de red, Internet, Intranet, telefonía y carga eléctrica

2.3 Coordinar y supervisar el control y almacenamiento del material audio/visual en la videoteca

Puesto: *Dirección de Planeación*

Funciones:

1. Supervisar y coordinar la información de los espacios noticiosos y de análisis
 - 1.1 Supervisar y coordinar el proceso de pre producción, producción y post producción de los espacios noticiosos y de análisis para su transmisión al aire.
2. Realizar la agenda temática de cobertura de noticias.
 - 2.1 Supervisar que el contenido a transmitir en los noticieros que cumpla con las disposiciones legales y técnicas vigentes.

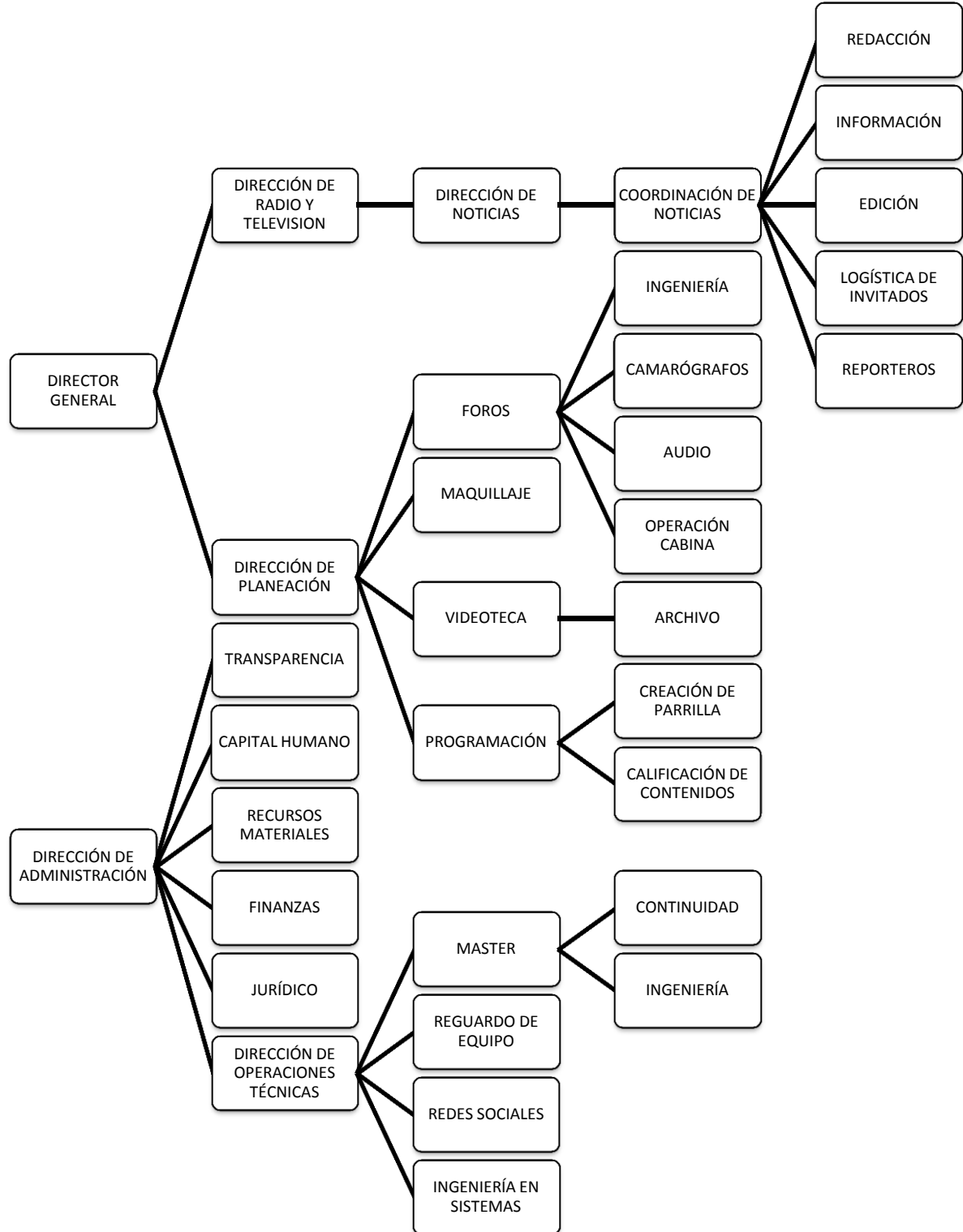
Puesto: *Dirección de Radio y Televisión*

Funciones:

1. Desarrollar contenidos para radio y televisión a través de las diferentes temáticas tales como culturales, educativos, sociales, políticos, musicales, infantiles y deportivos entre otros.
 - 1.1 Proponer para autorización de Dirección General contenidos de radio y televisión.
 - 1.2 Supervisar diseño parrillas de programación.
 - 1.3 Determinar el género televisivo con el objetivo de construir una sociedad más equitativa con sólido valor ciudadano, cultural y social a través del contenido de programas y definir los horarios de los contenidos o programas del canal
2. Supervisar el cumplimiento del marco legal vigente en la operación.
 - 2.1 Coordinar el monitoreo de contenido en la parrilla de programación y de la transmisión de los contenidos al aire.

1.2.1 Estructura

A continuación el organigrama oficial del área de capital humano o recursos humanos:

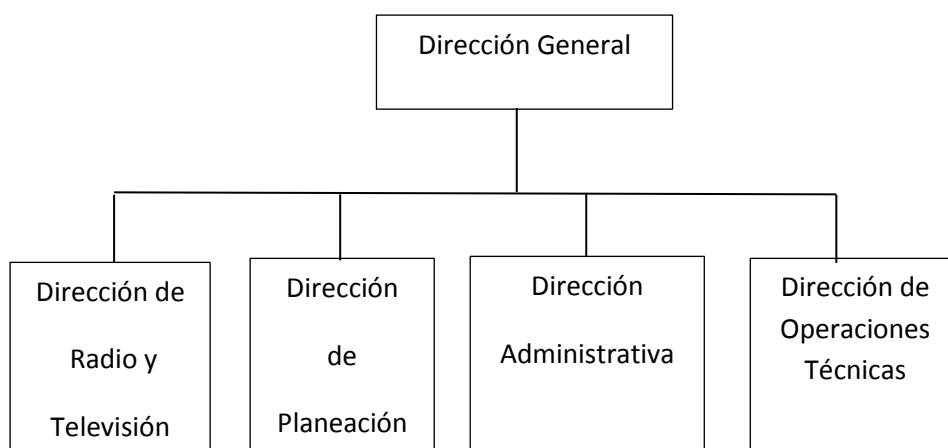


1.2.2 Funcionamiento

Con base en la estructura organizacional, el funcionamiento de las áreas es la siguiente:

La Dirección General tiene las decisiones primordiales con mayor peso en la estructura del canal como un organismo independiente y autónomo, aunque este haya sido creado por el Gobierno de la Ciudad de México.

Las 4 principales áreas de dirección son:



Dirección de Radio y Televisión: Su principal función es dirigir y coordinar las producciones de radio y televisión que se producen en canal 21. A esta área pertenecen:

Dirección de noticias: la cual se encarga de las producciones y contenidos de noticias y de los cortes o avances informativos que se transmiten durante el día, y se divide en 4 diferentes áreas:

Redacción: tiene 6 redactores los cuales se encargan de sintetizar las notas más importantes del día.

Información: la integran actualmente 4 personas encargadas de la investigación de notas sobresalientes dentro de la Ciudad de México y del país.

Edición: Hay 4 editores los cuales con la información ya redactadas ilustran y visten las notas para los noticieros con material que traen los camarógrafos o buscan en línea.

Logística de invitados: 2 personas se encargan de la coordinación de invitados, que va desde la cita al Canal para la entrevista o preparación de la llamada telefónica en un horario previamente dado al entrevistado y el tema a abordar.

Dirección de planeación: Una de las direcciones más importantes para el desarrollo de los noticieros y programas unitarios ya que tiene que supervisar y coordinar la información desde la pre producción, producción y postproducción de cada programa que salga al aire. Esta se divide en 5 áreas:

Foros: Esta área se divide en dos partes que son personal de cabina y la que se encuentra en el foro, ambas encargadas de realizar los programas o los noticieros.

El área de cabina lo integra el siguiente Staff Técnico:

Ingeniero de área técnica

Productor

Directos de cámaras

Operador de Swicher

Operador de Play Out

Operador de gráficos

Operador de tiempos y conteos

Operador de Pronter

Operador de Audio

Musicalizador

El área de foro lo integran los siguientes elementos del Staff:

Floor Manager (Jefe de Piso)

Operador de Cámara 1

Operador de cámara 2

Operador de cámara 3

Microfonista

Asistente de piso

Maquillista

Maquillaje: la integran dos personas con turno matutino y vespertino cada una, encargadas del maquillaje de conductores, de reporteros en el caso de que salgan a cuadro y por supuesto de los invitados en los programas o noticieros.

Videoteca: se encarga del resguardo en los archivos y contenidos creados y producidos con clasificación de cada producción.

Archivo: la integran 4 personas las cuales tienen la responsabilidad de conservar y gestionar material audiovisual que se considera de interés para una próxima reutilización en programas y producciones informativas.

Programación: Se encarga de la creación de parrillas y orden de contenidos de los programas al aire y calificar los mismos. Por lo cual consiste en dos áreas:

Programación: tiene 3 personas responsables de las decisiones programáticas, es decir de fijar la programación de la parrilla y verificar el horario de la transmisión.

Calificación de contenidos: tiene 2 personas a cargo las cuales deben conocer el tipo de audiencias de los programas, además de realizar labores de promoción de los mismos.

Dirección administrativa: principalmente encargada de la facturación de lo que se realiza en ventas, pagos de servicio, de nóminas y los flujos de la caja y caja chica.

Recursos Humanos: tiene 3 personas las cuales son las que realizan el trámite para la contratación de personal ya sea administrativo o técnico en sus tres tipos de nómina: Prestador de Servicio, Servicios Profesionales y Nómina Ocho.

Recursos Financieros: esta área administra cuestiones económicas como los pagos de nómina, compra o renta de equipo y depende de la Secretaría de Finanzas de la Ciudad.

Recursos materiales: se encarga de todos los recursos materiales del canal, y almacenamiento, como recursos de papelería, vehículos etc.

Transparencia: es responsable del buen funcionamiento de todas las áreas y la claridad del trato con todos los procesos, jurídico, de personal y de cualquier índole.

Jurídico: atiende todos los procesos legales del canal y cuenta con 3 integrantes.

Dirección de operaciones técnicas

Máster: hay dos personas por turno las cuales operan la señal de una producción, reciben señal y graban producciones dentro del canal. Desde allí operan equipos como receptores de satélite, monitores de vídeo y equipos de transmisión.

Continuidad: aquí trabajan 3 personas en 3 turnos los cuales se encargan de la programación de la parrilla programática y que estos se vayan emitiendo en el orden previsto.

Ingeniería: tiene a 3 personas en 3 turnos encargados de operación óptima de todo el equipo técnico que se utiliza en canal para la emisión y transmisión de programas o noticieros.

Reguardo de equipo: trabajan 3 personas en dos turnos encargados de salida y entrada de equipo para camarógrafos o coordinadores de producción, equipo como cámaras, micrófonos, luces, entre otros.

Redes sociales: hay 7 personas en dos turnos su labor es subir a través Facebook, Twitter o Instagram lo que se verá en la transmisión del canal al siguiente día o en la semana, con transmisiones en vivo o fotografías.

Ingeniería en sistemas: está conformada por 5 personas a cargo para la programación, implantación y el mantenimiento del sistema informático que utiliza el canal.

1.2.3 Programación

En el 2019, la programación de Capital 21 se fue integrando poco a poco, llenando la barra programática con programas de Canal 11 y Televisión Educativa, además de noticieros extranjeros. La producción propia empezó con los noticieros matutino, vespertino y nocturno y posteriormente se fueron estrenando diversos programas. Para finales de 2019 se contaba con las siguientes emisiones:

21 Noticias Matutino. El noticiero de la mañana es conducido por Alejandra Gallardo en un horario de 8:00 a 9:00 hrs. de lunes a viernes, con notas a nivel nacional y local.

21 Noticias Nocturno. Este noticiero lo conducen Felicitas Carnalla y Juan Becerra y en el tema deportivo Antonio Vargas. Se transmite de lunes a viernes, en un horario de 21:00 a 22:00 hrs. Se basa en entrevistas sobre el acontecer actual político y social, además de temas culturales como puestas en escena.

Proscenio. Este programa se encarga de todo tipo de artes escénicas, se transmite los sábados a las 20:30 hrs. con el propósito de dar a conocer una cartelera cultural incluyente y diversa.

#Polémica en Redes. En colaboración con el Canal 14, este programa es una mesa de debates con temas principalmente políticos del día a día, tanto del país como en el extranjero y en el cual se invita a participar a la gente con su opinión a través de las redes sociales. Se transmite todos los martes a las 22:00 hrs., no hay un titular en la conducción, es muy variable.

Unívoros. Programa que combina el talk show y reality show, para impulsar la reflexión y discusión de temas de la agenda informativa nacional desde la perspectiva de los universitarios. Incluye también, al final del programa, un musical de bandas emergentes: Se transmite los miércoles a las 22:00 hrs.

Agenda y Contexto. Programa de análisis y debate sobre los temas más importantes de la Ciudad de México, con la participación de panelistas experimentados, su objetivo es la información y la participación ciudadana. Con un horario de lunes a viernes de 10:00 a 11:00 hrs.

Contraplanos. Programa para cinéfilos que se basa en entrevistas de productores y/o directores del séptimo arte para conocer el proceso creativo de los realizadores y todo lo que conlleva una producción de cine contemporáneo en México. Los viernes a las 20:00 hrs. y con repetición los domingos a las 18:30 hrs.

Ruleta de Letras. Programa para el público infantil, es una serie de cápsulas animadas en 2D, para que los niños conozcan cuentos de autores mexicanos y el fomento a la lectura. De lunes a viernes a las 7:00, 14:25 y 19.55 hrs.

Lengua de Tierras. Programa para dar a conocer la variedad de lenguas que existen con el objetivo de reconocer el valor del Patrimonio Cultural Intangible de las lenguas maternas, además de promover igualdad y la diversidad étnica en la Ciudad de México. En un horario de las 17:30 hrs. los días miércoles y sábados a las 21:40 hrs.

Matatena: Cine para niñas y niños. Su objetivo principal es programar y exhibir cine de calidad en México y otras regiones del mundo para fomentar entre el público infantil el gusto por el cine y retroalimentar a las niñas y niños con la recreación de costumbres, inquietudes y cotidianidad de niños en otras partes del mundo.

ENAC: Muestra Fílmica. Programa realizado en colaboración con la escuela Nacional de Artes Cinematográficas, para dar a conocer el trabajo de los estudiantes de cine a través de entrevistas y la difusión de su obra prima en las pantallas de Capital 21. Los viernes a las 20:30 hrs. y sábados y domingos 20.00 hrs.

Salud a Ciencia Cierta. Programa con temas de salud, prevención y atención a enfermedades y padecimientos que afectan a la población en la actualidad como: diabetes, hipertensión, sobrepeso y obesidad. Al igual que enfermedades de tipo cardiovascular y cáncer, no sólo es un programa que informa sobre las enfermedades, sino que propone un mejoramiento de estilo de vida para prevenirlas. Los lunes a las 22:00 hrs.

Ciudad Decibel. Programa musical cuyo objetivo es mostrar lo más representativo de la escena musical alternativa, desde agrupaciones con presencia y reconocimiento dentro de la Ciudad de México, hasta bandas que buscan la consolidación artística. Los géneros musicales son variados como blues, jazz, electrónica o rock, con semblanza de la historia musical de la agrupación y entrevistas del mismo. Se transmite todos los viernes a las 22:00 hrs.

Barra Universitaria. Espacio que abre el canal para estudiantes universitarios en ciencia de la comunicación y/o periodismo. Su objetivo es fomentar el talento y la creatividad de los jóvenes universitarios tanto de instituciones públicas y privadas. Los programas son de tipo documental y entrevistas con temáticas de turismo, música o investigación. Las universidades participantes son la escuela Nacional de Artes Cinematográficas, la Universidad La Salle, la Universidad Latinoamericana, el Tecnológico de Monterrey (Campus Ciudad de México) y la Universidad Panamericana. Los lunes en un horario de 20:30 a 21:00hrs y retransmisión sábados y domingos 15:00 hrs.

1.3 @21

El programa @21 nació en la dirección de Marcela Gómez Zalce, quien fue la encargada de darle el visto bueno a la producción porque no había en la barra programática un canal para un público adolescente o juvenil. La idea original y coordinación del programa fue de Yuri Breña (productor de series juveniles y telenovelas en Televisa). Este proyecto fue realizado a través de las licitaciones que concedió el canal a la productora “Dream Productions”

Dream Productions productora encabezada por Yuri Breña, ideó un proyecto enfocado a la audiencia juvenil con temas o inquietudes principalmente adolescente. La programación de Canal 21 tenía variedad de producciones para distintos públicos por ejemplo “Palabras Mayores” dedicado a la audiencia de mayor edad, ¡Qué Rayos! Para la enseñanza científica para los niños o Cocina Capital dedicado a los amantes de la cocina, entre otros. Este tipo de programas se acercaba más a la línea de una televisión

privada, en el caso de @21 se apegó más a una televisión pública debido a los temas culturales, académicos y artísticos para los jóvenes. Aunque la mayoría de los programas eran en foro o en locaciones específicas, @21 se planeó para realizarlo en distintas sedes de la Ciudad de México. La fórmula del programa se basaba en entrevistas a especialistas del tema específico de la emisión y en sondeos en la calle. Todo ello hacía que se describiera como un programa más urbano.

Un programa más urbano porque el conductor estaría en contacto directo y en el ambiente de desarrollo de los jóvenes, fueran tribus urbanas o deportistas urbanos, como los *skates* (patinadores). El proyecto original también incluía dar a conocer lugares en donde jóvenes y adolescentes asistían comúnmente como el Tianguis Cultural del Chopo o Bajo Puente. En la idea original también se buscó la parte musical debido a la importancia que tiene en la personalidad juvenil, por ello el Canal solicitó cubrir Festivales importantes dentro de la Ciudad como el Vive Latino y el Hell and Heaven.

El Canal también solicitó cubrir ciertos eventos relevantes que se realizaban dentro de la Ciudad como el Maratón de la Ciudad de México o dar a conocer programas sociales de la administración como “Prepa Sí”, en estos casos se decidió hacer especiales de cada tema. En el armado de programas o elección de temas también se planteó la posibilidad de hacer especiales del trabajo que se realiza en las Fábricas de Artes y Oficios (FAROS).

Una vez definidas las características del programa y los temas que se iban a abordar, era necesario elegir al conductor, se esperaba que fuera alguien con una imagen sumamente urbana incluyendo el lenguaje y el acercamiento al público. Se decidió que condujera el programa César Ayhllón “Chocks”, él comenzó en el medio a través de su programa “Tónico” y posteriormente se dio a conocer en medio público en Canal Once con el programa “A pie andamos”. Esto fue la estructura base del proyecto que comenzó a principios del 2015 con transmisiones en Capital 21.

1.3.1 Objetivos

La administración 2012-2018 se caracterizó por la gran variedad de programas para diferentes tipos de audiencias, como el programa de revista matutino “Tu Ciudad es...”, el programa deportivo “Angulo 21”, la emisión de cocina “Cocina CDMX”, o el programa de debate político “Opinión 21”, entre otros. El programa de @21 se produjo con la intención de atraer al público joven de la Ciudad de México debido a la gran variedad de formas de expresión juvenil en las artes, música, educación y por las formas de confrontar el mundo laboral en una Ciudad tan grande como esta.

Los grandes retos de la televisión pública es ampliar la audiencia y con @21 se pretendía servir a un público diversificado y no solo a una élite y teniendo una población juvenil amplia se pensó en el proyecto no solo para el incremento de la audiencia del canal sino también para consolidar el tejido social entre las juventudes.

Los objetivos principales en la producción del programa fueron los siguientes:

- Comunicar y difundir la cultura urbana local para promover el talento y el trabajo de los jóvenes dentro de la Ciudad de México.
- Crear un vínculo de empatía y concientización entre las tribus urbanas y géneros musicales para la tolerancia.

La cultura urbana juvenil es muy diversa y se trató de cubrir todo lo posible para que la audiencia se informara de lo que realizan jóvenes promesas en distintos ámbitos, así como su forma de vida y su actuar dentro de la ciudad sin discriminación o prejuicios para fomentar la tolerancia y respeto a las nuevas generaciones crecientes.

