

# HUMANIA



*Una manera diferente de acercarse  
a la belleza del mundo.*



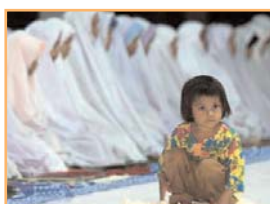
*Canal de Televisión de ONG, Voluntariado,  
Fundaciones y Músicas del Mundo.*

*[www.mundo21.org](http://www.mundo21.org)*

© *Vicente C. Domingo González*

*Inscrito en el Registro General de la Propiedad Intelectual  
con el n° 1997/46/16494/ Abril 1997.*

*Writers Guild of America Reg. No. 109495-00. / 113233-00 / R05113-00  
Instituto Nacional del Derecho del Autor de México  
Reg. No. 02632. Septiembre de 2001*



## ÍNDICE :

### 1.- INTRODUCCIÓN

Definición

Descripción Técnica

### 2.- EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN

Estilo

### 3.- EMISIÓN Y CONTINUIDAD

### 4.- CONTENIDOS

### 5.- PUBLICIDAD

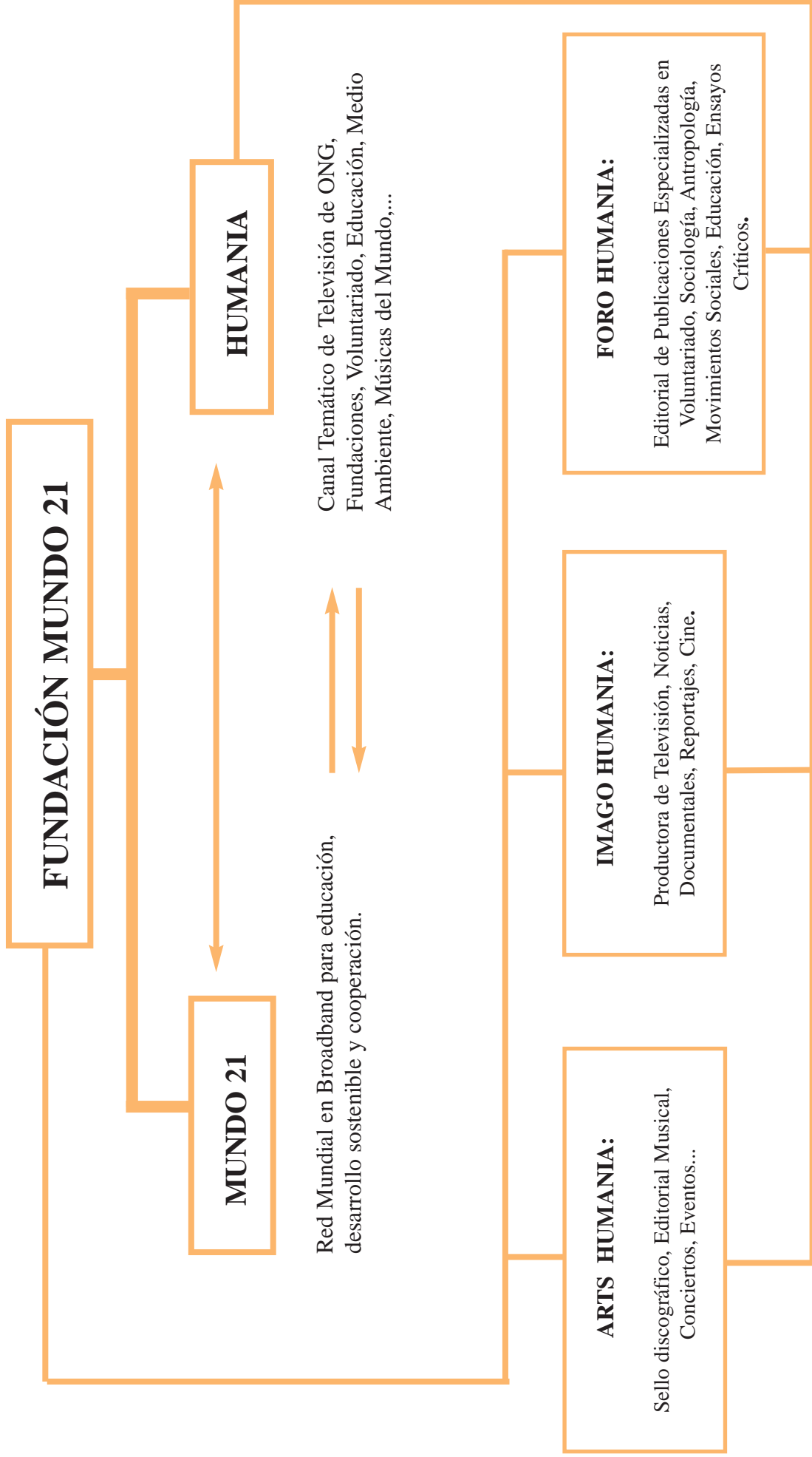
### 6.- PROMOS Y AUTOPROMOS

### 7.- FINANCIACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS

### 8.- EQUIPO

La Fundación Mundo 21

### 9.- LÍNEA DE CONTENIDOS



# HUMANIA



## 1. INTRODUCCIÓN

### DEFINICIÓN

HUMANIA es el primer canal de TV temático con contenido y formas de profunda vocación de compromiso para trabajar por la verdadera divulgación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos desde una amplia perspectiva de participación de la ciudadanía. Una opción novedosa y necesaria que refleja las iniciativas de la sociedad civil ante los retos de cualquier magnitud. Desde pequeños gestos que llegan a convertirse en grandes acciones hasta instituciones de honda tradición y prestigio que llevan años desarrollando su tarea con nobleza y rigor. Es la ventana de las ONG, fundaciones y organismos nacionales e internacionales dedicados al voluntariado, medio ambiente, educación, desarrollo sostenible, acciones sociales, tercera edad, cooperación, cultura, nuevas tecnologías, altermundialismo, codesarrollo o músicas del mundo por citar algunos temas de referencia. Un canal de marcado carácter social que es servicio informativo de las múltiples facetas del ser humano, sus valores, sus logros y sus ideales. Una ventana para la opinión de expertos de prestigio desde el conocimiento y la experiencia. La posibilidad de mostrar infinidad de iniciativas dedicadas a mejorar la vida de los demás, de comprobar cómo vivimos y qué nos une a todos los habitantes de este planeta que compartimos, pudiéndonos conectar e interactuar en directo. Abierto a la emisión de conciertos, debates, testimonios, foros de opinión, publicidad con valores, etc...

