

Autor: Omar Rincon*
Título: EL CANAL: La otra tv
Ciudad: Montevideo, 2006
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
Nota: Este texto puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

EL CANAL

LA OTRA tv

Montevideo /marzo 8-9-10, 2006/ Fesur / PITN-CNT

Un canal comunitario desde la visión y valores de los trabajadores, que produce una televisión para construir una sociedad más incluyente, solidaria y colectiva.

Un laboratorio televisivo desde la identidad uruguaya para reconocernos e interpretarnos.

Un laboratorio comunitario para hacer un canal de televisión para incluir y visibilizar al sujeto social, fomentar la solidaridad, revalorizar lo social e imaginar nuevos modos colectivos.

CRITERIOS CONCEPTUALES

- i. **(Identidad)** Una televisión que desde la expresión y la representación social construya una alternativa cultural. ¡Para conocernos todos!
- ii. **(Nación)** Una televisión del Uruguay, que se cuenta y hace desde todo el país. ¡Una televisión donde quepa todo el Uruguay!
- iii. **(Representación)** Una televisión que construye pantalla desde otros rostros, otras voces, otras historias. ¡Para contarnos las historias que nos debemos!
- iv. **(Participación)** Una televisión que se hace y construye con base en la visibilidad, intervención y voz de la comunidad. ¡Todos estamos en pantalla!

* Coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert.

- v. **(Contenido)** Todo tema es válido siempre y cuando se apueste por una narración innovadora y una sociedad incluyente. ¡Una televisión que narra la sociedad!
- vi. **(Información)** Una televisión que amplía la agenda de diálogo público e incluye las otras opiniones sociales. ¡Todos tenemos algo que decir!
- vii. **(Estética)** Una televisión que se construye desde los horizontes de gusto, relato y saber popular. ¡La estética de la vida con dignidad!
- viii. **(Producción)** Una televisión que se realiza con la gente, que se hace más cercana, que se descentraliza, en la cual todos los uruguayos somos sus productores potenciales. ¡El estudio del canal es la sociedad!
- ix. **(Narración)** Una televisión que busca innovar e imaginar otros modos de hacer relatos audiovisuales. ¡Un laboratorio de creatividad social!
- x. **(Comunicación)** Una televisión que escucha y pone en público al ciudadano para crear una comunicación activista que abre al diálogo público entre todos; una televisión en la cual todos y todas somos protagonistas. Todos los temas. Todas las estéticas. ¡Todos los modos de expresión son posibles!

CRITERIOS DE GESTIÓN

- i. **(Visión)** El canal se diseña y produce desde la visión y los valores de los trabajadores pero no es sindical.
- ii. **(Dirección)** El Canal constituirá un comité directivo compuesto por las organizaciones sociales vinculadas al proyecto para garantizar la autonomía y legitimidad.
- iii. **(Dirección)** El canal será dirigido y producido por profesionales en el área de televisión bajo los lineamientos políticos de las organizaciones sociales vinculadas.
- iv. **(Autonomía)** El Canal en su operación y funcionamiento será autónomo técnica y en la gestión cotidiana frente a las organizaciones sociales.
- v. **(Integración)** El canal se produce y programa en una ética vinculante de integración de lo local con lo regional.
- vi. **(Participación)** El canal tendrá como protagonista a la ciudadanía a través de consejos de televidentes y consejos asesores expertos.

- vii. **(Economía)** El Canal tendrá autonomía económica sustentada en diversas fuentes de financiamiento. Una economía de la creatividad es necesaria.
- viii. **(Independencia)** El Canal tendrá independencia editorial frente a partidos políticos y gobierno.
- ix. **(Censura)** El Canal actuará con responsabilidad pública y coherencia con las organizaciones sociales.
- x. **(Creatividad)** El canal desde una autonomía creativa buscará la innovación y la representatividad social.
- xi. **(Marca)** El canal establecerá como “imagen pública de pantalla” la libertad, la democracia y la comunidad. Establecerá una propuesta diferenciada de Canal 5 y Tevé Ciudad. Mercadeo + Diseño + Gráfica.

PROGRAMACIÓN

ACCESO (producir mensajes): Todos los uruguayos son productores del canal. ¡Creatividad social!

- Uruguay audiovisual: Relevamiento de la producción existente en el país.
- Red de teleactivistas (¡Todos producen!)
- Taller: En grupo creamos el canal.
- Concurso: Todos pueden crear con un tema base.
- Autor invitado: Una figura reconocida del cine y la tevé está invitado a crear sus mensajes.
- Video escuela: La educación también tiene pantalla.
- Video barrio: La comunidad geográfica se expresa.

PARTICIPACIÓN (estar en la pantalla): La pantalla se llena de los rostros, voces y relatos uruguayos. ¡Reconocimiento público!

- Consejo de televidentes: Los televidentes explican la televisión.
- En directo: Los ciudadanos hablan a la cámara en 30 segundos.
- Todos los medios: Internet, teléfono, carta...
- Talk show: Los temas se analizan desde el pueblo.
- Uruguay: Costumbres uruguayas de conversación como el café, el mate.
- Historias: Cuente su historia.
- Versiones: Una misma historia, múltiples historias.

INDEPENDIENTE (Productores profesionales): La pantalla documental. La pantalla ficción.

- Sin pantalla: Obras de la invisibilidad.
- Por encargo: Un tema, una historia para un autor invitado.

INFORMATIVO (Periodismo): La opinión de la gente. La agenda de la gente.

- Las 2: Noticias del día en profundidad
- Yo: Historias en la cual se privilegia la visión del creador.
- Humor: Como los uruguayos ríen.
- Deporte: Comentaristas por un día.
- Informativo: Una propuesta para la diferencia.

COMENTARIOS DE OMAR:

- El canal que se necesita.
- El canal de la estética popular de lujo.
- Innovación en la sociedad que la produce.

GESTION:

- Continuar con grupo de trabajo para lo televisivo.
- Dialogar y negociar lo político con las organizaciones sociales; preferencial, la Universidad.
- Código de ética para la publicad y el contenido.
- Perfil de la audiencia a la que se quiere llegar.

REALIZACIÓN:

- Taller de realización
- Taller de programación
- Escuela de formación audiovisual

SOCIALIZACIÓN:

- Foritos
- Campaña de expectativa
- Junta de firmas

MARCA:

- Canal
- Promesas
- Gráfica
- Diseño
- Posicionamiento
- Mercadeo
- Criterios de Calidad.