La tolerancia que se buscaba entre distintos tipos de tribus urbanas fue una de las principales características de la producción. De una forma más irreverente se invitaba a los jóvenes a informarse de otros tipos de vida y realización personal, esto principalmente en el aspecto musical que fue parte importante en el proyecto dándole un espacio a los grupos emergentes y a la par bandas consolidadas.

1.3.2 La relación con las audiencias

La segmentación de la audiencia y del mercado dentro del programa @21 se determinó con el propósito de influir en los jóvenes principalmente, para expresar, compartir y convencer a la audiencia de las actividades que realizan este grupo segmentado o diferenciado dentro de la ciudad como son estas nuevas generaciones.

La información de las audiencias se determinó con los siguientes aspectos, mismos que se deberían reflejar en cada transmisión:

- Intereses
- Lenguaje
- Oportunidades
- Hábitos y contexto
- Cultura y estilo de vida.

Con esta información primaria se fueron delineando temas y al posible público que le interesaría ver el programa, la audiencia-consumidora quedó en la siguiente clasificación:

- Datos Demográficos.
- Edad: público adolescente y juvenil.
- Género: Femenino y Masculino.
- Nivel socioeconómico: clase media a media baja.
- Lugar de residencia: Ciudad de México.
- Escolaridad: preparatoria y universidad.

Con relación a las audiencias se planteó el cruce cultural, el cual se basa en metas, motivaciones y valores, con la participación de expertos en cada área por ejemplo psicólogos, antropólogos, sociólogos entre otros, ellos estuvieron dentro del programa para darle la parte profesional de los temas a abordar y seriedad al contenido del programa para la credibilidad de la audiencia. La clasificación psicográfica que se basa en los rubros de estilo de vida, valores y personalidad, concluyó que la audiencia a la que estaría dirigido el programa sería para Tribus Urbanas (emos, punks, hipsters, mirreys), por lo tanto los temas a abordar serían de estas mismas tribus en su mayoría.

La idea original para la realización del proyecto fue:

El apoyo a los artistas jóvenes emprendedores en las diferentes áreas de arte, así como impulsar los movimientos culturales e informar puntos de encuentro para jóvenes.

La segmentación de las audiencias se realizó con el objetivo de dividir al público con características y necesidades semejantes para tener una oferta diferenciada y adaptada al público objetivo que son los jóvenes en la Ciudad de México.

1.3.3 Descripción del programa

El programa tenía una duración de 28 minutos y dos minutos de corte por lo tanto el programa se dividía en dos bloques aproximadamente de 14 minutos cada uno. La transmisión del programa dentro de Capital 21 era a las 20:30 hrs los días martes, durante las seis temporadas que duró el programa, cada una de estas la componía 20 emisiones por lo que cada temporada duraba 5 meses al aire y se tenía un mes de retransmisión de los mejores programas que considerada el canal y posteriormente se estrenaba temporada, por lo tanto solo se disponía un mes para comenzar a grabar programas nuevos.

Al iniciar el programa el conductor daba el *teaser* o introducción de lo que se vería en la transmisión, posteriormente se incluía una cápsula informativa del tema a tratar de aproximadamente de un minuto, en algunas transmisiones se incluían dos cápsulas principalmente en programas especiales como el Maratón de la Ciudad de México o Vive Latino, entre otros.

Las grabaciones fueron en su totalidad en locaciones, la primera entrevista se realizaba al experto en el tema o a una institución educativa que diera el peso académico del contenido, por ejemplo, se entrevistaba a investigadores o académicos de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) o de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) y se acudía a la Facultad correspondiente a consultar al experto.

Una de las características del programa en cuestión de entrevistas fue el contar con opiniones diversas, por ello se tenían intervenciones de instituciones de gobierno si era

el caso y también de organismos independientes como Asociaciones Civiles (AC) o Instituciones de Asistencia Privada (IAP). Finalmente, las conversaciones de mayor peso eran las de los jóvenes del tema en cuestión, esta se dividía en los dos bloques entre la participación de los expertos y las instituciones invitadas.

Para ejemplificar se presenta el casting para el programa Hijos de Reclusas, emisión de la sexta temporada en el 2018:

Perfil de Personajes (Casting):

Ana Lilia Gorostiza (Directora de Fundación Familiar Infantil IAP, FUNFAI)

Saskia Niño de Rivera (Presidenta y Fundadora de Fundación Reinserta)

Dra. Cecilia Blanchet Pezet (Presidenta y Fundadora de Ministerios de Amor AC)

Dra. Sofía Cobo (Docente e investigadora del Instituto Nacional de Ciencias Penales)

Thalia Lizbeth Monroy (Directora de Información del Instituto Nacional de las Mujeres INMUJERES)

Madres privadas de su libertad y sus hijos:

“Janete” (CERESO Santa Martha Acatitla)

Juana Imelda Aguilera González (CERESO Santa Martha Acatitla)

En el segundo bloque el conductor concluía el tema del programa aproximadamente a la mitad de este para enviar a la colaboración y parte musical del programa encabezado por el periodista musical “Chava Rock”. En esta última parte y cierre de cada emisión el colaborador entrevistaba a una banda emergente o consolidada de rock, ska, blues o jazz para que finalmente la agrupación presentara un acústico de la canción en promoción o éxito de la banda, estos acústicos fueron exclusivos e iniciativa del programa y del canal, porque se acudía al lugar de ensayo de la agrupación para grabarlo y darle gran parte de la identidad de @21 y con este musical se cerraba cada emisión.

En cuestiones técnicas, la grabación de cada programa se realizaba con dos cámaras réflex de gama alta (5D o 7D) con trípode y monopié, con un juego de luces y en audio una maraca que manejaba el conductor. En los musicales el equipo técnico crecía debido a los instrumentos y la calidad de sonido, esto se especifica en el siguiente apartado de Recursos humanos, materiales y financieros.

La producción y realización del programa se llevó a cabo con recursos básicos debido a las limitantes del canal de la Ciudad de México y la necesidad de cubrir otras producciones, por lo tanto en algunas ocasiones las entrevistas solo las realizaba un operador de cámara, el coordinador (operando otra cámara) y el talento (conductor), con tres personas en muchas ocasiones se producían los programas. En los musicales se solicitaba mayor personal y equipo que eran necesarios y complementaba la producción: el ingeniero de audio, asistente de producción y uno o dos operadores de cámara extras.

1.3.4 Recursos humanos, materiales y financieros.

A continuación se presenta la tabla con los costos de personal por producción y del equipo que se utilizaba tanto en locaciones con el conductor como para musicales¹:

Puesto	Costos
Coordinador De Producción	2000
Realizador	1600
Operador De Cámara 1	1200
Operador De Cámara 2	1200
Operador De Cámara 3	1200
Operador De Osmo/Go Pro	1200
Asistente De Piso	800
Montaje/Arte – utilería	800
Asistente De Piso	800
Iluminador	1000
Ingeniero De Audio	2500
Microfonista/Asistente De Audio	1000

¹ Costos de personal es por llamado o grabación por día (cotizaciones por el área de finanzas de la productora Dream Productions).

Maquillista	1200
Editor	4000
Catering	600
Total	

Para musicales se tenía una cotización de equipo más completa²:

Cantidad	Equipo	Complementos	Precio Unitario	Precio Por Renta
1	Canon 5d Mark II	Con Lente 24 105/2 Pilas/Cargador/ Tripié/Memoria	\$2,000	\$2,000
2	Canon 7d Mark II	Con Lente 24 105/2 Pilas/Cargador/ Tripié/Memoria	\$2,000	\$4,000
1	Osmo Dji	Con 2 Baterías/Cargador/Tripié	\$1,000	\$1,000
2	Gopro Hero 4	Con 2 Baterías 1 Cargador/Memoria	\$700	\$1,400
1	Gopro Hero 7	Con 2 Baterías 1 Cargador/Memoria	\$850	\$850
2	Iluminación 3kit + T Portátil Led	3lamparas/3 Tripié/6 Difusores/3adaptadores Ac/ Maleta	\$2,800	\$5,600
2	Micrófono Lavalier Sennheiser	1 Receptor/Transmisor/Pastilla Mk2	\$800	\$1,600
5	Micrófono	1 Cable Xlr/Pastilla Mk2	\$600	\$3,000

² Costos por sesión de grabación de acústico y entrevista (Cotizaciones del área de finanzas de la productora Dream Productions)

	Lavalier Sennheiser alámbrico			
1	Grabadora Tascam 4canales	Dr-60mkii/2 Xlr	\$700	\$700
1	Mezcladora Qsc Digital 30 Canales	Grabadora-Interface-Para Multitrack	\$4,000	\$4,000
4	Micrófono Sm58	Cable Xlr	\$500	\$2,000
4	Micrófono Pga58	Cable Xlr	\$350	\$1,400
2	Caja Directa Pasiva	Cable Xlr/Cable Plug-Plug	\$200	\$400
8	Pedestal	Tipo Boom	\$150	\$1,200
1	Drum Kit 7	Kit 7 Micros Para Percusiones	\$3,500	\$3,500
1	Snake 16 Canales 30 M	Extensor De Entradas Xlr Canales 16 - 4 Regresos	\$2,000	\$2,000
				\$34,650

Los costos de grabación tanto el pago de llamado de personal como el equipo era diferente en cada llamado dependiendo de las necesidades de cada entrevista o musical. En el caso de la renta de equipo fue en ocasiones en que había muchos llamados a la semana de otras producciones y se requería rentar equipo para satisfacer las necesidades de todas las producciones. Las tablas anteriores muestran el personal y el equipo en general que se contemplaba en cada grabación de @21 tanto para entrevistas y musicales.

2. Los retos de coordinador de producción del programa @21

En enero del 2018 recibí la propuesta para coordinar @21 debido a que el coordinador Eduardo Quevedo tenía otros compromisos laborales, él solo estuvo a cargo de la cuarta temporada (de la primera a la tercera estuvo al frente Aarón López, que fue requerido para otros proyectos). La propuesta se debió a que yo estuve en la producción desde la primera temporada, en un inicio como asistente de producción, posteriormente como camarógrafo y en la cuarta temporada como realizador y camarógrafo. Por lo tanto, conocía muy bien la producción del programa y estuve a cargo de la quinta y sexta temporada hasta el cambio de administración y por consiguiente, el término del proyecto.

Los primeros retos de alguien que nunca ha estado a cargo de una producción son la forma de trabajo para realizarlo desde las oficinas y la comunicación con los jefes inmediatos. La Jefa de Operaciones de la productora Dream Productions encargada de producir @21, Matilde Carvajal fue quien me propuso en el cargo debido a la experiencia dentro del programa, la primera de las tareas fue realizar la propuesta de temas para quinta temporada.

Al respecto, cabe señalar que dentro de esa administración del Canal 21, cada producción manejaba de manera diferente la propuesta de los temas. En algunos casos el Productor General determinaba los temas, como en el caso de Palabras Mayores, programa en el que se tenía la lista de entrevistados para cada temporada o en el proyecto de Opinión 21 las temáticas las elegía el Jefe de Información de la productora, con el visto bueno del Director de Televisión y la Directora del Canal.

Propuesta de temas

En el caso específico de @21 el Coordinador tenía que hacer las propuestas de los temas de cada programa por temporada, es decir, antes de comenzar a grabar una temporada ya se tenían previstos los 20 temas de ésta y fechas tentativas de grabación y salida al aire. En el caso de la quinta temporada el reto fue buscar temas que llenaran la línea del proyecto, ya que en las primeras temporadas se abordaron temas más apegados

a los objetivos del programa y de más sencillo acceso, por lo tanto se tenían que encontrar temas nuevos, sin caer en la copia de los primeros temas que se plasmaron.

Para elegir los veinte temas de la quinta temporada se tomó más en cuenta el contexto del canal, el cual era un medio público por lo tanto, ya no se tomaron tantas temáticas como festivales y conciertos como fue el caso de la cuarta temporada. Los temas fueron evaluados para que fueran más informativos y culturales, sin dejar de lado esa interacción con los invitados y la irreverencia que caracterizaba al programa desde un inicio.

Un punto importante que también se consideró en la propuesta de temas fue la mayor diversificación de la audiencia o de las tribus urbanas de los jóvenes para ampliar y conocer más sus estilos de vida (ver anexo I), por ejemplo, no se había tocado el tema de las perforaciones en un programa específico o especial. Consideramos pertinente que este fuera el tema del primer programa pues muchos jóvenes de distintas tribus urbanas han tomado esa característica corporal para su identificación personal, entonces se dio a conocer un poco de la historia de las perforaciones, estudios donde realizarlos, personajes importantes dentro de las perforaciones y lo más importante, los cuidados para tener una o varias perforaciones.

Una de las consideraciones primordiales en cada programa fue ser siempre informativo en cada tema, es por ello que en muchos de los programas se entrevistaba a un experto es decir, un académico o investigador especializado en tema. En el caso de los programas Inclusión juvenil y Adicciones se entrevistaron a académicos e investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México, un maestro en sociología y a una investigadora en psicología respectivamente. En los programas sobre los barrios (se produjeron cuatro programas con esta temática -Barrio Azcapotzalco, Barrio Tlalpan, Barrio Iztacalco, Barrio Miguel Hidalgo-) los entrevistados principales fueron los cronistas oficiales de cada barrio o de la alcaldía, quienes nos explicaban el origen e historia del lugar y sus personajes o lugares más representativos.

Para lograr una mayor diversificación de la audiencia o de las tribus urbanas de los jóvenes, se realizaron programas específicos para jóvenes que gustan del manga y el anime, pasando por tribus urbanas musicales como el reggaetón, y de ahí a temas extremos con programas de rock urbano, sin dejar de lado a la comunidad biker dando a conocer su estilo de vida, esto es solo por dar algunos ejemplos

Agenda

El siguiente reto como Coordinador de producción fue elaborar la Agenda de Contactos para las entrevistas de cada programa. Aunque ya se tenían algunos contactos importantes, era fundamental contar con nuevos contactos para la agenda, uno de ellos en específico fue el colaborador y conductor de los musicales del programa: Chava Rock, periodista musical con una larga trayectoria y una gran agenda musical quien aportó en gran medida para realización de los musicales y de un programa especial (ver anexo II), por mencionar algunos gracias a sus contactos se logró entrevistar y realizar un musical con personas como Javier Bátiz, Alfonso André, Charlie Montanna, con bandas como Kenny y los Eléctricos, El Señor Bikini y gracias a su participación se logró un especial con Alex Lora debido a su 50 aniversario como músico.

Para los especiales musicales, como el de Vive Latino, se contactó a Rafael Salinas de OCESA, encargado de la comunicación con prensa y acreditaciones de los festivales musicales que organiza esta empresa, conservando su contacto y manteniendo una constante relación con él, esto permitió tener siempre en cuenta al Canal 21 para las acreditaciones de eventos importantes y también para tener acceso a bandas que él representa por fuera como fue el caso de la banda de metal SEV7N. Un contacto que se agregó a la agenda fue una agencia musical de nombre ONE rpm encabezada por la productora Ana Cuartas, con la cual se realizaron entrevistas y musicales de renombre como el rapero Charles Ans y la agrupación de rock alternativo los Daniels.

En la naciente Agenda ya se tenía ya cubierta la parte musical, pero faltaban los contactos más importantes: los especialistas que abordarían los temas de cada programa. Este fue el mayor de los retos, buscar e investigar los posibles entrevistados, un contacto importante que se obtuvo fue el de Comunicación Social de la Universidad Nacional Autónoma de México, área que facilitó las entrevistas con los especialistas que se requerían para cada programa, este departamento nos daba recomendaciones y concretaba la cita con los maestros e investigadores. La relación con dependencias y secretarías de gobierno ayudó bastante para entrevistas y programas como lo fue la Secretaría de Desarrollo y Comercio que facilitó la realización del programa Mercados, Tianguis y Sobre Ruedas o con la Secretaría de Cultura para concretar las grabaciones en las Fábricas de Artes y Oficios (FAROS) de Indios Verdes y Oriente para el programa Danza y Colectivos de Baile.

Para el resto de la Agenda se investigó y se contactó a las personas más adecuadas para cada tema, por ejemplo para el primer programa con el tema de perforaciones el entrevistado de peso fue Daniel Yerna, uno de los iniciadores en México de las perforaciones en la actualidad, con más de 30 años de experiencia en perforaciones de todo tipo. En el caso del programa de Box el entrevistado que llevó el peso del programa fue Ignacio Beristaín, entrenador de campeones mundiales nacionales y extranjeros, cada uno de ellos se localizó en su lugar de trabajo, en Estudio Wakantanka y Romaza Gym respectivamente. En los casos de los programas dedicados a los Barrios se contactó con la alcaldía correspondiente para tener el número oficial del cronista de la alcaldía, de ahí después de cada entrevista los cronistas nos recomendaban a otros y proporcionaban incluso el contacto del nuevo cronista a entrevistar. En esa forma se fue acrecentando la agenda y muchos de los nuevos contactos fueron gracias a otros contactos lo que permitió consolidar la forma de trabajo para el programa.

Comunicación con el equipo de trabajo

El último gran reto como coordinador del programa @21 fue el trabajo en equipo y la comunicación entre todos los que conformaban la producción que, como ya se mencionó anteriormente, era un equipo pequeño para realizar el programa. En primer lugar, la relación con la Jefa de Operaciones, Matilde Carvajal, para la entrega de temas de temporada y posteriormente de las fechas tentativas de grabación y entrega.

Una vez que se tenía el tema y el nombre de los entrevistados, era necesario programar el día y lugar en que se llevaría a cabo cada entrevista para que la jefa de operaciones programara y apartara equipo técnico y camarógrafos para la fecha de grabación. Esta lista se enviaba a través de un grupo de Whats App en donde se encontraban todos los coordinadores de las distintas producciones, el día jueves se enviaba esta lista de llamados para programar y administrar equipo técnico y humano.

La comunicación con el Conductor debía ser precisa y puntual. Por una parte debía conocer perfectamente los temas y el guion, pero también los días de llamado para grabar, pues “Chocks” colaboraba también en MVS Televisión y para evitar que se empalmaran llamados en las dos televisoras, debíamos estar en constante comunicación. En ocasiones tuvo llamado de emergencia en la otra televisora, por lo cual tuvimos que reprogramar la entrevista a otro día, esto retrasaba en ocasiones la entrega de programas

pero el contrato del conductor especificaba que su prioridad era MVS Televisión y posteriormente Capital 21.

Por lo tanto se organizaba en muchas ocasiones un día completo de grabación para evitar retrasos y se hablaba con el conductor para verificar qué día sería el más adecuado para él, como para el proyecto de @21. En esos días de trabajo se realizaban de tres a cuatro entrevistas en distintos puntos de la Ciudad, la logística de cada cita dependía mucho de los horarios del entrevistado o el recinto a visitar. En caso de tener un horario abierto para la cita, se prevenían las distancias de cada lugar para programar una hora con tiempo de sobra y no llegar tarde a la siguiente reunión.

La comunicación con el Guionista fue fluyendo conforme pasaban los programas, al tomar el proyecto de @21 en la quinta temporada también se refrescó a la guionista y al editor, entonces fue comenzar de cero ya que ellos no tenían la experiencia en el programa. La guionista Andrea Baños ayudó desde el principio con propuestas de entrevistados de cada programa y apoyaba en la investigación de temas y de posibles colaboradores en cada uno de ellos (ver anexo III). Cuando se concretaban las entrevistas y se programaba el llamado se le comunicaba para que tuviera preparado el guion los días correspondientes de grabación los cuales ya incluían las preguntas sugeridas para los invitados, el orden de las entrevistas y el tema de la cápsula, todo esto se preveía unos días antes de cerrar entrevistas y tener ya terminado el orden del guion para la grabación.

Por último, la comunicación con el Editor, Andrés Maciel quien era nuevo en este tipo de grabaciones. Se le entregaba el guion de cada programa para armar la edición apegada a éste y después de cada grabación se le enviaban los nombres y cargos de los invitados para las plecas. Si tenía dudas de omitir ciertas respuestas del entrevistado lo consultaba y se deliberaba siguiendo la línea del programa, al terminar la edición enviaba el programa para darle el visto bueno y hacer algunas correcciones que se le pudieron haber pasado. Con el visto bueno se entregaba a Control de Calidad del Canal, por lo regular no había cambios y comentarios de los programas, por lo tanto el editor lo entregaba al Master del Canal para programarlo y salir al aire el día previsto.

2.1 Selección de temas

La diversificación de la audiencia o de las tribus urbanas de los jóvenes fue el punto central para la elección de temas de la quinta temporada, para ello se consideraron grupos que no se habían tocado pero también se ampliaron las temáticas relacionadas a la Ciudad de México. Estas fueron las temáticas que se abordaron:

2.1.1 Inclusión e Información Juvenil

En estos programas se abordaron temas de adicciones y la prevención de las mismas, así como los lugares a donde los jóvenes pueden acudir a pedir ayuda, esto fue en el programa de Adicciones.

