

Un collage a retazos de memoria

A partir de ese colectivo de recuerdos y trazos de miradas, comienza a tomar forma la figura del artista

A photograph showing a large crowd of people, mostly young, gathered in front of a large mural. The mural features a figure with a crown and a dragon-like head. A portrait of Mao Zedong is visible in the upper right corner of the image.

DOC MONTEVIDEO



Ciencias de la
Comunicación

La ceremonia de premios TAL es hoy jueves 25 a las 21 horas, en la sala principal del Teatro Solís. Se contará con shows de DJ Dolores, Franny Glass, Samanta Navarro y Mateo Moreno.

DOC**M**

 **ICAU**
Institute for Case and Judicial Studies of Ukraine



TEATR
SOLI

antel



Bendita TV

Luego de tres años de marchas y contramarchas, la polémica ley de servicios de comunicación audiovisual (SCA), conocida popularmente como ley de medios, se encuentra a estudio en la Comisión de Industria del Parlamento.

Por Federico Zugarramurdi

A mediados de 2010 la Dirección Nacional de Telecomunicaciones (DINATEL) creó un Comité Técnico Consultivo (CTC) para elaborar las bases del proyecto. Dicho comité estuvo conformado por organizaciones sociales, empresariales y académicas, vinculados al ámbito de la comunicación audiovisual. Del anteproyecto del CTC al documento de 183 artículos enviado al Parlamento, pasaron casi tres años de duras negociaciones entre el gobierno y los dueños de los canales privados. El proyecto de ley a estudio, tiene como fin regular los sistemas de Radio y Televisión a efectos de cubrir los vacíos legales existentes, estableciendo reglas claras que

permitan asegurar la plena transparencia en la concesión de autorizaciones y licencias de la titularidad de los SCA. Al mismo tiempo establece límites de concentración de los servicios con el objetivo de garantizar el pluralismo y la democracia. El director de la DINATEL, Sergio De Cola, expresó que este proyecto se inscribe en una política de telecomunicaciones que busca asegurar el acceso universal y equitativo a los SCA, además de impulsar el desarrollo tecnológico de las telecomunicaciones, avanzar en la digitalización y promover la producción nacional de contenidos audiovisuales. Si bien el proyecto prevé un aumen-



Foro de Televisoras Latinoamericanas (ASOPROD, ICAU)
Foto: Manuel Larrosa

to de la cuota de producción nacional al 60% de la programación, la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay (ASOPROD) opina que para lograr un fomento cuali-cuantitativo en materia de los contenidos que la población recibe a través de los medios televisivos, debe revalorizarse la televisión pública mediante dos medidas: aumentar los recursos y exigir el cumplimiento de objetivos de bien público. Para ASOPROD, esta es la

única forma de contribuir al desarrollo de una mejor sociedad. Respecto al fondo de promoción nacional que prevé la ley, ASOPROD considera que debe contemplarse un modelo de negocios que incluya a los canales en la producción y que apunte a la creación de productos de calidad, que transformen a la industria audiovisual al punto de posicionar al país como exportador de este tipo de contenidos.

No tan distintos

Las televisoras públicas de Latinoamérica comparten sus dificultades de financiamiento, pero apuestan a generar valor con sus contenidos. En la televisión digital e internet, los canales encuentran nuevas oportunidades. Para conocer sobre los proyectos públicos, conversamos con Televisión Nacional del Uruguay, Televisión de El Salvador y Televisión Metropolitana – Canal 22 de México.

Por Cecilia Amorín



El Salvador por el camino de las oportunidades

Este año, Televisión de El Salvador (TVES) cumple 49 años. Este canal que surgió como una televisora educativa en 1964, en el 2009 completó su reconversión al transformarse en un medio público al servicio de la ciudadanía, incluyendo temas y actores excluidos por la televisión comercial, como los organismos de derechos humanos, las comunidades indígenas y la memoria histórica. Adriana Valle, subdirectora del canal, contó a DocM que entre las transformaciones, se incluyeron informativos generalistas con tres emisiones diarias y magazine con contenidos de salud, educación y economía. El apagón analógico que está proyectado para el 2018 en El Salvador, aumenta las expectativas de la televisora que está a la espera de una definición del modelo de televisión digital a adoptar. “Esperamos que la digitalización abra un nuevo marco regulatorio que favorezca a los públicos y fortalezca la democracia con la presencia de más medios”, señaló Valle. Hace poco más de dos meses TVES comenzó a transmitir de forma online en su página de internet, www.tv.es.sv, para poder llegar a la población migratoria que se calcula en tres millones.