Un enfoque distinto de las capacidades más elevadas del ser humano, sobre temas que, paradójicamente, no suelen aparecer en los medios y una oportunidad de conocer o participar en todas las propuestas que pretenden dignificar este mundo desde cualquiera de sus múltiples parcelas; algo que es hoy un reto para todo individuo o colectivo coherente y justo. Una alternativa a la que los medios, sumidos en intereses mercantiles que les obliga a una lucha atroz por la audiencia en perjuicio de la calidad de contenidos, no acaban de dar la cobertura adecuada y suficiente.



Una televisión para todos los públicos en la que se hablará de medio ambiente, sociedad, salud, cocina, economía, filosofía, religiones, proyectos infantiles, deporte, tercera edad, arte, política, el efecto invernadero, antropología, comercio justo, energías alternativas, deuda externa, etc... Nos acercaremos a la belleza del mundo bajo el prisma de la participación voluntaria para hacer de este mundo un lugar habitable, justo y digno.

Humania es un canal que se abastece en su mayor parte de material adquirido pero que irá abriéndose cada vez más a la producción propia y coproducciones. Tanto HUMANIA como el sistema de red MUNDO 21 se abastecerán de contenidos de forma recíproca el uno al otro.

## DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Definición: Canal de TV temático

Emisión: en digital en el paquete básico de plataforma digital o cable.

Horas de emisión: bucle de repetición semanal inicial de 4 a 5 horas al inicio hasta llegar a las 24 h. durante los 365 días del año.

Producción Ajena: en torno al 90% al comienzo.

Producción Propia: 15' a 30' diarios al inicio. Comenzando con una agenda de convocatorias que, en cuanto lo permita la producción, se convertirá en un informativo diario; referencia divulgativa del mundo del voluntariado.