Para la transmisión de Inclusión Juvenil, se dieron a conocer las formas de vida de jóvenes por ejemplo con síndrome de down y su realización como personas dentro de la sociedad con ayuda de instituciones privadas y públicas. Para complementar este tema se realizó el programa Jóvenes con Rumbo, en el cual se abordaron temas de educación, trabajo y proyectos artísticos para los jóvenes que aún no deciden o tienen dudas de su futuro. Para ayudar en la toma de estas decisiones, se realizó el programa titulado Escuela para Padres en el cual participaron expertos en el tema para brindar orientación sobre la formación de los jóvenes y la manera en que se puede vincular a sus actividades educativas y laborales.

Finalmente, en Jóvenes con discapacidad se plasmaron las actividades de distintas personas que, pese a su discapacidad, sobresalen en distintas áreas. Se mencionaron los espacios donde se les brinda apoyo.

2.1.2 Barrios

En este grupo de programas se abordaron temas relacionados con la historia de los barrios o alcaldías con gran historia, pues en el canal no se había hecho un programa especial de estos espacios y era menester plasmar e identificar la riqueza cultural que hay en la Ciudad de México.

Sin olvidar la línea del programa y la irreverencia de la conducción del conductor, los programas se realizaron con información histórica y con el apoyo de los cronistas oficiales de cada lugar, quienes dieron el contexto del origen y crecimiento del lugar. En

cada programa también se entrevistó a un personaje importante del lugar, deportista, artista o personaje popular para la comunidad, al mismo tiempo se visitaron lugares representativos de cada barrio como museos, casas de cultura o parques representativos. Sin dejar de lado la gastronomía, se elegía un lugar popular del lugar que la mayoría de las personas conocieran, por ejemplo, tacos de suadero, gorditas o tortas, entre otros. Los programas especiales a Barrios fueron: Barrio Azcapotzalco, Barrio Tlalpan, Barrio Miguel Hidalgo y Barrio Iztacalco.

2.1.3 Arte Urbano

El objetivo de las transmisiones con esta temática fue apreciar y valorar el arte y no discriminarlo, tal fue el caso de Artesanos Urbanos, programa en el que se mostraron desde las artesanías locales de los mercados, pasando por la venta de las artesanías a través de las redes sociales hasta llegar a la Escuela de Artesanías del Instituto Nacional de las Bellas Artes.

En Grafiteros Street Art, se dio a conocer el arte callejero como una forma de vida y profesión entrevistando a artistas mexicanos de talla mundial como lo es Paola Delfín.

En el programa de Rehabilitación de Espacios se mostraron al televidente los trabajos de personas y asociaciones civiles rescatando espacios que eran basureros o espacios abandonados para convertirlos en recintos culturales o estudios de arte y arquitectura.

2.1.4 Nuevas Actividades Urbanas

Dentro de las tribus urbanas, hay comunidades que tienen un gran interés por el Manga y el Anime; sin embargo este tema nunca se había abordado, por tal motivo se produjo un programa en el que se mostraron los lugares donde se aglomera los jóvenes y no tan jóvenes para comprar, vestirse y espacios en donde se puede aprender a dibujar manga, espacios como la TNT G12 y Friki Plaza, lugares primordiales para conocer más de esta tribu.

En un cambio radical se realizó el programa de Perforaciones se había realizado un programa de tatuajes en temporadas anteriores pero no se había abordado el tema específico de las perforaciones corporales. En este programa se dieron a conocer su

historia, personajes importantes dentro del tema y por supuesto, higiene y cuidados para realizarse una perforación.

En la transmisión de Bicicletas se presentaron las propuestas de las nuevas actividades dentro de la ciudad como nuevo tipo de transporte, se dieron a conocer los servicios que brinda el gobierno local, así como el interés de asociaciones civiles para el uso y derecho de las personas que usan bicicleta, también se dio información sobre los lugares donde se puede arreglar la bicicleta y los tipos de bicicletas que hay actualmente como las de bambú.

En Huertos Urbanos se mostró cómo, aun en una ciudad tan urbanizada, hay comunidades que emplean métodos orgánicos para la siembra y recolección de semillas, frutos y verduras para una alimentación más saludable.

Finalmente en esta categoría, se abordó un tema que está adquiriendo gran relevancia en la ciudad: el Reciclaje. En este programa se explicaron los hábitos para reducir la contaminación de basura y las maneras en que apoya el gobierno y empresas particulares para el reciclaje.

2.1.5 Mujeres

En temas de mujeres se trató de resaltar su participación en distintas actividades y la forma en que sobresalen en muchas de ellas. Por ejemplo, en el programa Deporte Femenil, se abordó la participación de mujeres en deportes de contacto y rudos como el rugby, hockey sobre hielo y se entrevistó a una campeona de box. En esta misma línea, para el programa Mujeres Trabajando, se mostró la historia de vida de mujeres en una labor o trabajo fuera de lo cotidiano, como lo fue a una trailera y el trabajo de una mujer bombero. Al mismo tiempo se tocaron temas más delicados, como la vida de las mujeres en la cárcel, así en el programa Madres Privadas de su Libertad se tocaron temas sensibles como los derechos de las mujeres para tener hijos dentro de los reclusorios y lo que ocurre con los hijos que dejaron afuera y muchas veces sin cuidado de algún familiar.

2.1.6 Música

En todas las temporadas del proyecto @21 la parte musical siempre ha estado presente, principalmente el rock y ska, pero era necesario ampliar los géneros y tocar los más recientes en el gusto musical juvenil así, en la transmisión del programa Reggaetón en México, se trató el tema con especialistas en sociología sobre este movimiento musical y se dieron a conocer a grupos sobresalientes en la escena musical y las distintas vertientes que existen.

Sin dejar de lado las tendencias musicales del proyecto, se realizó Rock Urbano, programa en el que se documentó la historia del género musical en el país, con la presencia de músicos como Charlie Monttana y de periodistas e investigadores musicales como David Cortés.

2.1.7 Comida Popular

Una de las características del programa fue a dar a conocer lugares populares para conocer dentro de la ciudad. En temporadas anteriores se realizaron programas especializados en comida y en la quinta temporada se efectuó Antojitos Banqueteros, una emisión en la se dieron a conocer lugares informales de comida, pero muy famosos y conocidos por los ciudadanos como fueron los tamales de la Balbuena, Los Huesitos de Iztacalco y los famosos esquites con tuétano en eje central.

Sin dejar de lado las costumbres y la historia que ha conformado y construido la ciudad se concretó Mercado, Tianguis y Sobre Ruedas la crónica de estos tres tipos de lugares caracterizados principalmente por la comida. Se dieron a conocer sus características y diferencias, a través de la gente que trabaja ahí.

2.1.8 Deportes

En la quinta y sexta temporada se le dio peso a temáticas deportivas como fue el caso de Deporte Femenil, ya mencionado anteriormente, pero se buscaron nuevos temas no concretados en temporadas pasadas como el Box, deporte popular en México y que lo representa a nivel mundial, para ello se realizaron grabaciones en recintos importantes

para este deporte como el Gimnasio Lupita Tacubaya en donde entrenaban campeones mundiales. También se entrevistaron a entrenadores consolidados como Ignacio Beristaín y se dio a conocer la marca de guantes más usada en campeonatos mundiales (los Guantes Cleto Reyes).

Para abordar otro tipo de deportes se tocó el tema de Carrera de Drones. En este programa se habló de los campeonatos regionales y nacionales, así como de la construcción y diseño de drones por parte de los competidores. Lo que le da mayor importancia a este tipo de competencias.

En Talacheros de Fútbol se describió el trabajo que hacen algunos futbolistas en ligas menores, pero que en algún momento sobresalieron en segunda o primera división. Debido a la falta de oportunidades estos deportistas ahora juegan por dinero en distintos equipos, al mismo tiempo que muestran su talento deportivo.

2.1.9 Espacios Culturales

En esta producción se dio gran importancia a los recintos culturales para la expresión juvenil, por ello se concretó el programa Casas y Centros Culturales. En este programa se dieron a conocer sus características, ubicación, funcionamiento y la importancia de su existencia para el desarrollo de las personas en general.

En Danza y Colectivos de Baile se abordaron las inquietudes de jóvenes en diferentes tipos de baile como danza butoh, danza contemporánea, danza afro e incluso el hip hop, incluyendo los recintos en los cuales pueden aprender estos bailes o danzas de forma gratuita o espacios especializados.

Para el programa de Japón en México el objetivo fue dar a conocer la cultura nipona en México y la influencia que tiene en la ciudad en cuestión cultural con lugares como la Fundación Japón en México o el Instituto Cultural Japonés, sin dejar de lado su influencia gastronómica como el Ramen, deportiva como lo es el Judo y los lugares principales para comer y practicarlo respectivamente.

2.1.10 Autos y Motos

En la temporada también se concretaron temas más espectaculares y difíciles de plasmar para el manejo de cámara tal, fue el caso de Tuning Motos y Autos. Aquí se entrevistaron a personas especializadas en la modificación de auto y motos sin dejar de lado la aerografía que caracteriza a este tipo de vehículos.

Para la comunidad apasionadas de las motocicletas se realizó Rodada Biker donde el conductor convivió con el Moto Escuadrón Cóndores que dieron a conocer su forma de vida arriba de las motocicletas. Para cerrar el tema de motores se creó Acrobacias en Moto, los diferentes escuadrones de la ciudad dieron una demostración de lo que presentan en las competencias de acrobacias en moto, teniendo a cuadro a distintas organizaciones de motociclistas incluyendo a la policía de tránsito y la Confederación Internacional de Motociclistas Oficiales y Policías de Camino.

A continuación, se presentan los temas de la quinta y sexta temporada y el invitado más sobresaliente de cada uno de ellos:

PRODUCCIÓN N	TEMPORADA	No PROGRAMA	NOMBRE	INVITADO
@21	05	81	Perforaciones	Danny Yerna Perforador
@21	05	82	Barrio de Azcapotzalco	María Elena Solorzano cronista
@21	05	83	Antojitos Banqueteros	Hilda Sifuentes Tamalitos de la Balbuena
@21	05	84	Mercado, Tianguis y	José Sánchez

			Sobre Ruedas	Juárez Presidente de Tianguis
@21	05	85	Manga y Anime	Octavio Carranza Organizado r de la TNT GT12
@21	05	86	Casas y Centros Culturales	Martín Gonzáles Mercado Subdirector de las Casa de Cultura de la Cuauhtémo c
@21	05	87	Vive Latino	Sondeos.
@21	05	88	Barrio Tlalpan	Juan Fábila boxeador medallista olímpico
@21	05	89	Danza y Colectivos de Baile	Pilar Campo Productora de Triciclo Rojo
@21	05	90	Tunning Motos y Autos	Juan Betán Aerógrafo Internacion al
@21	05	91	Deporte Femenil	Montserrat Vázquez

				Boxeadora Profesional
@21	05	92	Japón en México	Ricardo Rodríguez maestro de Judo profesional
@21	05	93	Artesanos Urbanos	María Julieta Ramírez Rodríguez Directora de la Escuela de Artesanías del INBA
@21	05	94	Reaggeton en México	Perreo Pesado Crew de reaggetoner os
@21	05	95	Box	Ignacio Beristaín Entrenador de Boxeo
@21	05	96	Grafiteros Street Art	Paola Delfín Artista Internacion al de Street Art
@21	05	97	Rehabilitación de Espacios	Laura Reséndiz

				Espinosa Directora Proyecto Ciclo
@21	05	98	Inclusión Juvenil	Pilar Mostalac Directora de Fundación John Langdon Down AC
@21	05	99	Carrera de Drones	Jaime Capelo Director FPV Racing México
@21	05	100	Rock Urbano	Charlie Monttana Cantante
@21	06	101	Rodada Biker	Juan Cid Presidente de Escuadrón Cóndores
@21	06	102	Adicciones	Rosario Tapia Medina Directora de IAPA
@21	06	103	Maratón CDMX	Sondeos
@21	06	104	Barrio	Francisco

			Iztacalco	Casarez Alvarado Cronista Oficial
@21	06	105	Transporte Público	Sixto Gerardo Sánchez Reyes Presidente de la Cooperativa de Ciclotaxis en la CDMX
@21	06	106	Mujeres Trabajando	Clara Elizabeth Fragoso Trailera
@21	06	107	Bicicletas	Fernanda Rivera Directora de Cultura, Diseño e Infraestruct ura Ciclista de Ecobici
@21	06	108	Huertos Urbanos	Francisco Ayala Fundador del Huerto Roma Verde

@21	06	109	Especial Alex Lora	Alex Lora Cantante
@21	06	110	Escuela para Padres	Vidal Schmill Fundador de Escuela Para Padres
@21	06	111	Acrobacias en Moto	Sergio López Comandante de Acrobacias Hunos
@21	06	112	Día de Muertos	Daniela Infante La Llorona
@21	06	113	Barrio Poniente Miguel Hidalgo	María Bustamante Harfush Cronista Oficial
@21	06	114	Talacheros de Fútbol	Christian "Chapa" Granados talachero
@21	06	115	Jóvenes con Discapacidad	Fidel Pérez de León Director de INDEPEDI
@21	06	116	Semana de las Juventudes	Banda de rock DLD
@21	06	117	FARO Azcapotzalco	Juan Zamudio

				Dir. Gral. FARO Poniente Xochikalli
@21	06	118	Reciclaje	Enrique Ortiz Director de Educación Ambiental de SEDEMA
@21	06	119	Jóvenes con Rumbo	María Fernanda Olvera Cabrera Directora del INJUVE
@21	06	120	Madres Privadas de su Libertad	Juana Imelda Aguilera González Reclusa

La selección de un entrevistado de renombre en cada temática de los programas fue con el objetivo de dar seriedad y profesionalismo al proyecto, cada invitado era especialista o profesional en su área en la tabla anterior se nombra al entrevistado de mayor peso en cada programa el cual se caracteriza por la experiencia y conocimiento del tema en turno de la transmisión.

2.2 Propuesta de entrevistas para cada programa

Las propuestas de los entrevistados dependían de la temática de abordar, en muchas ocasiones eran instituciones o personas especializadas en cada contenido, pero en general se buscó que en cada programa hubieran cuatro tipos de entrevistas. Aunque esto no se logró en cada transmisión, sirvió de guía para buscar el lugar o entrevistado para cada tema y tener mayor diversidad de opiniones, a continuación se presenta la clasificación:

2.2.1 Dependencias De Gobierno, Institutos Culturales o Académicas

En la elección de entrevistados uno de las clasificaciones más importantes fue esta, debido a que Capital 21 es una dependencia de gobierno y un canal de televisión pública, por lo tanto se debía tomar en cuenta la participación de estas instituciones o recintos que podrían entrar dentro de la línea de cada tema de @21. Esta fue la primera clasificación para la propuesta de entrevistas para el programa. Se presentan los entrevistados más representativos de la quinta y sexta temporada del proyecto.

- Martín González Mercado (Subdirector de artes y oficios y responsable de las Casas de Cultura de la Alcaldía Cuauhtémoc) Programa Casas y Centros Culturales.
- Gabriela Gallegos (Maestra de danza butoh con 30 años de experiencia, Fábrica de Artes y Oficios Indios Verdes) Programa Danza y Colectivos de Baile.
- Kazuko Hozumi (Directora del Instituto Cultural México Japonés) Programa Japón en México.
- María Julieta Ramírez Rodríguez (Directora de la Escuela de Artesanías del Instituto de las Bellas Artes, INBA) Programa Artesanos Urbanos.
- Doctor Christian Ascensio Martínez (Profesor de Estudios Sociológicos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, FCPyS UNAM) Programa Reggaetón.
- Rosario Tapia Medina (Directora del Instituto para la Atención y prevención para las Adicciones en la Ciudad de México, IAPA) Programa Adicciones.

- Doctora Guadalupe Ponciano Rodríguez (Académica de la Facultad de Medicina, UNAM) Programa Adicciones.
- Doctora Juana Patlán (Académica de la Facultad de Medicina, UNAM) Programa Adicciones.
- Fernanda Rivera (Directora de Cultura, Diseño e Infraestructura ciclista, ECOBICI CDMX) Programa Bicicletas.
- María Fernanda Olvera Cabrera (Directora General del Instituto de la Juventud, INJUVE) Programa Jóvenes con Rumbo.
- Rodrigo Medillina Carzo (Director de Investigación y Estudios de la Juventud del Instituto Mexicano de la Juventud, IMJUVE) Programa Jóvenes con Rumbo.
- Irving Alberto Gil Mercado (Director General del Fideicomiso Educación Garantizada “Prepa Si”) Programa Jóvenes con Rumbo.
- Maestra María del Pilar Romero López y Maestra Evelia Valdovinos Tapia (Docentes, orientadoras y especialistas en Escuela para Padres, UNAM). Programa Escuela para Padres.
- Ingeniero Fidel Pérez de León (Director del Instituto de las Personas con Discapacidad de la CDMX) Programa Jóvenes con Discapacidad.
- Enrique Ortiz (Director de Educación Ambiental de la Secretaría de Medio Ambiente, SEDEMA) Programa Reciclaje.
- Doctora Sofía Cobo (Investigadora y docente del Instituto Nacional de Ciencias Penales, INACIPE) Programa Mujeres Privadas de su Libertad.

2.2.2 Asociaciones Civiles

Para las propuestas de temas también se buscaron a las asociaciones civiles debido a que son de fácil acceso para las personas en general y en ellas pueden obtener información, cursos o visitas de espacio de manera gratuita. Este fue el objetivo general de la elección de entrevistas, que el público se acercará más a sitios que se identificarán con lo que realizan en las “AC”.

- José Sánchez Juárez (Presidente de la Unión de Comerciantes en Tianguis, Feria y Romerías A.C.) Programa Mercados, Tianguis y Sobre Ruedas.
- Markus Frehner (Director General del Museo del Tiempo Tlalpan A.C.) Programa Barrio Tlalpan.

- Luis Javier de la Torre González (Presidente y Fundador de Ruta de la Amistad A.C.) Programa Rescate de Espacios.
- Pilar Mostalac (Directora de Fundación John Longdon Down A.C.) Programa Inclusión Juvenil.
- Doctora Cecilia Blanchet Pezet (Directora de Ministerios de Amor A.C.) Programa Inclusión Juvenil.
- Agustín Martínez (Presidente y fundador de Bicitekas A.C.) Programa Bicicletas.
- Daniela Dorantes (Directora de Servicios a la Juventud A.C., SERAJ) Programa Jóvenes con Rumbo.

2.2.3 Personajes

En el proyecto fue vital contar con la participación de personas que representaran movimientos culturales, sociales o académicos. Personajes reconocidos en su rubro o especialidad y que el público reconociera. La personalidad de estos entrevistados le dio un mayor de peso a la transmisión y credibilidad al proyecto.

- Dany Yerna (Pionero del piercing en México) Programa Piercing.
- Eurídice Cabañes (Directora Académica del Centro Cultural El Rule) Programa Casa y Centros Culturales.
- Pilar Campo (Productora de Triciclo Rojo) Programa Danza y Colectivos de Baile.
- Juan Fábila Mendoza (Boxeador y medalla de bronce en los Juegos Olímpicos de Tokio 1964) Programa Barrio Tlalpan.
- Juan Betán (Aerógrafo mexicano de reconocimiento mundial) Programa Custom y Tuning.
- Monserrat “Magnífica” Vázquez (Campeona Nacional de Box) Programa Deporte Femenil.
- Ignacio Beristaín (Entrenador internacional de box) Programa Box.
- Paola Delfín (Artista internacional de Street Art) Programa Street Art.
- Laura Reséndiz Espinosa (Directora del Proyecto Ciclo) Programa Rescate de Espacios.

- Ángela Jacques “Little A” (Piloto profesional de drones). Programa Carrera de Drones.
- Charlie Monttana (Cantante de rock urbano) Programa Rock Urbano.
- Alex Lora (Cantante de rock mexicano) Programa Especial Alex Lora.
- Clara Elizabeth Fragoso Ugarte (Trailera con trece años de experiencia) Programa Mujeres Trabajando.
- María Bustamante Harfush (Cronista Honoraria de la Alcaldía Miguel Hidalgo) Programa Barrio Miguel Hidalgo.
- Vidal Schmill (Fundador de Escuela para Padres en México) Programa Escuela para Padres.
- Giovanni Flores Hernández (Atleta Olímpico) Programa Jóvenes con Discapacidad.

2.2.4 Lugares o Espacios Representativos del Tema

Desde un principio el formato del programa contempló la grabación en locaciones y esta fue una de las principales características del programa, por lo tanto, se debía encontrar esos recintos que identificaban cada tema y encontrar a las personas encargadas de los mismos. Estos lugares fueron la parte más visual de las transmisiones, en donde se pretendía la interacción con el público y sus opiniones.