México contrarrestando el mensaje comercial

En su nacimiento, Canal 22 sólo abarcaba el área de la Ciudad de México con su señal metropolitana. Actualmente tiene cuatro señales, entre ellas una internacional e Internet (www.canal22.org.mx) y tiene un potencial de 37 millones de espectadores. El canal está totalmente abocado a los contenidos culturales, artísticos y socioeducativos. Según la subdirectora general de Producción y Programación del canal, Ana Cruz Navarro, la presencia pública en televisión es la única posibilidad de contrarrestar los mensajes de las televisoras comerciales para crear conciencia crítica en los espectadores. Además agregó que “la calidad de producción de las diversas televisoras públicas en México es muy irregular” ya que son pocos los recursos destinados a su producción y equipamiento. Esta falta de presupuesto, comentó, es sustituida por la gran creatividad de los productores mexicanos. El Canal 22 se beneficia de una ley que le permite financiarse con presupuesto público y comercializar programas para adquirir recursos propios. Actualmente, es el único canal público 100% digitalizado.



El futuro digital para Uruguay

El único canal abierto uruguayo que transmite las 24 horas del día es el canal público, Televisión Nacional de Uruguay (TNU). Comenzó a transmitir en 1963 y tiene alcance nacional a través de sus repetidoras. Se trata de un canal generalista, con una programación que apunta a la cultura, la información y el entretenimiento. Desde el 2011 está trabajando en su transición a tecnologías digitales bajo la dirección de Virginia Martínez. De acuerdo a un decreto emitido por el Poder Ejecutivo, a TNU le corresponde naturalmente un canal digital, por ello se encuentran trabajando en la implementación del plan de desarrollo, a partir de una donación de equipamiento que hizo Japón. “Estamos haciendo transmisiones pilotos por aire digital en Montevideo desde julio del año pasado. Mucha de la programación se puede ver en el archivo de la web (www.tnu.com.uy) en alta definición, pero aún no hemos salido de las fases de prueba”, señaló Martínez. “Nuestro primer horizonte es el de la transformación tecnológica y necesariamente tendremos que empezar a trabajar en lo que va a ser la aprobación de nuevos fondos para la producción de televisión digital, en ese sentido aún estamos un poco verdes”, manifestó la directora del canal y agregó que la apuesta actual, es mantener su mayor posibilidad de crecimiento hacia el futuro.



Claudia Rodríguez, representante internacional de Señal Colombia
Foto: Eugenio Rodríguez

¿Cómo sentís que ha crecido Señal Colombia a partir de estos encuentros?

DocMontevideo fue la primera ventana para empezar a pensar en trabajar en conjunto en coproducciones, programación y adquisiciones, además nos dio una nueva perspectiva de cómo venía la producción de no ficción en Latinoamérica. A partir de ahí, Señal Colombia abrió un mercado de llamados a coproducciones anuales y este año ya es nuestra tercera edición, empeza-

mos recibiendo 20 proyectos y este año hemos recibido más de 167, de los que normalmente escogemos diez o quince para coproducir. Aquí conocimos el proyecto “Nacer”, que es una de nuestras coproducciones documentales más exitosas. Definitivamente la ventana que abre DocMontevideo es una de las más importantes para conocer proyectos, para darnos a conocer como canal y para establecer enlaces.

¿Cuáles son los objetivos de Señal Colombia para este año

Creciendo juntos

Claudia Rodríguez, representante internacional de Señal Colombia, (canal público colombiano), habló con nosotros sobre la importancia que ha tenido para el canal su pasaje por DocMontevideo en estos cinco años de encuentros.

Por Mariana Castiñeiras

en DocMontevideo?

Llevarnos muchos premios TAL, pero más como un reconocimiento a la labor que venimos haciendo en cualificación de la producción a través del mercado de coproducciones. Porque no es algo que estemos haciendo solos, sino que estamos realmente impulsando un sector de calidad de producción en televisión nacional e internacional. También nos interesa conocer nuevos proyectos que puedan ser invitados al mercado de coproducción del año entrante. Conocer nuevas producciones que estén terminadas y que puedan alimentar parte de nuestra programación temática de todo el año. Además, nos gustaría

establecer nuevos acuerdos y proyectos a través de la Red TAL.

¿Cuál es la visión de señal Colombia sobre la televisión pública?

La televisión pública debe informar, formar, educar y entretener, esa es nuestra visión. En esa medida la televisión pública debe ofrecer una opción diferente e inteligente a los ciudadanos, nuestra televisión es más que un canal, es un proyecto de comunicación. Nuestro fuerte en este momento son las coproducciones. Hasta el momento hemos tenido coproducciones de contenidos con Pakapaka, Ecuador TV, con Cataluña, con la RAI, Once TV.

COORDINACIÓN EDITORIAL: Carolina Deveras - EQUIPO DE REDACCIÓN: Andrea Sallé, Cecilia Amorín, Federico Zugarramurdi, Mariana Castiñeiras, Rafael di Candia, Virginia Cantou - FOTOGRAFÍA: Eugenio Rodríguez y Manuel Larrosa - DISEÑO: Antonella Lupano

DocM 5 años

Por Mariana Castiñeiras

