

Autor: Omar Rincón\*  
Título: TALLER TELEVISIÓN PÚBLICA CIUDAD ABIERTA  
Ciudad: BUENOS AIRES, 2004  
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, [www.c3fes.net](http://www.c3fes.net)  
Nota: Puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

## TALLER TELEVISIÓN PÚBLICA

### *Ciudad Abierta* [bs as]

#### Definición

*Ciudad Abierta* es una búsqueda de las formas audiovisuales y las formas ciudadanas de Buenos Aires.

#### Criterios y/o paradojas

- (i) *Ciudad Abierta* produce televisión que invita al ciudadano a hacer su propio Buenos Aires. [Apaga la tele. ¡Hacé tu propia ciudad!].
- (ii) *Ciudad Abierta* busca las formas de la ciudad, busca ser “Muy Buenos Aires” y “Más Buenos Aires”. [*Ciudad Abierta* busca los colores, los tonos, las texturas de Buenos Aires para producir su identidad audiovisual].
- (iii) *Ciudad Abierta* se propone escuchar a Buenos Aires, privilegia el sonido ambiente y busca los sonidos de la ciudad.
- (iv) Televisión que interviene la ciudad y se hace presente en su territorio, para proponer una imagen de Buenos Aires como ciudades superpuestas, fragmentarias y diversas en permanente diálogo y conflicto.
- (v) Televisión para otras ideas, otros discursos, otras estéticas a la televisión conocida: ¡Televisión sin estudio, el estudio es la ciudad!. ¡Televisión sin conductores y sin textos en off, los relatos son de la gente!. ¡Televisión sin estrellas, el protagonista es la gente!. ¡Televisión de ideas originales y concepto más que de dinero y tecnología!
- (vi) Televisión que no baja línea sino que abre preguntas. No da respuestas, propone abrir la conversación. Televisión abierta, sin fin, sin finales.
- (vii) Televisión que interpela en un continuo simbólico y temporal para construir el paisaje audiovisual de Buenos Aires. Televisión compañía, imagen ambiente.

---

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

- (viii) Televisión de accesos diversos a la producción de la imagen de Buenos Aires.
- (ix) Los contenidos de *Ciudad Abierta* son los modos innovadores de la vida cotidiana, la creación cultural y el activo social para construir la identidad Buenos Aires.
- (x) *Ciudad Abierta* es un canal de formas audiovisuales en experimento, organización mínima y flexible y bajo presupuesto para producir su autonomía.

### *Ciudad Abierta*

#### ASPECTOS E IDEAS PARA DESARROLLAR SI SE QUIERE CONSTRUIR EL MODELO *CIUDAD ABIERTA*

#### **[1] Ejes de PROGRAMACIÓN:**

- Registro de ciudad.
- Micros territorios y cotidianidades Buenos Aires.
- Programas gente y cultura Buenos Aires.
- Servicios sociales y agenda cultural.
- Información sobre activo social + actualidad urbana.

[Se debe definir de qué va, cómo se produce y realiza cada una de estas franjas y que tipo de ciudad se quiere construir/representar con cada eje de programación]

#### **[2] La PUBLICIDAD o menciones de promoción de campañas sociales o del gobierno de la ciudad:**

- La publicidad debe realizarse en el estilo y forma de *Ciudad Abierta*.
- Los mensajes comerciales del gobierno deben estar “en buena onda”, en “visión positiva de la ciudad y sus gentes”.
- Se debe definir código ético y estético de Ciudad Abierta.

#### **[3] AUTONOMÍA:**

El futuro de la propuesta/modelo de *Ciudad Abierta* está en relación con la autonomía e independencia de gestión que pueda ejercer. La autonomía tiene que ver con dos aspectos prioritarios: Organización y Financiación.

##### **- Organización:**

- Una estructura diseñada para “hacer televisión”.
- Una estructura mínima para hacer una gestión más flexible y efectiva.
- No se debe, por ningún motivo, crear burocracia ni contratos estables. La producción de tevé se basa en la innovación y flexibilidad.

- Se debe contar con un Comité Directivo que cree directrices, apoye y proteja el proyecto de Ciudad Abierta.
- Estructura sugerida a partir de la experiencia de formación y acción de Ciudad Abierta:



**- Financiamiento:**

- Se sugiere mantener la idea de una canal de bajo presupuesto para que no se convierta en botín atractivo de los políticos y los empresarios de la televisión.
- Se sugiere generar otros recursos a través de participación en convocatorias públicas, club de suscriptores, sociedad de amigos, donaciones...
- Se sugiere contar con una Sociedad de Amigos de Ciudad Abierta para poder obtener recursos de otras fuentes diferentes al gobierno de la ciudad.

**[4] Generación de BASE SOCIAL**

Para que *Ciudad Abierta* sea un auténtico proyecto de comunicación urbana y pública debe encontrar legitimidad en la sociedad, encontrar defensores en los diversos activos sociales, artísticos, intelectuales y políticos de la ciudad. Aquí se sugieren algunas ideas:

**Intervención social y cultural de la ciudad:**

- El usar la Ciudad como estudio del canal. Usar símbolos que identifiquen el canal en la calle.
- Especiales de programación / Eventos / Hechos
- Programa de formación (alfabetización audiovisual) en los colegios.

**Instalación del Canal:**

- Red de exhibición alterna del canal: Sitios públicos del gobierno de la ciudad.
- Campañas sobre la filosofía del canal.
- Estrategia de divulgación por prensa.
- Promover los accesos en la producción a través de concursos, convocatorias, proyectos audiovisuales.
- Producir otros proyectos desde el Canal. Convertirlo en laboratorio de ideas para la ciudad.

- Producir series prestigios y de alta recordación. Pocas pero eficientes.
- Mercadeo: Crear Club del Suscriptor. Uso intensivo de Ciudad Abierta de la publicidad del gobierno de la ciudad en diversos medios.
- Uso intensivo de Ciudad Abierta de la publicidad del gobierno de la ciudad en diversos medios.
- Creación y uso de la Web.
- Realizar programas con los artistas, intelectuales y activistas sociales más significativos de la ciudad.

#### **[5] CONTROL DE CALIDAD**

Para que *Ciudad Abierta* tenga legitimidad en la audiencia, en el gobierno, en los políticos y en la comunidad intelectual, artística y de acción social debe crear figuras de control ciudadano como:

- Defensor del televidente
- Evaluación permanente del canal por parte de expertos
- Informe de transparencia de uso de recursos

#### **[6] POLÍTICA**

- Conseguir las condiciones mínimas de producción: Espacio físico, tecnología e infraestructura.
- Buscar negociar el cambio de la frecuencia en la señal de cable: Aparecer donde importa y tener un solo número de identificación.
- Lograr que la Ley de Medios de la Ciudad proteja la autonomía del Canal.