- Danny Wakantanka, Body Piercing & Tattoo. Entrevista a Dany Yerna. Programa Piercing.
- Esquites con Tuétano. Sondeos. Programa Antojitos Callejeros.
- Parroquia Virreinal Santos Apóstoles Felipe y Santiago. Entrevista a María Elena Solórzano, cronista de Azcapotzalco. Programa Barrio Azcapotzalco.
- Centro Cultural el Rule. Entrevista a Eurídice Cabañes, Directora Académica. Programa Casa y Centros Culturales.
- TNT GT12 y Friki Plaza. Sondeos. Programa Manga y Anime.
- Fábrica de Artes y Oficios Oriente. Entrevista a Gladys Tadeo Nieto, maestra de Danza Afro. Programa Danza y Colectivos de Baile.
- Parque Ecológico Loreto y peña Pobre. Entrevista a Jaime Orozco Barbosa, cronista de Tlalpan. Programa Barrio Tlalpan.

- Beey Motorcycle. Entrevista a Héctor César Luna Cruz, Directos General. Programa Custom y Tuning.
- Fundación Japón en México. Entrevista a Naoko Sugimoto, Directora. Programa Japón en México.
- Escuela de Artesanías INBA. Entrevista a María Julieta Ramírez Rodríguez, directora. Programa Artesanos Urbanos.
- Guantes de Box Cleto Reyes. Alberto Reyes, director. Programa Box.
- Museo del Juguete Antiguo. Entrevista a Paola Delfín, artista Street Art. Programa Street Art.
- Casa Barrio Tepito. Entrevista a Jacobo Noé Loeza Amaro, coordinador. Programa Rescate de Espacios.
- Ministerios de Amor A.C. Entrevista a Dra. Cecilia Blanchet Pezet, directora. Programa Inclusión Juvenil.
- Instituto para la Atención y prevención para las Adicciones en la CDMX. Entrevista a Rosario Tapia Medina, directora. Programa Adicciones.
- Tortas El Recreo “La Vaquita”. Entrevista a Blanca García, encargada. Programa Barrio Iztacalco.
- Enchúlame la Bici (Taller de bicicletas). Entrevista a Bruno Fuentes, Uriel Romero y Daniel Mondragón, dueños. Programa Bicicletas.
- Huerto Roma Verde. Entrevista a Francisco Ayala, fundador. Programa Huertos Urbanos.
- Instituto de la Juventud. Entrevista a María Fernanda Olvera Cabrera, directora general. Programa Jóvenes con Rumbo.
- Casa Estudio Luis Barragán. Entrevista a María Bustamante Harfush, cronista honoraria de la Alcaldía Miguel Hidalgo. Programa Barrio Miguel Hidalgo.
- Escuela para Padres UNAM. Entrevista a María del Pilar Romero López y a Evelia Valdovinos Tapia, docentes, orientadoras y especialistas. Programa Escuela para Padres.
- Escuela para entrenamiento de perros guía para ciegos I.A.P. Entrevista a Silvia Lozada Badillo, directora. Programa Jóvenes con Discapacidad.
- Centros de Reciclaje RECUPERA. Entrevista a Miguel Ángel García Zaldívar, responsable del departamento de sustentabilidad de centros de recuperación de reciclaje RECUPERA. Programa Reciclaje.

- Fundación Familiar Infantil I.A.P. Entrevista a Ana Lilia Gorostizaga, directora. Programa Mujeres Privadas de su Libertad.

2.3 Programas Especiales

La jefatura operativa de la productora era la responsable de establecer los programas especiales, los cuales tenían por objetivo cubrir eventos importantes o fechas de celebración de relevancia en la ciudad, sin dejar de lado recintos culturales nuevos. La Dirección General del canal también solicitaba que en el programa @21 realizaré especiales del interés de la dirección, como el caso del Maratón de la Ciudad de México y el Festival Vive Latino. En total en la quinta y sexta temporada se realizaron seis especiales solicitados por el canal y la productora.

2.3.1 Vive Latino

Durante las seis temporadas que duró el proyecto de @21, la Dirección General de Capital 21 solicitó un Especial de este festival musical, por lo tanto se cubrieron tres años seguidos el evento. El último Vive Latino que se cubrió fue el del 2018, en la quinta temporada y fue la transmisión número siete. La consolidación de Capital 21 como un medio de comunicación fue a través no solo de la cobertura de eventos organizados por el gobierno de la ciudad, sino también con acontecimientos realizados por la iniciativa privada como lo es el Vive Latino, la cobertura fue satisfactoria para los directivos del canal siendo capital 21 uno de los pocos medios televisivos que estuvo presente en el festival musical y así mantener informado a los jóvenes capitalinos de un evento con más de veinte años de tradición.

El Festival Iberoamericano de Cultura Musical Vive Latino o comúnmente conocido como Vive Latino, es un festival de distintos géneros musicales pero en el cual predomina el rock. Este festival que inició en 1998 tenía como objetivo dar a conocer grupos que estaban sobresaliendo en la escena musical y además presentar bandas consolidadas, en un principio solo en el idioma español. Este evento se realiza en el Foro Sol, de la Ciudad de México y es organizado por la empresa de espectáculos OCESA.

Para la realización de este primer especial se tuvo que solicitar las acreditaciones a OCESA, a Rafael Salinas González (Analista de Prensa Sr. de OCESA). La principal dificultad para cubrir este acontecimiento musical fue que para un medio televisivo es muy restrictivo a diferencia de la prensa o la radio. Las condiciones para grabar en televisión fueron estar acompañados por personal de la empresa de espectáculos y en lapsos de veinte minutos grabar los sondeos y para el levantamiento de imagen fue de las primeras tres canciones de cada agrupación.

El 17 y 18 de marzo del 2018 se cubrió este programa especial. El conductor logró los sondeos entre el público asistente y con ayuda del colaborador Chava Rock se obtuvieron entrevistas detrás de los escenarios con agrupaciones como Ritmo Peligroso, Rock en tu idioma Sinfónico encabezados por Sabo Romo (Caifanes) y Sergio Arau y Los Heavy Mex. Las grabaciones se realizaron durante los dos días del Vive Latino, se realizaron entrevistas de agrupaciones que se presentaron, sondeos con el público y aspectos de la mayoría de las bandas del cartel de ese año.

2.3.2 Maratón CDMX

El segundo programa especial fue el de la Maratón de la Ciudad de México del 2018. Este especial también por la administración del canal y al igual que el Vive Latino, este evento se cubrió desde la primera temporada del proyecto de @21. En este tipo de especiales las acreditaciones las proporcionaba el propio canal debido a que se solicitaba también para Noticias del canal y por ser un evento del gobierno local era obligatorio cubrirlo por ser el canal público de la Ciudad de México.

La Maratón de la Ciudad de México es uno de los más importantes en América Latina pues cuenta con la categoría oro que le otorga la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo. En el 2018 fue su edición número 36 en la cual el recorrido fue de 42.195 kilómetros, la salida de los corredores fue de la plancha del Zócalo capitalino al Estadio Olímpico Universitario en Ciudad Universitaria. Debido a la importancia del evento Canal 21 se sumó para cubrirlo, no solo con la transmisión en vivo para el noticiero, sino también desde la perspectiva del programa de @21.

Ya con las acreditaciones correspondientes, el reto fue cubrir una maratón de gran importancia y que congrega a muchísima gente. Se realizó la entrada del programa en la

salida de los atletas a las siete de la mañana, en la plancha del Zócalo, ahí se entrevistaron a varios atletas antes de la carrera. Posteriormente se realizaron sondeos con las personas asistentes en distintos puntos de la ruta de la maratón, un par de ellas Instituciones de Asistencia Privada que tenían corredores con causa: La Fundación Antonio Hagenbeck y de Lama, dedicada del rescate de perros y gatos callejeros y la adopción de estos, esta fundación tenía 60 competidores corriendo por su causa. Integración Down, otra institución para la educación y apoyo inclusivo a la sociedad para las personas con síndrome de down, tenían 25 corredores por su causa.

Finalmente, en la meta de la carrera y para cerrar el programa especial de la Maratón CDMX, se entrevistaron a corredores que llegaron por su medalla final en las inmediaciones del Estadio Olímpico Universitario. Se logró entrevistar a los ganadores de la categoría de Ciegos y Débiles Visuales para concluir esta transmisión especial, que se realizó durante el recorrido de más de 42 kilómetros en la Ciudad de México.

2.3.3. Especial Alex Lora

La propuesta de este programa especial corrió a cargo de la coordinación de @21, con el objetivo de aumentar la audiencia y consolidar el proyecto dentro de Capital 21. Este fue el segundo especial de música y se pudo concretar por el apoyo del colaborador “Chava Rock”, gracias a su agenda y al trabajo conjunto con la coordinación del programa se logró persuadir a Alex Lora para grabar el programa especial en sus estudios de grabación del Tri.

Este programa especial se pensó por el aniversario número 50 de la carrera artística de Alex Lora en el 2018. Este evento de aniversario lo celebró el 13 de octubre en el Palacio de los Deportes, por lo tanto se tuvo que cerrar entrevista al principio de ese mes para que el programa saliera al aire el martes 9 de octubre para promocionar el festejo de medio siglo del cantante de rock. @21 no era el único medio que estaba interesado en realizar entrevistas a Alex Lora, fueron medios impresos y radio principalmente los que acudieron a realizarle una entrevista en sus estudios de grabación.

En un lapso de 40 minutos, se debía grabar el programa de 28 minutos (tiempo que se negoció para la grabación del especial). Esto fue muy difícil y de suma concentración,

ya que había medios antes y después de @21 para hacer sus entrevistas a la leyenda del rock urbano.

La planeación fue alternar al conductor principal “Chocks” con la del colaborador “Chava Rock”, ambos tuvieron dos intervenciones con Alex Lora, el primero con entrevistas más irreverentes con respecto a lo personal y el segundo más enfocado a la historia musical del cantante y su banda el TRI. Alternar a ambos permitió cambiar de cuadro lo más rápido posible y al staff de audio y cámara, que previamente ya había escogido los espacios para las distintas intervenciones dentro del programa especial.

Al terminar las dos intervenciones del conductor y el colaborador, el invitado se despidió con una canción acústica en vivo de nombre “Un Chavo de Onda”, representativa de su larga trayectoria artística. Con esto cerró este programa realizado de manera exprés, debido al gran reto de concretarlo en un tiempo muy limitado y una logística y planeación que requería total eficacia.

2.3.4 Semana de las Juventudes

La Semana de las Juventudes se realiza para conmemorar el Día Internacional de la Juventud el 12 de agosto. El Instituto de la Juventud (INJUVE) lo festeja desde el año 2013, en el que se llevó acabo en el Monumento a la Revolución, con más de 47 actividades y 17 bandas musicales.

Para la última celebración de la Semana de las Juventudes, en el 2018, hubo una gran oferta de talleres, conferencias, foros y actividades culturales organizados por el INJUVE, así como un cartel musical de gran calidad lo que llamó la atención de los medios y en particular de los medios musicales. Ese año del 2018, el viernes 9 de noviembre, los que encabezaron el cartel fueron La Maldita Vecindad y los hijos del Quinto Patio y para el sábado 10 de noviembre se cerraron las actividades con la presentación de la banda de rock los Pixies, estas presentaciones se realizaron en el Zócalo Capitalino totalmente gratis.

La relevancia del evento tanto las ofertas culturales por parte del Instituto de la Juventud y principalmente el cartel musical que presentaron de gran calidad, fueron los puntos importantes para realizar un Especial de la Semana de las Juventudes en @21. Tanto el apoyo educativo como cultural por parte del INJUVE y la parte musical llenaron todos

los objetivos del proyecto de @21. La relación constante con este instituto permitió un acceso favorable para la grabación de este programa. Basándose principalmente en las actividades la Plaza de Santo Domingo y la plancha del Zócalo.

Se realizaron entrevistas a los asistentes de los eventos tanto culturales como musicales, jóvenes beneficiados con los talleres y conferencias, además la Directora General del INJUVE, María Fernanda Olvera, fue entrevistada con respecto a su labor dentro del instituto. También se realizaron entrevistas para el programa detrás de escenarios con bandas como los Rastrillos, LNT-SHT, y DLD, para complementar lo hecho durante la Semana de las Juventudes, sin dejar de lado aspectos de las bandas cabezas de cartel, principalmente Pixies. Un especial redondo que cubría todos los objetivos del proyecto @21 y el interés de la audiencia del programa.

2.3.5 Día de Muertos

Para el mes de noviembre de 2018 la producción solicitó un especial para el Día de Muertos, el cual fuera al rescate de las tradiciones del país y principalmente en la Ciudad de México. Para este especial se planeó cubrir espectáculos o puestas en escenas de tradición, tanto en su contenido como en la obra, para esto se grabaron dos obras teatrales en Xochimilco: la primera La Catrina en Trajinera, obra naciente en los embarcaderos, pero con una historia de gran tradición para esas fechas y, la segunda, La Llorona en Xochimilco, otra puesta en escena muy famosa en el lugar.

La Catrina en Trajinera surge con el objetivo fundamental de rescatar las tradiciones culturales del día de Muertos en México, hacer homenaje a los importantes hombres que han puesto en alto el nombre de Xochimilco, intelectual y artísticamente hablando. El cuento es una adaptación de “La Trajinera en Xochimilco”, de José Guadalupe Posadas, esta adaptación fue escrita y producida por Sergio Laurel a quien se entrevistó en el especial, al igual a la protagonista de la obra Katia González. Esta puesta en escena fue el primer bloque del Especial de Día de Muertos, una obra joven pero que habla de una leyenda de gran tradición en México.

El segundo bloque del programa fue dedicado a la Llorona en Xochimilco, que para ese año celebraba un cuarto de siglo presentándose en los embarcaderos de Xochimilco. Este espectáculo nace a partir de una reunión de agricultores, chinamperos, remeros de

trajineras y gente de la propia comunidad quienes tuvieron la iniciativa de desarrollar el proyecto para ofrecer un espectáculo multidisciplinario que integrase música, teatro, danza y el mismo entorno lacustre a bordo de una trajinera; que resaltara los valores y cultura que ellos como xochimilcas heredaron de sus antecesores, y que ofreciera la oportunidad de realizar un paseo en trajinera por los canales de Cuemanco, en un espacio natural donde la convivencia en familia fomentara los lazos fraternos que unen a los mexicanos.

Con estas dos obras espectaculares se cubrió un especial cargado de tradición, cultura e historia de la Ciudad de México, el lugar de las puestas en escenas también aportó gran parte cultural para un programa especial de día de muertos.

2.3.6 Faro Azcapotzalco

En las seis temporadas que duró el proyecto de @21, se mantuvo una relación muy sólida con la red de Faros (Fábricas de Artes y Oficios). En la primera temporada para el programa de Hip Hop se grabó parte de esta emisión en el FARO de Indios Verdes, para esa misma temporada, en el programa número 18, se realizó el programa Artes Plásticas en el Faro de Oriente. Para la tercera temporada también se produjeron especiales de los Faros, tal fue el caso del naciente FARO Aragón dedicada más a talleres y cursos cinematográficos y el especial del FARO de Milpa Alta, es segundo en la alcaldía, pero es una extensión del primero, su peculiaridad fue la inclusión de la enseñanza del náhuatl.

En la coordinación de la quinta temporada se incluyó a los Faros de Oriente e Indios Verdes nuevamente para el programa de Danza y Colectivos de Baile. La relación para la grabación en estos espacios culturales fue muy estrecha desde el principio, para el año del 2018 en la alcaldía de Azcapotzalco surge el rescate de un espacio y dar el nacimiento al más reciente FARO Poniente Xochikalli, con una temática dedicada a las raíces prehispánicas de la ciudad y del país.

En este espacio que anteriormente era un basurero, se edificó el FARO Poniente Xochikalli, concebido y administrado por la demarcación, el FARO de Azcapotzalco (calle Cananea lote 4, Unidad Habitacional El Rosario) está conformado por nueve edificios para uso administrativo, educativo y expositivo, teatro, espacios ceremoniales,

una cancha de juego de pelota y un temazcal, con el propósito de orientar su oferta cultural a la recuperación de saberes y tradiciones de la comunidad indígena, pueblos y barrios originarios de la metrópoli, en especial de la cultura chintolola originaria en esa alcaldía.

El juego de pelota se mostró en el programa especial, explicado por el mismo Director General Juan Zamudio, además la información la complementó el encargado del Tlaxko (Juego de Pelota) Emmanuel Kakalot. El programa también se nutrió con las intervenciones del tallerista Macel Bayardi, que imparte clases de Slackline y se dio a conocer el taller de teatro con el profesor Arturo de la Cruz y la especialidad del FARO, la literatura y astronomía que están a cargo de Eduardo Ruiz y Néstor Galaviz respectivamente.

2.4 Grabación en locaciones

El equipo que conformaba @21 era reducido, solo se podía contar con dos cámaras y un camarógrafo, la segunda cámara la realizaba el coordinador del programa, por lo tanto en las grabaciones de locaciones solo iba el conductor, un camarógrafo y el coordinador (segundo camarógrafo). Previamente se tenía el guion de las entrevistas a realizar y las preguntas sugeridas de cada una de ellas, la logística de locaciones se planeaba una semana antes debido a que si algún entrevistado cancelaba, era necesario tener el tiempo suficiente para recalendarizar su intervención.

El equipo técnico para la grabación se revisaba en el canal un par de horas antes de la primera entrevista en locación. Esta revisión estaba a cargo del camarógrafo y del coordinador que se encargaba de la otra cámara, al igual que micrófonos, luces y pilas necesarias para las locaciones. El encargado de manejar el auto para las grabaciones era el camarógrafo y encargado del vehículo tanto del buen funcionamiento como el abasto de gasolina. Los viáticos del personal, los gastos del vehículo y la comprobación de gastos quedaban a cargo del coordinador

El conductor conocía desde una semana antes sus llamados para la producción, dependiendo del lugar de grabación se le citaba en el canal o en el lugar de las entrevista, esto dependía si tenía llamado antes en MVS Televisión y en el lugar en que se encontraba, por cuestiones de logística no se podía citarlo en el canal al sur de la

Ciudad y la primera entrevista era en el norte donde él se encontraba en otra grabación, acuerdos que permanecieron durante la quinta y sexta temporada.

En los lugares de grabación o locaciones, el coordinador tenía que evaluar el lugar de la entrevista o entrevistas (en ocasiones eran dos entrevistados en un mismo lugar), tomando en cuenta diversos factores, si era en interior o exterior, la hora del día, en la mañana o en la tarde y los ruidos incidentales que podrían presentarse durante la entrevista, ya sea de personas o trabajo de obras. Todos estos factores son básicos para lograr una mejor imagen o fotografía y posteriormente una mejor realización, sin dejar de lado el audio que es primordial, al igual que la imagen.

Teniendo en cuenta los espacios para la realización de entrada, salida, promocionales y principalmente de las entrevistas, se valoraban las preguntas sugeridas con el entrevistado, esta pequeña reunión previa a la entrevista era entre el invitado, conductor y coordinador del programa, en caso de corregir preguntas se agregaban datos o preguntas sugeridas por parte del invitado, esto para una mayor fluidez y entendimiento del tema durante la grabación de la entrevista.

Teniendo el cuadro de la entrevista y las preguntas que se realizarían durante la entrevista, se disponía a encuadrar las dos cámaras, la principal con toma abierta con el conductor y entrevistado a cuadro, la segunda cámara en medium shot con el entrevistado. Se regulaban los niveles de audio del micrófono y se grababa la entrevista. En ocasiones era necesario repetir la toma por algún error del conductor en cuestión de datos duros o errores en su dicción durante las preguntas. Se tenía un tiempo contemplado para cada intervención, pero por lo regular no era exacto como venía en el guion por diversas cuestiones (preguntas de último momento o comentarios adicionales del invitado para complementar ideas que no hubieran quedado claras).

El material era revisado antes de salir de la locación para el visto bueno de la producción como del invitado, en algunos casos se realizaba una segunda toma ya sea porque faltó una pregunta o información importante para el tema del programa. También se verificaban los niveles de audio y que no se metiera un ruido durante la entrevista. Dependiendo del invitado o el lugar de grabación se realizaban los promocionales para el canal uno para la transmisión de televisión abierta y otra para redes sociales, si el lugar o invitado tenían el peso indicado para la temática y atraer al público se realizaban en el espacio o con el entrevistado.

Antes de retirarnos de la locación, se solicitaba al entrevistado sus datos, principalmente su cargo y las redes sociales personales o de la institución para incluirlas durante la emisión del programa. Se le indicaba el día y hora de la transmisión del programa y posteriormente se le enviaba a su correo electrónico el promocional del programa y después de la transmisión del mismo se le enviaba el link de la emisión para compartirla en sus redes sociales.

2.5 Postproducción

La parte final de un día de grabación era la ingesta del material, está la realizaba el coordinador en el disco duro del programa @21, separando por carpetas cada cámara y si el invitado proporcionaba material audiovisual, se creaba otra carpeta para los aspectos durante la edición. En los musicales también se tenía que crear una nueva carpeta para el audio de la grabación y fuera editado de manera separada al video para dejar la mejor calidad posible.

Al día siguiente, el coordinador tenía que calificar cada entrevista, esto debido a que por lo regular no se cumplía con el tiempo aproximado de las entrevistas conforme al guion. Se tenía que rescatar por lo general las preguntas sugeridas dentro del guion y eliminar partes de la grabación que se desviaban del tema principal, también ocurría que el entrevistado aportaba información de gran valor o relevancia que no se tenía contemplado y se le daba prioridad a esta parte de la entrevista.

Ya calificada cada entrevista, los minutos exactos para la edición, se le enviaba estos tiempos al editor para facilitar su trabajo y no tuviera que dejar fuera un tema importante de la grabación. Otra labor para el coordinador de gran ayuda para el trabajo de postproducción fue tomar nota de los nombres, cargos y redes sociales durante las grabaciones y ya teniendo calificado el material también se le enviaba al editor la información de los invitados o lugares que se visitaron para que en su edición generará las plecas de cada una de las personas que intervino en el programa y sus redes sociales.

Posteriormente el editor entregaba la edición final del programa y lo enviaba al coordinador para el visto bueno, lo que ocurría si se respetaba la calificación de cada intervención y la toma correctas de entrada y salida del conductor. Sin dejar de lado

cuestiones técnicas como el audio fuera lo más limpio para la entrega final o que las tomas fueran estables y no tan movidas, en ese caso se apoyaba en la segunda o tercera toma en caso de que hubiera o insertar más aspectos para cubrir esos errores o simplemente porque la entrevista no estaba suficientemente vestida con gráficos o aspectos.

Finalmente el editor con las aprobaciones debidas subía el material a Control de Calidad del canal y si no tenían ninguna observación se incluía el programa en la barra programática para la semana indicada para su transmisión, incluyendo los promocionales requeridos tanto para el canal y el otro para el programa de revista “Tu Ciudad es..”

3. La experiencia profesional: aprendizajes, críticas y propuestas

La experiencia profesional como coordinador de producción del programa @21 duró un año, con dos temporadas al aire y un total de 40 programas. Debido al cambio de administración en la Ciudad de México no se pudo continuar con el proyecto a pesar de presentar a los nuevos directivos nuevos temas para una siguiente temporada y el reel del mismo, incluyendo principalmente lo realizado el último año en el programa.

En general en el año de coordinación del programa se logró consolidar como uno de los proyectos de peso dentro de la barra programática de Canal 21, debido a los temas abordados, los entrevistados y los musicales con artistas de mayor reconocimiento a nivel local y nacional. La irreverencia del programa y las locaciones hicieron un programa diferente a lo acostumbrado en Capital 21 y con el paso de las temporadas fue mejorando la calidad de su realización.

En el cargo de coordinación de producción fue un ejercicio de constante aprendizaje esto debido a la nula experiencia en el puesto, se fue trabajando conforme a las necesidades que presentaba el proyecto y experimentando en el camino puntos importantes como la investigación de temas y entrevistados, la concertación de citas para las entrevistas, la logística para los llamados, el trato o comunicación con el talento (conductor y colaborador) y la constante retroalimentación con la guionista y con el editor.

La experiencia obtenida en años anteriores dentro del proyecto, tanto como asistente de producción y posteriormente como camarógrafo, fueron de bastante apoyo para la realización audiovisual del programa debido a que para las grabaciones en locaciones o de acústicos ya se tenía suficiente conocimiento de la ejecución técnica. Pero este trabajo fue complementario con la experiencia obtenida ya con el cargo del coordinador de @21 debido a que el nuevo cargo exigía producción desde las oficinas y no solo una producción técnica.

No hubo un lineamiento específico por parte de la productora o del canal para la construcción de la quinta y sexta temporada de este proyecto, lo aprendido fue de manera personal y con el solo conocimiento de la realización de temporadas anteriores

desde la perspectiva técnica. Aunque hubo mejoras de producción y realización, la experiencia laboral en este proyecto, dejó varios puntos a considerar para las mejoras tanto en el puesto de coordinador como en la realización y producción de programas dentro del canal y lo que lleva a propuestas de mejoras académicas del alumno de la carrera de comunicación para un trabajo eficaz y de mayor calidad. También dejó un aprendizaje y experiencia en el área de producción de un programa en un canal público que complementó lo aprendido en años anteriores en el área técnica del mismo canal.

3.1 Aprendizajes como coordinador de producción

El aprendizaje en el puesto de coordinador de producción se puede dividir en investigación periodística, logística, coordinación y finalmente producción. Esta división se realizó conforme a lo experimentado dentro de la función de coordinador de producción y que abarca todo el proceso de producción del proyecto de @21, que fue un caso particular debido a la falta de personal dentro de la producción pero que permitió crecimiento en estas áreas para conocer de principio a fin la realización del programa.

3.1.1 Investigación periodística

Se puede generalizar el concepto solo como investigación, esto se refiere a la documentación e investigación de cada tema del programa siguiendo los objetivos y la relación de audiencias del proyecto que estaban definidos desde la primera temporada. En un principio fue la selección de temas para cada temporada, la entrega de estos tenía que ser aprobados en primer lugar por la jefa de operaciones, posteriormente por la productora y finalmente por el canal.

La investigación iniciaba con el estudio de temas posibles sin tener que repetir temas de temporadas anteriores que ya eran 80 temas a descartar y eran los temas más comunes o más fuertes que se realizaron. Por lo tanto, se tenían que buscar nuevos temas sin perder de vista las características de la emisión de irreverencia y tópicos urbanos para el público previsto para @21. Se logró que aceptaran los 20 temas para la quinta temporada con una perspectiva todavía más informativa y sin dejar de lado que eran temas para una televisora pública pero también para un público clasificación B.

En cada emisión del programa se tenía en promedio de cuatro a cinco entrevistados, como ya se vio en el capítulo anterior las propuestas de entrevistas eran principalmente

para dependencias de gobierno o institutos culturales y artísticos, después para asociaciones civiles o dependiendo del tema personajes de gran peso o referentes del tópico a abordar y finalmente lugares o espacios representativos del contenido. En la elección de las personas que intervenían en cada emisión se buscaba que fuera complementaria o cubriera toda la información posible de su participación, esto con la finalidad de contar con una propuesta sólida del tema de cada programa.

Al final de las dos temporadas se concretaron 40 temas con un promedio de más 160 entrevistados diferentes, solo se repitieron las entrevistas con Dra. Cecilia Blanchet Pezet, (directora Ministerios de Amor A.C. Programas Inclusión Juvenil y Mujeres Privadas de su Libertad) y con María Fernanda Olvera Cabrera (Directora del INJUVE, Programas Inclusión Juvenil y Semana de las Juventudes). Sin tomar en cuenta los musicales que fueron un total de 40 acústicos por las dos temporadas, por lo tanto la investigación y documentación previa logró para este proyecto más de 200 entrevistados para la quinta y sexta temporada de @21.

3.1.2 Logística

Un aprendizaje de suma importancia dentro de la coordinación de producción, es la logística para realizar las entrevistas o las visitas de los espacios a grabar, al respecto había puntos importantes a considerar para la programación de llamados:

- El conductor de programa tenía llamados también en la Televisora MVS, por lo regular eran los lunes y miércoles en la mañana.
- Los llamados de los demás programas en locación, si se acumulaban bastantes llamados en un solo día no había recursos humanos y técnicos para cubrir todas las grabaciones.
- El coordinador del programa tenía un proyecto aparte dentro del mismo canal todos los jueves, por lo tanto ese día de la semana no se grababa o programaban entrevistas.

Teniendo en cuenta los puntos anteriores se programaban las entrevistas y el llamado de cámaras una semana antes de la grabación del programa en turno. Una vez que ya se había realizado la investigación previa de posibles entrevistados y habiendo establecido

contacto con ellos, se les sugería el día y la hora para su intervención, en la mayoría de los casos la respuesta era favorable, en caso contrario se reprogramaba la entrevista para la siguiente semana en un horario más flexible debido a que era un llamado dentro de quince días y ya estaba confirmado.

Para funcionalidad de la producción se preveía programar y concretar tres entrevistas en un solo día, por lo general esto se realizaba los días martes y viernes que eran tiempos totalmente dedicados para @21 tanto por parte de la producción como del talento. En la mayoría de los casos había una diferencia de dos a tres horas de cada grabación, esto con la intención de no retrasar la siguiente entrevista por motivos de traslado de locación a locación o el mismo retardo del consultado. En casos excepcionales de ir con retardo a la cita se avisaba con anticipación al invitado para saber si estaba dispuesto a esperar o reprogramar su intervención en el programa.

En cuestión de logística, uno de los principales aprendizajes fue la importancia de llevar a cabo una buena planeación tomando en cuenta varios aspectos, tanto internos a la producción como externos, en general no se tuvo gran problema con la planeación, ya se siempre se siguió de manera puntual para no entorpecer los tiempos de grabación. La confirmación de entrevistas y de lugares se tenía una semana antes y en la semana de grabación se comunicaba con el entrevistado para confirmar nuevamente la entrevista, en caso de cancelar la intervención se avisaba a producción y se reprogramaba la siguiente semana o en caso extremo se buscaba un nuevo consultado. Finalmente, esta logística permitía grabar un programa y medio por semana, lo que favorecía la búsqueda e investigación de entrevistados y la programación de las grabaciones siguientes con mayor tiempo.

3.1.3 Coordinación

El cargo más importante en la producción de @21 es la coordinación, la cual comprende trabajar y estar en contacto en todas y cada una de las áreas para la realización de un programa televisivo. Es el enlace de comunicación entre distintas áreas de la producción, desde la planeación del proyecto y hasta la conclusión del proceso con la emisión al aire.

El aprendizaje de las distintas funciones del puesto se dio poco a poco, al principio con la relación en el área operativa de programas, lo que me permitió tener contacto con distintos coordinadores de programas. Debido a que cada programa era muy diferente y se tenía a un coordinador distinto en cada uno de ellos, la comunicación entre parte operativa de la productora y el coordinador fue clave para respetar ideas, formas de realización y de entregas del proyecto, esto se refiere específicamente en seguir lineamientos y objetivos de temporadas anteriores, también el visto bueno de la productora para la producción de las temporadas siguientes con un calendario estricto en la entrega de programas en primer término a la productora y posteriormente al canal.

La coordinación con el equipo de trabajo esencialmente con el talento (conductor y colaborador) para agendar los días de grabación, el invitado(s) a entrevistar, la temática del programa y las locaciones a visitar tanto para entrevistas como musicales. El enlace que se tenía con la guionista desde las juntas previas a cada programa y los posibles invitados del mismo, la línea que seguirían las preguntas, los temas específicos de las cápsulas hasta llegar a la corrección de preguntas o corrección de cargos laborales o académicos de los invitados. La vinculación con el editor para quedar satisfechos de la edición de cada entrevista y del programa general tomando en cuenta lo que se incluía en guion y principalmente cuestiones técnicas de edición para que el programa fuera más atractivo visualmente.

La vinculación con los invitados fue uno de los retos y aprendizajes más importantes de este cargo. A través de esta actividad se logró un acercamiento con especialistas y personas relevantes en los temas que se abordarían en cada programa. Con ellos, siempre se procuró conocer a fondo su labor o trabajo, establecer un ambiente cordial y empático desde el primer contacto para la participación del programa, esto permitió que con frecuencia un invitado sugiriera el contacto de otro posible entrevistado para ese mismo programa, así se fueron hilando entrevista con entrevista en una emisión y dejando las puertas abiertas de sus agendas para otros temas viables para la siguiente temporada. Sin dejar de lado relaciones con instituciones o universidades en caso particular en la UNAM se tenía una relación estrecha con comunicación social de Ciudad Universitaria, área que facilitaba el contacto de docentes e investigadores para entrevistas. Por lo tanto, la relación o coordinación de los contactos fue la parte principal para que el proyecto se fuera concretado en cada transmisión y, a la vez,

permitió ir perfilando potenciales temas subsiguientes para la línea u objetivos del programa.

3.1.4 Producción

Cuando se habla de producción se refiere a dos partes importantes de aprendizaje en el año de realización del proyecto @21, en primer lugar a la producción del programa con el conductor principal y sus respectivas entrevistas y cápsulas de cada emisión y en segundo lugar, la realización de los musicales con los cuales se cerraba cada transmisión, estos últimos fueron un pequeño programa dentro de un programa debido a la complejidad de elaboración que en muchas ocasiones fueron más complejos para la grabación que el mismo programa en sí.

En primer lugar la construcción del programa en general fue un proceso que se empezaba desde cero, esto por la falta de recursos humanos y técnicos se tenía la libertad de sugerir temas de los programas y finalmente llevarlos a cabo. A diferencia de otras producciones del mismo canal y de la productora en los cuales se tenía la plantilla suficiente para la producción de un programa, por ejemplo desde dos guionistas, dos editores, personal encargado para investigación y contacto de entrevistados o invitados, recursos técnicos y humanos suficientes haciendo referencia a cámaras y camarógrafos.

En @21 los recursos eran muy limitados por lo tanto el aprendizaje fue mayor, ya que el coordinador elegía y proponía temas, pasando por el visto bueno de la productora posteriormente buscaba a sus posibles invitados del programa y cerraba las entrevistas. Tenía contacto sólido con la única guionista y editor del proyecto lo que evitaba mala información para la elaboración y entrega de programas. Por lo tanto eran pocas cabezas la que intervenían en la construcción del programa lo que finalmente nos da la producción casi total de un proyecto televisivo.

En segundo lugar la producción de los musicales o acústicos estos fueron aprobados por la dirección del canal desde las primeras temporadas, los cuales se consolidaron con cada emisión. En el caso de la quinta y sexta temporada ya con una mayor experiencia en la construcción de los musicales y con ayuda de la agenda del colaborador “Chava Rock” para músicos de reconocimiento local y nacional se adquirió una mayor calidad en los acústicos. Se buscaron nuevas y variadas locaciones para las grabaciones para

darle mayor atracción y un toque distintivo a cada musical. En cuestión técnica se solicitó una consola de audio para los acústicos para el mejoramiento del audio y una mejor edición del mismo (en primeras temporadas se hacía con el audio de la cámara o con una TASCAM), se incluyeron tres cámaras y cuando era una agrupación grande se sumaban dos cámaras GO-PRO.

Lo más importante en los musicales fue la realización en las grabaciones, se pretendía que fueran videos únicos y auténticos, ya se incluían tomas del ensayo, se rebuscaban tomas en los aspectos para que vistieran el musical, tomas en blanco y negro, detalles de los instrumentos y de los músicos y se convencían a los músicos de hacer dos a tres tomas por la canción para dejar finalmente la mejor o la que convenciera tanto a los artistas como a la producción. Todo esto se contenía en la edición y quedaba el sello personal de @21 en los vídeos musicales, dando una originalidad a cada acústico tanto en audio como en vídeo.

3.2 Propuestas generales para un mejoramiento laboral

Antes de asumir la responsabilidad de Coordinación de producción, en Capital 21 ya tenía más de tres años de experiencia en varios aspectos relacionados con la producción televisiva. Este conocimiento comenzó como asistente de producción, en un principio en foro en programas como Tu Ciudad es..., Palabras Mayores o Diversidad Capital posteriormente en locaciones para emisiones como Cocina Capital, la nueva etapa de Palabras Mayores en el lugar de trabajo o casa del entrevistado y principalmente en @21.

Tras dos años de experiencia como asistente de producción se tuvo la experiencia de ser camarógrafo en programas de locación además de los ya mencionados se sumaron Xplora CDMX, Clínica de Animales y Medico en tu Casa y se consolidó ser camarógrafo de planta para @21. Esta etapa detrás del lente duro un año y medio para finalmente tomar la coordinación de producción, la experiencia y conocimiento en estos años anteriores a la coordinación fueron una gran ventaja para realizar y producir la emisión de @21.

Tener conocimientos previos en áreas como asistente de producción, microfonista en varios proyectos dentro del canal y principalmente la de camarógrafo ayudó

enormemente a la creación de cada emisión debido a que se conocía en general gran parte de la producción dentro de la locación y se realizaba de manera sin tanto contratiempo porque específicamente en el proyecto de @21 ya se tenía más de dos años asistiendo a las grabaciones ya sea en un principio como asistente y posteriormente como camarógrafo ya se conocía la forma de realización y grabación tanto de entrevistas como musicales.

A pesar de las ventajas que se tenían por la experiencia o conocimiento previo dentro del mismo canal y particularmente en la producción de @21, el cargo de coordinación de producción exigía conocimientos en otros aspectos no solo técnicos sino también administrativos dentro de la realización de un programa televisivo. Sin dejar de lado una comprensión más profunda en lo ya se ha aprendido tanto en audio como en video, esto significó ir aprendiendo sobre la marcha e ir preparándose áreas que se desconocían para la coordinación de un producto televisivo.

Las propuestas generales para un mejor desempeño laboral se pueden dividir en dos áreas: el área técnica que consta de conocimiento de audio, video y edición y el área de producción o de coordinación en general en esta parte se puede incluir la comunicación entre productora y canal, contacto con entrevistados y la comunicación con conductor y colaborador.

3.2.1 Mejoras en el área de producción.

Comunicación Canal/Productora/Coordinación

En primer término las mejoras para la coordinación de producción deben comenzar en el área creativa y/o planeación del proyecto en las cuales se tuvieron contratiempos por la falta en general de la buena comunicación dentro de la misma productora que generaba el proyecto y posteriormente con el canal al entregar el programa terminado. Los filtros o los canales de comunicación eran deficientes desde la cabeza, que es la dirección del canal, para seguir con la productora la cual no comunicaba explícitamente términos como el control de calidad o la petición de programa especiales con tiempo suficiente para su planeación o la comunicación con redes sociales para promocionales.

Tomando el cargo de coordinación de producción no existió una guía o lineamiento a seguir para la creación de la quinta y sexta temporada, la producción de éstas fueron realizándose con las propuestas de temas que se dieron por parte de coordinación solo tomando como referencia las temporadas anteriores y el trabajo realizado como camarógrafo y asistente en estas emisiones. Los contratiempos se dieron a la entrega del programa cuando control de calidad regresaba el producto debido a que incluía algunas groserías principalmente en los musicales esto a pesar de ser un programa de Clasificación B o en algunos programas se manifestaban políticos que debían ser excluidos en la transmisión.

En cuestiones de programas especiales en específico el del Vive Latino desde las primeras temporadas se pedía esta transmisión del evento musical obligatorio para @21, pero las acreditaciones se solicitaban a través de la productora, el canal como medio de comunicación televisiva no daba el respaldo para la obtención de los accesos para este Festival, por lo tanto la falta de peso como canal limitaba la entrada como medio a una sola cámara y el conductor, lo que provocó carencias en la producción del programa siendo un evento masivo musical.

En cuanto a la promoción dentro de las redes sociales del canal, la productora no comunicó con certeza el enlace que debía tener la coordinación del programa con el departamento de redes sociales para la entrega de promocionales para el canal y para el programa de revista Tu Ciudad es..., en las primeras emisiones de la quinta temporada no se transmitieron los promocionales, ni en la barra programática del canal, ni en redes sociales. Hasta la emisión ocho de la temporada cinco, el departamento de redes sociales se comunicó con coordinación de @21 para la entrega de promocionales y fotografías para redes sociales y la promoción del programa. Tanto el canal como la productora no se dieron cuenta de la falta de publicidad de este producto, en coordinación se entregaba el programa completo con sus respectivos promocionales desde el primer programa, la falta de experiencia en el puesto dejó de lado este aspecto importante dentro de la producción.

Por lo tanto las mejoras de comunicación, en este caso el enlace de Canal, Productora y Coordinación es esencial para el mejoramiento de entrega de programa tanto en calidad como en promoción, sin dejar de lado el apoyo como medio público para obtener acreditaciones o accesos a eventos de gran demanda a nivel local. Las mejoras incluyen

conocer más a fondo el funcionamiento otros departamentos que se conectan con los programas realizados dentro del canal, en este caso Control de Calidad y Redes Sociales para entablar una mejor comunicación y evitar retrasar entregas de programas y con la menor cantidad de errores para el canal. En cuestión de apoyo como medio de televisión para la obtención de acreditaciones en medios masivos depende mucho de la administración en turno, en este caso el peso se lo dejaban a la productora para la obtención de las mismas y por consiguiente a la coordinación de @21 que con pocos recursos se conseguía lo mínimo para este tipo de eventos.

El acercamiento a la producción y realización de otros programas dentro del canal ayudan para tener una mejor referencia para la relación canal-productora-coordinación, la funcionalidad de otros proyectos ayudan como referencia para el mejoramiento del proyecto que se está comenzando y para evitar errores o falta de comunicación en el canal y la productora y no afecte finalmente a la coordinación que es la en último lugar construye el proyecto.

Contacto con entrevistados

La experiencia adquirida en el canal y la coordinación de producción de @21, permiten señalar que es importante contar una agenda básica de contactos para entrevistar, incluso los recién egresados de la carrera de comunicación al entrar al medio deberían tener una agenda de contactos dedicado al medio ya sea periodístico, radiofónico o en este caso televisivo. Después de la experiencia en la coordinación de producción, es primordial tener una base de contactos los cuales ayudarán a la planeación y desarrollo de temas y entrevistas.

En específico en este trabajo de experiencia profesional tener un cuadernillo de contactos habría ampliado las posibilidades de temas y de intervenciones dentro del proyecto, la base de este breviarío en el caso de Capital 21 siendo una dependencia de gobierno y un medio público constaría con el contacto de Comunicación Social de las dependencias de gobierno de la Ciudad de México en primer término, siguiendo con los teléfonos de Difusión Cultural de casas y centros culturales más importantes dentro de la metrópoli y sin dejar de lado el contacto con instituciones educativas de nivel superior como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) o Instituto Politécnico Nacional (IPN), para intervenciones de docentes e investigadores.

Esta base de agenda de contactos tiene un gran valor para comenzar un cargo como el de coordinador de producción para ampliar el tema a abordar en cada transmisión, facilitar o agilizar entrevistas con directivos de dependencia de gobierno o de centros culturales y principalmente una constante comunicación con estas instituciones que siempre están interesadas en difundir y promover proyectos como programas de gobierno o nuevos talleres y/o cursos dentro de la casa o centro cultural o la difusión científica de un tema en específico respaldado por instituciones como la UNAM o IPN entre otros.

Después de esta experiencia laboral durante dos temporadas de @21, las mejoras con el contacto a entrevistados es ampliar o hacer crecer las referencias de entrevistados, esto se logra con los mismos contactos, ellos pueden recomendar o proponer especialistas en un tema determinado y así va creciendo el diario de posibles consultados para un programa televisivo. Otra mejora es actualizar constantemente este directorio debido a los cambios de administración en el gobierno local o en el caso de espacios culturales o académicos estar en constante comunicación debido a cambios dentro del departamento de Comunicación Social o Difusión Cultural de estos espacios y tener el número(s) y correo de la nueva persona a cargo. Lo más importante de estas mejoras es tener una buena relación con estos contactos para que en un futuro posible puedan ser consultados o en su defecto recomienden un nuevo especialista para una entrevista de un nuevo proyecto y así facilitar la planeación del programa y acrecentar la agenda.

Comunicación con Conductor y Colaborador

En el puesto de coordinador de producción es muy importante tener una buena relación con el talento o en su defecto que sea respetuosa en el aspecto laboral, debido a que evitaría fricciones en la grabación o un desempeño por parte del conductor o colaborador deficiente para la producción. Este es uno de los aspectos más importantes dentro de la coordinación de producción, un trato adecuado por ambas partes para realizar un trabajo de calidad que beneficie tanto al talento como a la producción.

En el caso particular de la producción de @21 los anteriores coordinadores tuvieron problemas con el carácter fuerte del conductor lo que afectó al programa, esto se puede plasmar con impuntualidad por parte del talento, ser incluso grosero con los entrevistados, no estudiar su guion o en casos extremos que el conductor o colaborador

no asistan a su llamado. Para la quinta temporada del programa no fue diferente la relación coordinador/conductor pero parte del compromiso es llevar un trato cordial e irse adecuando por ambas partes la forma de colaborar para producir el programa.

Las mejoras son escuchar y tomar en cuenta la opinión del talento debido a que su principal objetivo para ellos es tener una buena imagen a cuadro lo que le garantice mejoras laborales en el canal para poder concretar la temporada siguiente del programa o nuevas ofertas laborales en otros canales de televisión. Las propuestas por parte del conductor eran para mejorar el producto y considerando que él ya tenía experiencia en temporadas pasadas era importante escuchar sus opiniones, sugerencias y mejoras para renovar temas y entrevistas.

Para ello, en el caso específico de @21, se llevaron a cabo breves juntas con el talento para definir su participación, para la planeación de las entrevistas e incluso para la realización del programa para que la transmisión tuviera una mayor calidad y fuera más orgánica a cuadro. En estas pequeñas reuniones con la coordinación, el conductor y el colaborador vertían grandes ideas e incluso proporcionaban contactos de gran ayuda para la producción del tema de la próxima transmisión. La retroalimentación entre el talento y coordinación puede ser muy fructífera para las mejoras del programa y una relación sólida y abierta entre ambas partes.

3.2.2 Mejoras en el área técnica.

En este espacio las mejoras se engloban en tres aspectos esenciales en la producción del programa y que representan la ejecución de lo planeado en la coordinación, sin este conocimiento técnico no se puede producir una entrevista o un acústico, si no se conoce el equipo disponible para la construcción del programa y mucho menos si no se tiene conocimiento de su uso.

En el aprendizaje como coordinación de producción fue una base sólida conocer cuestiones técnicas para una grabación, el conocimiento previo como asistente de producción y camarógrafo fueron las herramientas para ejecutar las entrevistas y los musicales. Estas experiencias se fueron dando en distintas producciones sin profundizar en mayor conocimiento en cada una de ellas, se pueden clasificar en tres aspectos

técnicos generales para la producción y realización de una entrevista o acústico en locaciones: audio, video y postproducción la edición.

Audio

Las actividades en este ámbito van desde poner el micrófono al invitado hasta la musicalización del acústico en la consola de audio, el conocimiento previo en este aspecto era muy limitado antes de iniciar la coordinación y debido a la falta de recursos humanos se debe tener el conocimiento básico para colocar un micrófono y que el receptor de la cámara lo capte sin ninguna interferencia. Este tipo de conocimiento está más enfocado a la ingeniería en audio refiriéndose a la manipulación técnica del equipo y su buen funcionamiento. Específicamente en los acústicos, el ingeniero de audio o asistente de audio acompañaba las grabaciones, pero es de suma importancia conocer el área o industria en la que se trabaja.

El coordinador de producción debe tener una noción muy amplia en el área técnica para confrontar contratiempos y tomar decisiones de manera rápida durante una grabación, por ejemplo, en el caso concreto de que no asista un microfonista profesional debe conocer y entender cómo poner un micrófono al invitado. En el caso de @21 el conductor utilizaba un micrófono de mano o maraca y en caso de haber más de un invitado se colocaban micrófonos tipo lavalier. Aunque no sea su responsabilidad, es fundamental que el coordinador aprenda las diferentes maneras de colocar la acústica en el entrevistado, desde sincronizar el micrófono con el receptor de la cámara, la colocación del mismo en el invitado que dependiendo la ropa debe colocarse la pastilla del micrófono, el lado en que debe de ir dependiendo su posición frente a cámara y de ruidos externos buscar el mejor lugar para la entrevista para evitar que se meta ruido en el audio.

En cuestiones más profesionales, por ejemplo en los acústicos, es importante conocer cómo microfonear cada instrumento en el musical para una mejor recepción en la consola, que va desde una guitarra acústica, bajo, percusiones e incluso hasta una batería. Sin dejar de lado los distintos tipos de micrófono para cada instrumento y la correcta posición de estos con sus debidos pedestales debe ser un conocimiento para profundizar y mejorar tanto el audio como la imagen en un acústico. El manejo de la mezcladora sugiere un uso más especializado por ejemplo de un ingeniero de audio

aunque se puede adquirir un conocimiento general de la consola para apoyo del ingeniero o el asistente del mismo, que va desde la conexión de la mezcladora hasta la conexión de los instrumentos hacia la consola.

Video

Para un coordinador de producción, el conocimiento teórico y práctico del uso de la cámara es primordial tanto en el área creativa como técnica, no se puede dejar esta responsabilidad solamente al camarógrafo y su libertad técnica y creativa detrás del lente, el coordinador y en este caso el realizador deben tener el peso suficiente para la construcción de las tomas o encuadres del programa.

En caso de otras producciones, el coordinador desconocía el tipo de tomas o encuadres que necesitaba para su proyecto e incluso el desconocimiento del lenguaje técnico para la solicitud de tomas o planos. En caso específico de @21 el coordinador tenía experiencia como camarógrafo y fotógrafo recordando que por la falta de recursos humanos también se sumaba como apoyo en el lente, logrando tomas y encuadres más satisfactorios para la producción y línea del programa.

Las diferentes temáticas de la quinta y sexta temporada eran muy diferentes y por lo tanto las locaciones no se repetían y eran muy distintas. Con el paso de las grabaciones y la experiencia se fue obteniendo una mejor calidad en los encuadres y tomas para las entrevistas y los musicales. pero para lograrlo se tuvieron que sortear varios obstáculos en cuestión de locaciones y limitaciones en algunas entrevistas, en ocasiones el invitado daba su testimonio en su área de trabajo en una pequeña oficina en donde no vestía la temática del programa en general, entonces se recurrió a buscar tomas durante la entrevista para atracción de la audiencia y terminar de vestirla en edición para que el encuadre no quedara plano o poco atractivo visualmente.

En caso de los musicales se enfrentaron diversas problemáticas: lugares limitados de espacio para la grabación del musical e incluso para la inclusión de los instrumentos. Para los acústicos se recurría a tomas secuencias y se realizaba una segunda toma de la misma canción para buscar nuevos encuadres y para detallar instrumentos. La grabación de musicales tiene un ritmo y exige tomas muy diferentes a las de una entrevista con un especialista, se tiene que encontrar el equilibrio de las tomas con la música plasmada a

cuadro. Para ello en los musicales se usaban tres cámaras réflex, más el uso de dos cámaras tipo GO-PRO, y se grababan dos o más tomas de la canción.

Con lo señalado hasta aquí, si se desea mejorar en el aspecto técnico del video es menester conocer perfectamente las cámaras que se están usando, el conocimiento más extenso de su menú interno para explotar al máximo su uso, además se recomienda trabajar con los dos tipos de cámara que se usan actualmente en televisión: la de video y las cámaras fotográficas (réflex), las cuales ha incrementado su uso en este medio por su calidad de imagen, costo y porque son más fáciles de manipular por su tamaño.

La actualización del lenguaje televisivo e incluso cinematográfico es un gran progreso para la producción y realización en campo para un programa de televisión, no solo conocer la terminología de las tomas o encuadres, sino también la inclusión de iluminación que es de suma importancia en la grabación tanto para delinear y dar forma al encuadre pero al mismo tiempo para transmitir sentimientos y sensaciones del tema que se está abordando. La composición en cada encuadre y toma debe ser primordial en la grabación de entrevistas y musicales esto enganchará visualmente al público y dará más profesionalismo al trabajo y se mejorará la calidad de la fotografía del programa.

Incursionar en el conocimiento de la fotografía y del lenguaje del séptimo arte son en la actualidad un gran soporte y mejoramiento para la producción en televisión, por lo tanto el estudio de éstas son obligatorias para el mejoramiento laboral dentro de la pantalla chica que la imagen es la base de este medio de comunicación. La noción estética que se puede obtener de la fotografía y del cine no están peleadas con el lenguaje televisivo en cuestión técnica se puede aprovechar y combinar de manera armoniosa para la construcción e innovación para programas televisivos de distinta índole.

Edición

En la parte de postproducción es la única área en la que no existía conocimiento previo por parte de la coordinación de producción, el manejo del programa de edición era de uso exclusivo de especialistas en el tema. Durante la quinta y sexta temporada no se tuvo la oportunidad de conocer más estos programas de edición o en el mejor de los casos estar junto con el editor para mejoras en la postproducción.

El desconocimiento en esta área limitaba sugerencias o propuestas en específico del tipo de transiciones, apoyo de gráficos y video o el uso de efectos posteriores al cortar las entrevistas y musicales y adecuarlos a los tiempos del programa. Lo único que se verificaba eran los gráficos de nombres y cargos de invitados, esto incluía redes sociales personales o de las instituciones que pertenecían. Lo más cercano fue calificar la toma más adecuada hablando en concreto de los musicales para mejoras de la imagen o reportar el movimiento involuntario de una cámara o fuera de foco de alguna toma.

En la producción televisiva, la actualización es indispensable, por lo que en el caso particular fue necesario aprender los programas de edición que utiliza el canal (Final Cut o Premier) incluyendo los programas para efectos posteriores (After Effects) para tener las sugerencias adecuadas para un corte en las entrevistas, transiciones, efectos y mejoras en los gráficos y videos, estas sugerencias serán de las referencias aprendidas durante la grabación en locación o derivadas del tema en general del programa.

Las propuestas generales para un mejoramiento en el desempeño laboral en el área técnica es especializarse en cada una de ellas en audio, video y edición. Tener una noción al menos general en un principio e irse familiarizando con el equipo a través de las grabaciones, pero sin duda dominar profesionalmente estos temas con cursos o diplomados aportarán un trabajo de calidad y un entendimiento a nivel incluso académico.

3.3 Propuestas para optimizar los procesos de producción en Canal 21

El principal obstáculo para mejorar los procesos de producción dentro de Capital 21 es que sigue siendo una dependencia del gobierno de la Ciudad de México, por lo cual los trámites administrativos y/o burocráticos son demasiado tardíos para la requisición de equipo técnico y contratación de personal capacitado en áreas especializadas. En un principio el área técnica o de producción hacen la solicitud al jefe directo de esta área, posteriormente se pide al departamento de finanzas del canal contemplar este requerimiento, para que finalmente lo solicite a la Secretaría de Finanzas de la Ciudad de México, lo que hace que el proceso sea largo administrativamente y dependiente de recursos fuera del canal.

Esta burocratización de los recursos para un canal de televisión pública retrasa considerablemente la producción de programas, tanto por la falta de equipo apropiados, como la necesidad de talento humano en distintas áreas. Tomando en cuenta que la nueva administración de Capital 21 comenzó a partir de diciembre de 2018, transcurrió más de un año para que el canal tuviera parte de su presupuesto, lo que limitó la construcción de proyectos televisivos solo consolidando los noticieros matutino, vespertino y nocturno.

Teniendo los recursos necesarios para iniciar una nueva administración e imagen para Capital 21 las mejoras que se sugieren para optimizar los procesos de producción son los siguientes:

3.3.1 Capacitación en los recursos tecnológicos.

Es esencial que cada una de las áreas de producción esté capacitada para desarrollar de manera eficiente la producción de programas, esto incluye la adquisición de nuevo equipo tecnológico y la capacitación personal para el uso de éste. Canal 21 no ofrece ningún curso o capacitación en sus distintas áreas de proceso de producción, tampoco actualización de conocimientos en el ámbito técnico, ni en foro ni en cabina, lo que limita las capacidades del personal en la utilización de estas herramientas.

Para optimizar este aspecto debe ser considerada la capacitación constante del equipo técnico, esto se refiere a un aprendizaje teórico y técnico por lo menos una vez al año para el personal que trabaja en el Canal y una evaluación y diagnóstico de conocimientos y habilidades para talento humano de nuevo ingreso. La capacitación para el personal del área técnica debe impulsar sus talentos y habilidades ya que es uno de los motivos por los cuales muchas empresas tienden a instruir, pero no a mejorar el desempeño total de los trabajadores, esto puede ser una optimización para las áreas de oportunidad que tiene los trabajadores del área.

Es importante también dar mantenimiento constante al equipo técnico, pues un desperfecto retrasa gravemente los procesos de realización de proyectos, este equipo engloba desde una cámara, botonera, consola de audio, actualización de programa para los gráficos o del prompter, la microfónica, entre otros. El jefe de área debe reportar con tiempo de antelación la actualización o cambio de equipo técnico para hacer la

requisición debida y no demorar los procesos de producción tomando en cuenta que la solicitud de esto es muy tardada debido a la dependencia de otras áreas dentro del canal.

Se debe capacitar al personal para el uso adecuado de los equipos y para que éstos tengan una larga vida funcional. El personal debe ser capacitado para la limpieza y uso correcto de las herramientas de su trabajo, la debida limpieza de cámaras, lentes, equipo de audio e iluminación, esta labor incluye el reporte de alguna falla técnica o deterioro del equipo en foro, de la misma manera reportar al jefe de área la actualización de programa o licencia que se ocupa en cabina.

3.3.2 Aumentar las plazas de talento humano

Uno de los principales problemas para el desarrollo óptimo de producción en Capital 21 es la falta de personal, en el cambio de administración en diciembre de 2018 se despidieron las productoras que realizaban la mayoría de la programación y por lo tanto se realizaron destituciones de más de un 70% de la producción en general incluyendo plazas administrativas. En noticias se conservó tan solo la mitad de la plantilla base esto es aproximadamente 10 personas por turno matutino y vespertino, por lo que hace falta talento humano tanto en cabina como en foro, el personal que trabaja realiza de dos a tres funciones dentro de su horario laboral, por ejemplo, en foro el asistente de producción apoya en piso además coloca micrófonos al talento e invitados y finalmente opera una cámara durante el noticiero. En cabina, por ejemplo, el que opera los gráficos o plecas también lleva tiempos del noticiero más la comunicación con el máster.

En la producción de programas en canal decidió no dar licitaciones a productoras y construir ellos mismos los nuevos proyectos para esta administración, teniendo más productores que gente que ejecute la producción de los programas: entre 8 a 10 realizadores y/o productores y tan solo a disposición de ellos dos camarógrafos y tres editores. Lamentablemente la falta de experiencia en un medio público en una nueva administración provoca una mala organización para la realización de productos televisivos y la principal problemática a resolver es la ampliación de plazas para el área técnica y menos personal administrativo.

Para mejorar los procesos de producción la dirección del canal debe tener en cuenta el aumento de plazas para el talento humano, no se puede producir un noticiero o un

programa original con menos de la plantilla base que finalmente repercute en tiempos de realización para entrega del canal como en la calidad del producto. El personal actual no puede ejecutar de dos a más funciones en una misma emisión poniendo en riesgo su labor principal y realizando otras funciones sin una entrega absoluta en su ejecución.

Sin dejar de lado la calidad del programa que se está transmitiendo, que a cuadro puede dejar una impresión de poco profesionalismo por parte de la televisora. Por lo tanto, un compromiso primordial por parte de los directivos es aumentar el personal o por lo menos la plantilla base de cada proyecto para mejorar los procesos de producción televisiva.

3.3.3 Motivación al talento humano

Este punto de mejoramiento dentro de Capital 21 se refiere a una comunicación sólida y constante entre el equipo de producción y técnico con los jefes directos de área, incluyendo los directivos. Se debe optimizar la retroalimentación en todo el canal y en las áreas de trabajo especialmente las de producción que son las que ejecutan y realizan los programas televisivos, no ha existido un proceso para diagnosticar mejoras en el desempeño laboral y por supuesto mucho menos una motivación que garantice la calidad del producto.

Dentro de los canales de comunicación hacia los altos mandos no existe esta buena relación y comunicación, ya que en su gran mayoría los directivos demuestran una insensibilidad hacia las personas que están laborando dentro del canal, y no solo en el área técnica se nota esta inconformidad, se puede observar claramente en todas las área del canal, cabe recalcar que esta comunicación solo es de los altos mando hacia todo el personal de diferentes áreas, incluyendo al área técnica, lo que se propone dentro de esta organización es que los canales de comunicación sean más abierto y con mayor fluidez y confianza, para la que el capital humano se sienta con una mayor motivación y un mejor ambiente laboral ante los altos mandos de canal 21, de esta forma creando y proponiendo esta solución para la mejora de la productividad dentro del área técnica ya que esta motivación es fundamental y es una de las problemáticas más mencionadas y vistas por el personal del área de producción (Rodríguez, 2019, pág. 42)

Para motivar al talento humano se requieren dos acciones básicas: capacitación de los recursos tecnológicos y el aumento de plazas. Las deficiencias comunicativas se pueden ver reflejadas en la actitud y el trabajo del personal del canal, para mejorar este aspecto se puede considerar los siguientes puntos:

- 1.- Mejorar la comunicación entre empleados y empresa
- 2.- Respeto mutuo
- 3.- Buscar la conciliación entre trabajo y familia
- 4.- Reconocer el trabajo de los empleados
- 5.- Mostrar interés por las necesidades del empleado
- 6.- Establecer retos constantes para evitar la rutina
- 7.- Crear equipo
- 8.- Instaurar entrevistas personales y evaluación de satisfacción.

Estos puntos pueden ser el comienzo de un mejoramiento en la comunicación interna del canal y que motive la labor del personal principalmente hablando del técnico y de producción optimizando los procesos para la realización de proyectos televisivos propios del canal.

3.3.4 Aprovechamiento del tiempo

Uno de los puntos importantes y que no se toman en cuenta en los procesos de producción televisiva es el aprovechamiento del tiempo, las limitantes por cuestiones de presupuesto retrasan la adquisición de equipo técnico de trabajo y el aumento de talento humano, lo que provoca tiempos muertos de grabación y por lo tanto una baja productividad de proyectos propios de Capital 21. Valorizar este elemento como un recurso indispensable desde el momento creativo o de planeación y finalmente para la ejecución en foro o en locaciones optimizará la eficiencia y calidad en la realización de programas.

La falta de recursos financieros y humanos generan una productividad casi nula, específicamente en foros, después del noticiero hay cuatro horas muertas en foro y

después del noticiero vespertino seis horas sin utilizar o producir programas en los espacios del canal. En las escasas propuestas de pilotos de programas originales de canal 21, producción no tiene una planificación concreta de lo que se va a realizar y de las necesidades técnicas para la grabación del programa lo que conlleva a varias horas de grabación sin un producto final terminado.

Para optimizar los procesos de producción y contar con una mayor proliferación de pilotos y programas exige, en principio, contar con el guion y/o escaleta del programa, en caso de ser un programa en vivo esta herramienta es indispensable por cuestión de tiempos y para que el equipo técnico tanto en foro como en cabina tenga contemplado la estructura de la transmisión. En caso de ser un programa de grabado, el guion y la escaleta servirá para agilizar los procedimientos de producción tanto para el talento como para el área técnica y evitar así extensas jornadas de grabación que afectaran en la motivación del personal del canal y en la calidad del proyecto.

El tiempo es un recurso vital en la producción televisiva, por ello es esencial programar tiempos específicos para la grabación o transmisión de cada uno de los proyectos. La ayuda de guiones y el conocimiento del equipo en particular que se va a utilizar aumentará la organización tanto del área creativa o de producción como la funcionalidad del área técnica. En caso de que todavía existan tiempos muertos se pueden evitar y aprovechar programando cursos de capacitación de los recursos tecnológicos para el personal que deba actualizarse o desee aprender a usar el equipo, lo que ocasionará una retroalimentación dentro del equipo de trabajo y motivará al personal a mejorar su desempeño laboral.

3.3.5 Estándares de calidad de producción

Para alcanzar los estándares de calidad en la producción de programas televisivos se debe optimizar los cuatro puntos anteriores de optimización de procesos de producción. “Dentro de la calidad se debe tener una filosofía institucional para que las personas tengan un sentido de pertenencia para que los estándares de calidad sean alcanzados por medio de motivación y un mejor desempeño de las personas y la calidad de estas en su trabajo” (Rodríguez, 2019, pág. 40).

Se tienen que implementar protocolos para lograr estos estándares de calidad en los productos y por lo tanto en el trabajo que realiza el personal, estos protocolos deben ser llevados por los jefes de áreas tanto de producción como la técnica, el apoyo y análisis constante de los encargados de departamento y de la supervisión de los procesos de producción ayudaran a consolidar estas exigencias de calidad. La propuesta de protocolo para las mejoras de producción se puede constituir en ocho fases:

1. Formación del grupo de mejora (equipo)
2. Definición del problema
3. Implementación de soluciones de contención
4. Medición y análisis: Identificación de las causas raíz
5. Análisis de soluciones para las causas raíz
6. Elección e implementación de soluciones raíces (comprobación)
7. Prevención de recurrencias del problema y causas raíz
8. Reconocimiento del equipo de mejora

Con periódicas observaciones de problemáticas de producción, su análisis y su pronta solución lograrán las mejoras de calidad de los proyectos y por lo tanto la optimización de los procesos de producción. Estas mejoras de calidad y el protocolo para seguir son aplicables a los distintos departamentos de producción e incluso de administración dentro del canal para un funcionamiento más eficaz en la producción de programas que es el objetivo principal de este canal público.

3.4 Propuestas para enriquecer la formación académica en Comunicación

La experiencia laboral expuesta en este trabajo permite dar propuestas para engrandecer la formación académica de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (FES Acatlán). Estas iniciativas tienen por objetivo del mejoramiento dentro del plan de estudios de la licenciatura y también son propuestas académicas complementarias fuera de la carrera, pues el alumno deberá tener el empuje para complementar su desarrollo estudiantil para enfrentar el ámbito

laboral de una mejor manera y no solo eso sino estar en constante preparación para un mejor progreso en las exigencias profesionales del lenguaje televisivo y en general de la comunicación.

El ejercicio profesional expuesto en este trabajo se refiere en su totalidad a un trabajo realizado en campo, el programa de @21 fue referente de las grabaciones en exteriores o en locaciones dado las temáticas y los objetivos del proyecto. Realizar un programa en locación es muy distinto a lo que se realiza en un foro en forma, en el primer caso existen limitantes para la grabación, por ejemplo, el mismo lugar de las entrevistas en donde se debe evitar el ruido o el eco de la locación, tomar en cuenta el espacio del mismo en muchas ocasiones en lugar es reducido y es castigado para las tomas de las cámaras, por lo tanto el equipo técnico se tiene que adecuar a la situación. Otro aspecto que hay que tomar es la iluminación del lugar, esto depende de la hora de grabación y si es un lugar cerrado o abierto, esto para tener el equipo de iluminación correcto para la grabación.

En contraparte la grabación de un programa en estudio o foro se tiene todos los aspectos técnicos ya planificados, dependiendo de cada programa a grabar en un foro solo se modifica la posición de iluminación o agregar o quitar lámparas para mejoramiento de la escenografía. En cuestión de audio los micrófonos utilizados se realizan pruebas de monitoreo en la consola de audio y se dan niveles personalizados a cada uno de ellos, sin preocuparse de la acústica del lugar esto a que el foro evita todo tipo de acústica o interferencia sonora. En cuanto a la operación de las cámaras de video profesional se tiene un espacio previsto para los movimientos de cámara para cada grabación y con apoyo de la cabina los niveles de iluminación, el foco y encuadres de cada una de ellas son revisados con antelación por el director de cámaras.

La diferencia entre una grabación de un programa de televisión en un foro y en locación son grandes con respecto a la mayor organización y mejor equipo técnico en foro que en locaciones que el equipo tanto humano como técnico se tienen que adecuar a las condiciones del lugar. La propuesta para enriquecer la formación académica en comunicación es que los estudiantes tengan el mismo aprendizaje de grabación y realización tanto en foro como en locación esto para tener una mejor experiencia en exteriores y no solo su aprendizaje sea en foros y cabinas de canales de televisión, que en el plan de estudios de 1999 se realiza en materias como producción televisiva y

producción televisiva especializada que están enfocadas primordialmente al conocimiento de producción y área técnica en estudios de televisión.

La propuesta conlleva un reto mayor para los estudiantes debido a las limitantes o problemas que se puedan presentar en una locación, la planificación de un proyecto televisivo en locaciones o exteriores necesita una gran logística y organización que se debe contemplar y no afectar, en un principio la cuestión técnica: la acústica del lugar debe ser la mejor posible para que no se interfiera el audio de los micrófonos. Es necesario tomar en cuenta el lugar en que se llevará a cabo la locación, por ejemplo, si se realiza en una casa o centro cultural en donde se imparten varios talleres y cursos hay que evitar realizar la entrevista en espacios concurridos para que el sonido ambiente no afecte el audio de la grabación.

En cuestión del espacio, ya sea interior o exterior, hay que procurar tener la mejor fotografía o encuadre. En el caso específico de una entrevista en locación de preferencia no se debe afectar el lugar de la grabación, pero si es necesario habrá que mover muebles y procurar que la iluminación sea la correcta para la grabación. Una correcta iluminación depende del espacio de las cámaras, si se graba en interior o exterior, la hora de grabación y, en muchas ocasiones, si se puede aprovechar la luz natural. Hay que considerar que en espacios cerrados y con poca iluminación será necesario llevar un equipo completo de luces para mejorar la composición a cuadro de la grabación. Todo esto se puede prevenir haciendo una visita previa si es posible al lugar de grabación para tener el equipo necesario y la planeación de la grabación.

En aspectos como producción, el alumno debe tener en cuenta los permisos del recinto para realizar la entrevista o grabación en general, posteriormente los tiempos de traslado del equipo y del talento en la locación para finalmente coordinar con el talento y el invitado el proceso de la entrevista y cubrir las necesidades o lo que se vislumbra en el guion del programa a realizar. Tanto los temas técnicos como de producción tienen la misma importancia para la elaboración de un proyecto en locación y es un trabajo muy distinto a lo que se hace en una producción de estudio con diferencias en equipo técnico y humano.

El plan de estudio de 1999 en las materias de producción televisiva y producción televisiva especializada deben darle el peso e importancia a este tipo de realización de televisión, en el plan de estudios del 2012 en la materia de televisión especializada se

contempla en el temario la realización de productos televisivos tanto en locación como en estudio pero desde la perspectiva de este trabajo profesional debe de especializarse más y profundizar más en sus conocimientos. Por lo tanto la propuesta es que la producción televisiva en locación no sea parte del temario de la materia de producción especializada sino tener su propia materia, pues la producción en locación como la producción en estudio tiene particularidades que se deben tomar en cuenta para la construcción de un programa de televisión.

Para la profundización de conocimientos en la producción televisiva en locación se puede complementar con nuevos diplomados estos más orientados al cine pero que van de la mano en la realización de ambas creaciones apoyarse en temas del séptimo arte aportarán experiencia en la televisión en locación por ejemplo, temas como realización y/o dirección cinematográfica se puede adaptar para un diplomado en realización y/o dirección de televisión en locación este tipo de diplomado complementa al ya incluido por parte de la Facultad de Producción de Televisión dirigida totalmente a la realización en estudio.

Las herramientas del cine en la grabación de locaciones es para mayor eficacia y calidad en la elaboración televisiva por ello las personas especializadas en la cinematografía le dan gran importancia al guion que es la base para cualquier proyecto de la pantalla grande por lo tanto no hay que dejar de lado una especialización o diplomado en guion para televisión que es un instrumento fundamental para la producción televisiva y el gran soporte en la grabación de locaciones. La propuesta o propuestas en general son la profundización y especialización de la producción televisiva en locación que es gran parte del lenguaje televisivo en la actualidad y manifiesta su importancia al igual que la televisión realizada en estudio.

Conclusiones

Este informe se enfoca en la experiencia laboral que alcancé en la producción de dos temporadas de un programa perteneciente a Canal 21 de la Ciudad de México y en consecuencia al manejo del lenguaje televisivo en un medio público. De manera específica refiero mi labor como coordinador de producción, la cual ejecuté con éxito al cumplir los requisitos y exigencia de la productora y el canal. Por lo tanto, después de un análisis del trabajo realizado puedo señalar con orgullo que el producto fue satisfactorio para los directivos de Capital 21, pero lo más importante que contó con la aprobación de la audiencia de cada emisión del programa @21.

Como señalé a lo largo del trabajo, en un principio ejercí mi práctica profesional con poca experiencia en el puesto y sin una guía técnica para la optimización del trabajo, el aprendizaje y el mejoramiento laboral se dio con cada búsqueda de temas, con la investigación de entrevistados, grabación en locaciones y con la profundización de conocimientos en post producción y entrega de programas. Con el paso de los programas mejoró mi compromiso y experiencia y me propuse que en cada entrega o transmisión aumentara la calidad del producto, de allí que la mejora y eficacia en cada grabación fue notable de la primera emisión de la quinta temporada, al capítulo veinte de la sexta y última temporada de @21.

En temas de entrega de programas a la productora y al canal se optimizó el calendario de grabaciones y una programación eficientemente y/o tiempo en cada transmisión comparada con temporadas anteriores, incluso se entregó programas con semanas de antelación a su transmisión. La planeación de los llamados y grabación de entrevista se confirmaron con tiempo incluyendo los permisos para los lugares que servían como locaciones sumando alternativas tanto de entrevistados o lugares en caso de cancelación en el último momento, sin dejar de lado la consolidación en la comunicación con el conductor y el colaborador para mejoras en sus intervenciones y profesionalismo en cada llamado.

El aprendizaje profesional en sentido personal fue un reto fuera de lo acostumbrado a lo referente del área técnica, demandó enseñanza en campos desconocidos en la producción de programas televisivos como lo fue la planeación de cada temporada, búsqueda de temas y entrevistados, aprobación de estos por parte de la productora y posteriormente el visto bueno del canal, la interacción con el talento del programa y lo más importante hacerse cargo de la realización del programa en las diferentes locaciones. El impulso de mejorar el trabajo debido a que este es un referente a futuro en otros espacios laborales fue el resultado de la corrección en cada una de las áreas de la producción de @21 sin olvidar la experiencia que se obtiene en un cargo esencial en este tipo de proyectos.

El conocimiento previo en televisión fue un gran soporte en temas técnicos principalmente en la grabación en locación que no permitió que menguara la calidad a cuadro y en la realización en general del proyecto. Sin embargo, las limitaciones en otras áreas se dejaron ver en un principio la falta de experiencia en la post producción, la interacción y comunicación con el resto del personal del programa y confrontar exigencias por parte de la productora y canal en muchos aspectos son necesarios confrontar en el ámbito laboral y en otros se puede mejorar desde la ampliación de conocimientos desde los estudios de la licenciatura, por ejemplo, profundizar las preparaciones en fotografía y en edición, en caso personal mejorar el primero y aprender el segundo para una mayor satisfacción en lo profesional en la calidad del programa.

En restricciones dentro de un canal público y dependiente de la Secretaría de Finanzas de la Ciudad de México en temas como la falta de talento humano o deficiencias en el equipo técnico se encuentran fuera de los compromisos del cargo de coordinador de producción, por lo tanto estas limitaciones deben influir en lo más mínimo en el trabajo que se realiza y aprovechar para ser más creativo en la ejecución de los programas, por ejemplo, al realizarlo con dos cámaras o con un solo camarógrafo, sin iluminación o con prohibiciones en el audio. Al final el resultado se concretó de buena manera en cada grabación sin dejar de lado la calidad del programa mostrada al aire durante cuarenta transmisiones.

El aprendizaje del ejercicio profesional dejó ver que se necesita estar en constante actualización y profundización de conocimientos, muchos de ellos se concientizan al egresar de la carrera y que se hace evidente la ampliación de preparaciones en los

nuevos compromisos profesionales y por lo tanto las mejoras del trabajo personal fue aprender en el canal Capital 21 lo más relevante que conlleve el cargo a desempeñar y complementarlo con instrucción fuera de este de manera autodidactica a través de tutoriales, cursos y en la medida de lo posible con diplomados que sumen referencias académicas y que sean funcionales en el área de trabajo.

Estar conscientes de las mejoras académicas, técnicas y profesionales son el punto de partida para el progreso del comunicólogo en relación no solo en el ámbito laboral sino también para tener una instrucción periódica en la especialidad en la que se encuentra y es por ello que este aprendizaje académico puede comenzar desde los estudios de la licenciatura, en muchos casos los estudiantes tienen definido a que campo de especialidad están decididos a dedicarse, por lo tanto, comenzar cursos y diplomados de la especialidad a la que se van a dedicar para un mejor desempeño en su área laboral y mostrar competencia y calidad en el ámbito profesional.

Pero no solo hay que impulsar a los alumnos a especializarse en un área en específico en la ciencia de la comunicación, sino en un principio ampliar los conocimientos en todas las áreas posibles del lenguaje, en este caso televisivo, para conocer el fuerte de los alumnos en todas ellas al igual que sus debilidades, para entonces provocar la curiosidad científica y el estudiante se siga preparando de forma más autodidacta en lo que respecta al campo de la comunicación dentro de las aulas de la facultad.

Este es el principio de que se propone comenzar a dar a conocer al alumnado de la licenciatura de comunicación de una manera más dedicada a través de cursos y diplomados y profundización de conocimientos como lo fue la grabación en locación, que complementen el principio de su plan de estudios y por lo tanto esto se verá reflejado cuando egresen y comienzan su vida laboral con una mayor eficacia académica y una referencia más sólida en el ámbito laboral a través de su servicio social. Para comenzar un mejoramiento en cuestiones académicas se propone tener una materia en específico de producción en locación debido a que conlleva muchos recursos que aprender y ejecutar en campo sin dejar de lado la producción en estudio o foro que también es necesario una sola materia para esta área de estudio televisivo.

El enfoque de las conclusiones en cuestión del ejercicio laboral se resume en que el programa de @21 desde mi intervención tuvo una mejor organización desde la calendarización de los días de grabación de cada programa y musical. Las entrevistas que se realizaron en una semana eran de un mismo programa lo que se logró con éxito grabar un programa por semana de manera mucho más regular y se dejó de tener entrevistas archivadas de otros programas o entrevistas faltantes para terminar un programa como en temporadas anteriores, lo que provocó un flujo de trabajo mayor para planear de manera más lineal los programas siguientes.

La aportación más significativa del programa fue tener en cada uno de ellos visiones distintas del tema por ejemplo, intervención de dependencias de gobierno, instituciones privadas, asociaciones civiles o de asistencia privada y principalmente de personas con gran experiencia de su respectivo tema. Estas aportaciones nutrieron un programa no solo tomado como de entretenimiento sino en el fondo se buscó transmitir información, arte y cultural digno para un medio público y necesario para los jóvenes capitalinos.

Esta necesidad de invitar al público a asistir a festivales, eventos culturales o artísticos se sigue viendo reflejado en el canal actualmente en el programa de Conecta Cultura donde se retoma la visita de museos, casas de cultura y eventos musicales o de tradición dentro de la Ciudad de México. La realización de @21 es satisfactoria considerando que también los especiales de Barrios porque la temática es muy amplia para otras ofertas televisivas como lo realiza el Canal 14 con el programa Calles con Historia, relatando la vida e historia de calles relevantes en la ciudad lo que en el programas de Barrios se realizaba con los cronistas de cada alcaldía pero no solo de calles sino de lugares representativos del lugar.

En temas gastronómicos el programa de Canal Once conducido por Bruno Bichir “Yo sólo sé que no he cenado” acerca al público y da a conocer distintos platillos populares en el interior de la república mexicana se asemeja a lo realizado en la parte de comida de Barrios de @21 o de manera más popular al programa de antojitos banqueteros. La cita de los programas de Canal 14 y Canal Once no es para comparar lo hecho en Capital 21 o inspiración para retomarlos en el proyecto de @21 sino más bien para resaltar las temáticas similares en estos tres canales públicos que se proyectaron al público en distintos formatos y realización en cada canal pero finalmente son temas que medios como estos necesitan dar a conocer como parte de una oferta cultural televisiva.

Trabajar en un medio público fue una experiencia diferente a las expectativas que se tiene en la carrera esto por tener de referencia canales importantes de televisión como Televisa o como TV Azteca con una gran infraestructura para la construcción de sus proyectos televisivos pero un medio público orientado más a la cultura deja mayor satisfacción por la libertad que en este caso se presentó como coordinador de producción para dar a conocer lugares, personajes espacios y música con un sentido de mayor responsabilidad para las audiencias y entregar un producto de calidad que aporte a su mayor información o entretenimiento con enfoque de interés social. Las áreas de oportunidad son grandes en comparación de una televisora privada en la cual difícilmente tienes oportunidad de crecer, en un medio público se tiene la oportunidad de aprender en distintas áreas e ir creciendo como lo fue en mi caso que en un principio entre al canal como asistente de producción, posteriormente con el aprendizaje en el mismo canal se logró subir a cámara para que finalmente con la experiencia obtenida en años dentro de este canal se ofreciera la plaza de coordinador de producción,

Lamentablemente por ser una dependencia de gobierno no se tiene el equipo necesario o ni el personal para un trabajo más eficiente lo que provoca deficiencia en la producción televisiva y rezago ante los demás medios públicos que tienen una mayor infraestructura. Canal 21 tiene más de diez años de su creación y no se ha podido consolidar o competir como medio público en este cambio de administración el presupuesto se redujo más para el canal capitalino limitando la producciones propias del canal. Es penoso ver que el canal de la capital del país haya sido uno de los últimos en crearse y que tenga uno de los presupuestos más bajos en comparación de televisoras de otros estados y que en cada nueva administración no se le impulse lo necesario para consolidarse como un canal de televisión pública.

Se le considera un canal oficial o gubernamental del partido gobernante de la administración en turno por ello no se le da la importancia y el apoyo para tomarlo como un medio serio dentro de las televisoras de la Ciudad de México. Este juicio no es erróneo en gran parte, la administración actual de la capital del país (2018-2024) particularmente en la función de Capital 21 ha hecho un canal oficial del gobierno actual tanto a nivel local como federal. El personal encargado de la administración del Canal 21.1 ha politizado su barra programática desde sus noticieros hasta sus programas de opinión y debate lo que deja ver que esta televisora se aleja más del concepto de medio público.

Se está dejando de lado el servicio público sin una barra programática con espacios informativos, culturales o educativos, por ejemplo, actualmente el programa de Conecta Cultura (2020) que cubre las necesidades culturales locales solo se transmite en un espacio de 15 minutos al día en un horario de 22.45 hrs en comparación con los noticieros o programas de debate que tienen duración de una hora y en horario estelares que lamentablemente estos últimos no existe una imparcialidad en sus debates, se termina persuadiendo al público de la buena imagen y trabajo del gobierno en turno y atacando a los partidos políticos opositores. Es por ello que no hay una confianza para mejorar el canal en su financiación en cada nueva administración no se retoma los buenos proyectos sino que se empieza de cero y con interés políticos.

La gran amenaza de este medio público es la política que no permite consolidar a Canal 21 y que es necesario para la capital del país en donde convergen distintas culturas y maneras de vida y que es rica históricamente. Reflejar todas estas comunidades y su identidad es obligación de canal 21 darlas a conocer a través de la pantalla. Darle su debido peso a programas dedicados a la ciencia, arte, cultura y educativos con la prioridad de gran calidad en cada proyecto para cubrir las necesidades del televidente y competir con canales privados. Un proyecto a largo plazo para conservar el canal de la Ciudad de México es la financiación directa y no depender de estancias como Finanzas y su raquítico presupuesto para la televisora y con la financiación propia se pueden crear producciones propias del canal lo que le dará la seriedad y el peso como un medio responsable y dejar de lado de una buena vez la política dentro de este canal y que los directivos de Capital 21 sea personal de experiencia en los medios de comunicación para que se convierta un canal respetable y cubran las necesidades de servicio público.

Bibliografía

- Alcaráz, F. T. (2009). *Historia y políticas de televisión pública en México*. Recuperado el 3 de agosto de 2020, de Revista UNAM, Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales: www.revistas.unam.mx
- Carbadillo, S. E. (2001). Tesina. *Manual de reproducción en televisión, para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*.
- Karam, T. (2019). A un año del triunfo de AMLO; comunicación y medios públicos. *Zócalo*.
- Karam, T. (2019). Medios públicos, ¿nuevas oportunidades? *Zócalo*, 6.
- MacMasters, M. (31 de Julio de 2019). Televisora Capital 21 presenta serie animada 'Ruleta de Letras'. *La Jornada*.
- NOTIMEX. (12 de Febrero de 2012). Espera Capital 21 alcanzar dos puntos de rating en primeros meses. *Crónica*.
- Padilla Ríos, C. (2019). El reto es crear nuevos medios públicos; nuestra credibilidad en juego: Jenaro Villamil. *Zócalo*, 12.
- Padilla Ríos, C. (2020). La fusión del cine y la televisión, una realidad incluida en la nueva programación de TV UNAM: Iván Trujillo. *Zócalo*.
- Palomo, R. d. (2017). Trabajo Profesional. *Experiencia profesional como titular de comunicación del Canal Once 2011-2013*.
- Plata, G. S. (28 de Noviembre de 2014). Pros y contras de la creación del Consejo Ciudadano del Sistema Público de radiodifusión del Estado Mexicano. (R. E. Pulso de la Mañana, Entrevistador)
- Plata, G. S. (2 de Diciembre de 2014). www.gabrielsosaplata.com. Recuperado el 15 de Agosto de 2020, de Gabriel Sosa Plata.
- Plata, G. S. (14 de Julio de 2015). ¿Y ahora qué hacemos con la TV en México? *Sin Embargo*.
- Rodríguez, J. A. (2019). *La importancia de eficientar los recursos del área técnica en Capital 21*. Estado de México: Tesina.
- Toussaint, F. (2009). El Canal de T.V. del D.F., Capital 21 a punto. *Proceso*.

ANEXOS

Anexos I Fotografías del programa

Anexo II Fotografías de musicales

Anexo III Escaletas de programa

Anexo I Fotografías de programas (Banners)



1 Programa 1 quinta temporada. Tema: Perforaciones



2 Programa 2 quinta temporada. Tema: Barrio Azcapotzalco



3 Programa 20 quinta temporada. Tema: Rock Urbano



4 Programa 1 sexta temporada. Tema: Rodada Biker



5 Programa 20 sexta temporada. Tema: madres privadas de su libertad

Anexo II Fotografías de musicales (banners)



1 Programa 5 quinta temporada. Musical: Charlie Monttana



2 Programa 16 quinta temporada. Musical: Los Estrambóticos



3 Programa 1 sexta temporada. Musical: Javier Bátiz



4 Programa 9 sexta temporada. Musical: Alex Lora



5 Programa 16 sexta temporada. Musical Yucatán A Go Go



6 Programa 17 sexta temporada. Musical: Los Daniels



7 Programa 18 sexta temporada. Musical: Kenny y Eléctricos

Anexo III Escaletas de programas

EVEN TO	A CUADRO	TEMA / CONTENIDOS	LOCACIÓN / VTR	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
1.	<u>VOZ OFF</u>	TEASER		0.10	0.10
2.	<u>VTR / CORRE ENTRADA</u>	ENTRADA INSTITUCIONAL	VTR	0:15	0:25
3.	CHOCKS	<p>BIENVENIDA</p> <p>CHOCKS: ¡Banda que sigue esta chulada de programa! Ya estamos en la sexta temporada de Arroba 21 y todo gracias a ustedes que nos dan su preferencia, durante estas emisiones traeremos para ustedes nuevos lugares para visitar, festivales musicales, deportes vistos desde otro ángulo y por supuesto lo mejor de lo mejor de la escena musical actual. En fin banda, quédense con nosotros.</p> <p>Hoy nos iremos a conocer una agrupación de motociclistas bastante chida, para conocer mejor qué es lo que hacen y como ya saben, estará nuestro amigo Chavar Rock con muy buena música.</p> <p>Así que disfrutemos juntos esta transmisión de Arroba 21... ¡ámonos!</p> <p>NO MANDA</p>	LOCACIÓN	01:30	1:55
4.	VOZ OFF	CÁPSULA INTRODUCTORIA	VTR	1:15	3:10
5.	CHOCKS ENTREVISTA A MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES	<p><u>MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES</u></p> <p>CHOCKS: Mis cuates, estamos aquí con el buen Juan Cid, un motociclista que tiene mucho tiempo ya metido en estas ondas, y fundador del MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES.</p> <p>PLECAS:</p> <p><u>Nombre del entrevistado:</u></p>	MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES	04.00	7.10

		<p><u>Facebook:</u> <u>Twitter:</u></p> <p style="text-align: center;"><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo formaste este Moto Escuadrón? ¿A qué te dedicabas antes? • ¿Cuál es la finalidad de las agrupaciones de motociclistas? • ¿Qué requisitos debe cumplir un biker para ser parte de este grupo? • ¿Cómo se organizan para salir a Rodar? • ¿De qué se trata una rodada? • ¿A qué lugares han ido como grupo en sus motos? 			
6.	VTR	PUENTE DE IMAGEN DEL ESCUADRÓN	VTR	00.20	7.30
7.	CHOCKS ENTREVISTA A MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES	<p style="text-align: center;">MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES</p> <p><u>CHOCKS:</u> Juan, ahora pasemos al tema de las acrobacias y el uso correcto de la moto y La Rodada, porque en este rollo admitamos que también hay banda que no tiene las debidas precauciones y otros cuates como en este escuadrón que toman esto de ser biker con total seriedad y aquí mismo aprenden.</p> <p><u>PLECAS:</u> <u>Nombre del entrevistado:</u> <u>Facebook:</u> <u>Twitter:</u></p> <p style="text-align: center;"><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué dinámicas usan para enseñarles a manejar al moto a quienes apenas se están animando? • ¿Qué se les enseña aquí? • Durante la rodada, ¿existe un orden para que todos marchen mejor? • ¿Qué equipo debe usarse para poder manejar una motocicleta? • ¿Qué puntos del reglamento de tránsito debemos conocer? 	LOCALIZACIÓN MOTO-ESCUADRÓN CÓNDORES	4.30	12.00
8.	VTR		VTR	00.2	12.2

				0	0
9.	VTR / CORRE CORTINILLA A	CORTINILLA DE CORTE	VTR	00:1 0	12.3 0
10	MASTER	CORTE COMERCIAL	MASTER	--:--	--:--
	VTR / CORRE CORTINILLA A	CORTINILLA DE CORTE	VTR	00:1 0	12.4 0
11	VTR	CÁPSULA, PELIGROS EN CARRETERA	VTR	1:30	14.1 0
12	VTR	PUENTE DE IMAGEN DE LA FUNDACIÓN	VTR	0.20	14:3 0
13	CHOCKS ENTREVISTA A JUAN CID	<p>FUNDACIÓN MÁS MOTO</p> <p>CHOCKS: Y bueno banda, ya hemos podido conocer más de los motociclistas al volante. Ahora los invito a que conozcan más de lo que se puede hacer, como ciudadano para aportar nuestro granito de arena y mejorar como sociedad.</p> <p>Estamos con Juan Cid, quien es presidente del Moto escuadrón Cóndores y también creó la Fundación MÁS Moto.</p> <p><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el objetivo de tu fundación? • ¿Quiénes colaboran en ella? • ¿A quiénes ayudan en la fundación? • ¿Cómo ha ido creciendo Más Moto? 	LOCALIZACIÓN MOTO- ESCUADRÓN FUNDACIÓN MÁS MOTO	05:0 0	19.3 0
14	CHOCKS ENTREVISTA A ... DESPEDIDA Y MANDA A CHAVA	CONCLUSIÓN DE BIKERS DESPEDIDA Y MANDA A MUSICAL CHAVAROCK	LOCALIZACIÓN POR CONFIRMAR _____ _____	1.30	21.0 0

	<u>ROCK</u>				
15	CHAVAROCK	MUSICAL PLECAS: Chava Rock Especialista en Rock @Chava_Rock	POR CONFIRMAR	6:30	27:30
16	VTR	CRÉDITOS Y COPY	VTR	0:30	28:00

1 Programa 1 sexta temporada. Tema: Rodada Biker

EVEN T O	A CUADRO	TEMA / CONTENIDOS	LOCACI ÓN / VTR	TIEM- PO PARCI- AL	TIEM -PO TOT- AL
17.	<u>VOZ OFF</u>	TEASER		0.10	0.10
18.	<u>VTR / CORRE ENTRAD A</u>	ENTRADA INSTITUCIONAL	VTR	0:15	0:25
19.	<u>CHOCKS</u>	<p>BIENVENIDA</p> <p>CHOCKS: ¡Qué tal banda! Seguramente, igual que a mí, sus papás les decían que a ellos “nadie los había enseñado a ser padres”. ¿Pues qué creen? Ahora ya no tenemos pretexto para usar esa frase</p> <p>Porque afortunadamente ya existen varias opciones en esta Ciudad, para aprender a ser mejores padres, desde cómo educarlos, alimentarlos hasta aprender a hablarles a nuestros hijos del tema que sea.</p> <p>Necesitamos perderle el miedo a esto de ser padres y ponernos a estudiar.</p> <p>Y por supuesto bandas, estará nuestro amigo Chavar Rock, con música muy chida.</p> <p>¡Quédense con nosotros!</p> <p>Arroba 21 ya comenzó ¡Ámonos!</p> <p>NO MANDA</p>	LOCACI ÓN	01:30	1:55
20.	<u>VOZ OFF</u>	CÁPSULA INTRODUCTORIA	VTR	1:30	3:25
21.	<u>ESCUELA PARA PADRES UNAM</u>	<p>ESCUELA PARA PADRES UNAM</p> <p>CHOCKS: Banda, estamos en la UNAM en una escuela para padres, veamos qué hay aquí y de qué se trata esta onda.</p> <p>PLECAS:</p> <p>ENTREVISTADO:</p> <p>Facebook:</p> <p>Twitter:</p> <p>PREGUNTAS SUGERIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • La escuela para padres ¿es sólo presencial? • ¿En qué áreas trabajan principalmente? • ¿De qué otra manera divulgan los temas para los papás que quieran saber cómo se mejores padres? • ¿Son para todo el público? ¿Cómo podemos acercarnos a esta escuela? • ¿Quiénes consideran que deberían tomar estos talleres y conferencias? 	UNAM	5.35	9.00

22.	CASA MAESTRA	<p align="center">CASA MAESTRA</p> <p>CHOCKS: Banda, estamos en Casa Maestra para conocer otro espacio en el que nos pueden ayudar y asesorar como padres.</p> <p align="center">PLECAS:</p> <p>ENTREVISTADO: Facebook: Twitter:</p> <p align="center">PREGUNTAS SUGERIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Para qué venir a una escuela para padres? • ¿Se puede acudir en cualquier etapa aunque nuestros hijos ya no sean niños? • ¿Hay actividades especiales para padres jóvenes? • ¿Qué es lo que más se llega a complicar a la hora de ser padres? • ¿Qué tipo de talleres son los que dan a los padres que acuden? • ¿Por dónde podemos empezar si no sabemos nada de cómo ser padres? 	CASA MAESTRA	5.00	14.00
23.	VTR / CORRE CORTINILLA	CORTINILLA DE CORTE	VTR	00:10	14.10
24.	MASTER	CORTE COMERCIAL	MASTER	--:--	
25.	VTR / CORRE CORTINILLA	CORTINILLA DE CORTE	VTR	00:10	14.20
26.	ESCUELA PARA PADRES	<p align="center">ESCUELA PARA PADRES</p> <p>CHOCKS: Chavos, ya conocimos dos lugares en los que podemos ir a aclarar nuestras dudas como papás, es importante que conozcamos varias alternativas y sepamos que podemos recibir un acompañamiento en esta nueva etapa. Nos encontramos en la "Escuela para padres" y ahora conoceremos más del tema. ESCUELA PARA PADRES</p> <p align="center">PLECAS:</p> <p>Facebook: Twitter:</p> <p align="center">PREGUNTAS SUGERIDAS</p> <p>¿A partir de qué etapa empiezan a darles talleres a los papás? ¿Qué otras actividades realizan? ¿A través de qué medios dan las capacitaciones a los papás? ¿Qué tipo de publicaciones podemos encontrar aquí? ¿Sobre cuáles temas considera que deben estar más informados los papás?</p>	ESCUELA PARA PADRES	3.30	
27.	VISIONA	VISIONARIA GAMES	VISION	4.00	

	RIA GAMES	<p>Chocks: Banda, en este tema de escuela para padres, visitamos a unos amigos que han venido a revolucionar el uso de los videojuegos y aplicaciones interactivas para que los niños y jóvenes tengan más herramientas a la hora de aprender.</p> <p>PLECAS:</p> <p>Facebook: Twitter: Apps: Web:</p> <p><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan bueno o malo es dejar a los chavitos jugar videojuegos y usar las tabletas o algún otro de estos aparatos? • ¿Cómo llegaron a desarrollar estos videojuegos que son más pedagógicos? • ¿Con qué otras herramientas cuentan? • ¿En qué deben fijarse los papás al adquirir estas herramientas? • ¿Hacia qué temáticas está orientado su trabajo? • ¿Cómo pueden estas herramientas contribuir al desarrollo de habilidades y competencias socio-emocionales? 	ARIA GAMES		
28.	CHOCKS ENTREVISTA A ... <u>DESPEDIDA Y MANDA A CHAVAROCK</u>	CONCLUSIÓN DE ESCUELA PARA PADRES DESPEDIDA Y MANDA A MUSICAL CHAVAROCK	LOCACIÓN POR CONFIRMAR	1.15	21:00
29.	CHAVAROCK	MUSICAL PLECAS: Chava Rock Especialista en Rock @Chava_Rock	POR CONFIRMAR	6:30	27:30
30.	VTR	CRÉDITOS Y COPY	VTR	0:30	28:00

2 Programa 10 sexta temporada. Tema: Escuela para padres

EVEN TO	A CUADRO	TEMA / CONTENIDOS	LOCACIÓN / VTR	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL
31.	<u>VOZ OFF</u>	TEASER		0.10	0.10
32.	<u>VTR / CORRE ENTRADA</u>	ENTRADA INSTITUCIONAL	VTR	0:15	0:25
33.	CHOCKS	<p align="center">BIENVENIDA</p> <p>CHOCKS: Banda, todos sabemos que el medio ambiente lo hemos dañado nosotros mismos, tirando basura en la calle y usando productos que jamás se degradan, o al menos no lo harán mientras nosotros estemos en la Tierra. Por esa razón daremos un rol por la ciudad, conociendo qué podemos hacer con la basura, si hay desechos reutilizables y a dónde podemos llevarlos. Nada nos cuesta banda, aportar nuestro granito de arena.</p> <p>Por supuesto, no faltará a esta cita nuestro buen amigo Chava Rock, con música fresca para sus oídos.</p> <p align="center">¡Quédense con nosotros! Arroba 21 ya empezó. ¡Ámonos!</p> <p align="center">NO MANDA</p>	LOCACIÓN	01:10	1:35
34.	VOZ OFF	CÁPSULA INTRODUCTORIA	VTR	1:00	2.35
35.	CHOCKS ENTREVISTA MERCADO DEL TRUEQUE	<p align="center">MERCADO DEL TRUEQUE</p> <p>CHOCKS: Cuates, comenzaremos nuestro recorrido en el Mercado del Trueque, hoy estamos en el Monumento a la Revolución. Así que vamos a ver qué hay por acá mientras nuestro amigo _____ nos platica cómo funciona.</p> <p align="center"><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la finalidad de este mercado? • ¿Cómo funciona el pago de los productos? • ¿Hay algo que no podamos intercambiar aquí? • ¿Por qué venir a este mercado? • ¿Cada cuánto se lleva a cabo o dónde podemos consultar los días de mercado de trueque? 	MERCADO DEL TRUEQUE	05.00	7.35
36.	CHOCKS ENTREVISTA SECRETARÍA DEL MEDIO	<p align="center">SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE CDMX</p> <p>CHOCKS: Chavos, ahora estamos con nuestros amigos de la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México, para hablar sobre el programa de Reciclaje que ellos han creado.</p>	SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE CDMX	4.00	11.35 111

	AMBIENTE CDMX	<p align="center"><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué podemos reciclar? • ¿Cuántos tipos de reciclaje existen? • ¿Qué beneficios hay al medio ambiente y a nuestra economía? • ¿Cómo podemos identificar los productos que son reciclables? • ¿A dónde puedo llevar lo que quiero reciclar? 			
37.	VTR / CORRE CORTINILLA	CORTINILLA DE CORTE	VTR	00:10	11.45
38.	MASTER	CORTE COMERCIAL	MASTER	--:--	--:--
	VTR / CORRE CORTINILLA	CORTINILLA DE CORTE	VTR	00:10	11.55
39.	CHOCKS ENTREVISTA A RECUPERADA	<p align="center">CENTRO DE RECICLAJE RECUPERA</p> <p>CHOCKS: Banda, nos dimos a la tarea de venir un centro de reciclaje para mostrarles más a detalle qué es lo que se hace cuando se recicla, en qué consiste el proceso y cuál es el resultado.</p> <p align="center"><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan complicado es reciclar? • ¿Cómo logran facilitar esta tarea? • ¿Cuáles son los beneficios del reciclaje? • ¿En dónde están sus centros de reciclaje? • ¿Qué tipo de materiales aceptan? • Si quiero llevar desechos para reciclaje, ¿deben tener un tratamiento especial? • ¿Qué hacen con lo que reciclan? 	RECUPERA	04:35	16.00
40.	CHOCKS ENTREVISTA INARE	<p align="center">INSTITUTO NACIONAL DE RECICLAJE (INARE)</p> <p>CHOCKS: Cuates, también existe un Instituto Nacional de Reciclaje, conocido como INARE. ¡Acompáñenme a ver qué hace esta banda!</p> <p align="center"><u>PREGUNTAS SUGERIDAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el principal objetivo del INARE? • ¿Cómo promueven esta cultura del reciclaje en la sociedad? • ¿Lo hacen también con las empresas? ¿De qué manera? • ¿Qué tipos de desechos se pueden recuperar? • ¿Qué hacen con ellos? 	INARE	4.00	20.00

		<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué puede hacer una persona que nos esté viendo y le interese esto del reciclaje? ¿A dónde puede acudir? 			
41.	CHOCKS ENTREVISTA A ... <u>DESPEDIDA Y MANDA A CHAVAROCK</u>	CONCLUSIÓN RECICLAJE DESPEDIDA Y MANDA A MUSICAL CHAVAROCK	LOCACIÓN POR CONFIRMAR	1:00	21:00
42.	CHAVAROCK	MUSICAL PLECAS: Chava Rock Especialista en Rock @Chava_Rock	POR CONFIRMAR	6:30	27:30
43.	VTR	CRÉDITOS Y COPY	VTR	0:30	28:00

3 Programa 18 sexta temporada. Tema: Reciclaje