Tipo de producción: documentales 70%, músicas del mundo 20%, 10% de producción propia: agenda-informativo, debates, testimonio, buzón.

Target: todos los públicos.

Publicidad: entre los programas sin cortes.

# HUMANIA



## 2. EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN

HUMANIA: La televisión del futuro

El transporte de la señal de televisión ha sufrido en los últimos años una revolución espectacular. Desde las emisiones analógicas al aire hasta los sofisticados paquetes digitales multiplexados, desde la emisión codificada por satélite hasta los sistemas basados en Set top Boxes; la actitud del espectador frente a su aparato de televisión ha dejado de ser pasiva hace años y todo parece indicar que ese proceso interactivo va en aumento. Una cosa es evidente: la televisión digital terrestre se impondrá en pocos años y ello traerá nuevas formas de implicación. Por otro lado, surgen aplicaciones tecnológicas, fruto de I + D + i que nos permiten perfilar el futuro.

El programa Gandalf, Power Line Communications desarrollado por la Universidad Politécnica de Valencia cofinanciado por la Comisión Europea, que permite llevar internet en banda ancha a través de la línea eléctrica a una velocidad 1000 veces superior a las conexiones ADSL, o el sistema Imagenio de Telefónica que oferta 22 canales de televisión más cine e internet a 4,5 Mbps sobre tecnología basada en el par de cobre DSL, son ejemplos entre decenas de iniciativas ya desarrolladas de la versatilidad, variedad y capacidad de las nuevas conexiones audiovisuales.

HUMANIA tiene, entre otras intenciones, la de ser vanguardia tecnológica a medida que se vaya desarrollando; una apuesta por la actualización permanente de las nuevas tecnologías TIC, incluso por su Investigación y Desarrollo para hacer llegar sus contenidos al mayor número posible de espectadores de cualquier región. Además, dada su inequívoca vocación de servicio participativo, ha de convertirse en un referente de servicios complementarios de la televisión digital.

Gracias a esta propuesta, es posible imaginar que en poco tiempo, cualquier espectador de HUMANIA puede participar en un donativo a la ONG o Fundación que prefiera (posiblemente después de haber visto un documental o noticia sobre sus actividades), acceder a un terminal de la red para educación y desarrollo sostenible Mundo 21, a slots o archivos especializados en imágenes o datos, e incluso conversar con un niño apadrinado que se encuentra a miles de kilómetros.

HUMANIA debe ser la herramienta de referencia para una nueva televisión basada en la transparencia, la independencia, la democratización de la opinión y las tecnologías, los foros ciudadanos y todo aquello que verse con la capacidad socializadora, civilizadora del ser humano.



---

## ESTILO

La cadena tendrá un estilo muy marcado y diferenciador que permita distinguirlo fácilmente. Un continente de fuerte identidad humana capaz de albergar formatos o sub-formatos propios. La especialización de contenidos que ha experimentado el medio televisivo en los últimos años, sobretodo a partir de la llegada de los canales temáticos, ha producido una auténtica revolución a la hora de generar marca corporativa de canal. Algunos ejemplos como el consorcio franco-alemán Arte o MTV, han desarrollado formas específicas de tratamiento del producto llenas de creatividad. Humania pretende ganarse con el tiempo una consideración similar. Un trato preferencial de producto a la hora de ser elegido por el espectador, no solo por sintonía de conceptos sino también por una atractiva línea de canal. Para ello, además de la elaboración de logos, molinetes, línea de continuidad, promos, cortinillas, cabeceras o diseño de elementos de emisión, se buscarán músicas, sonidos, ambientes, rostros, elementos que de una u otra manera sugieran el concepto universal de televisión abierta al ser humano, a sus ambiciones de respeto, sostenibilidad y diversidad.

Un diseño de canal temático de marcada personalidad basado en lo creativo del ser humano, de su capacidad socializadora, en la importancia de la cultura como elemento generador de identidad, en conceptos étnicos y en la grandeza de la diversidad. Humania debe tener, obviamente, una muy marcada línea editorial basada en la independencia, el rigor informativo, el sentido crítico, el respeto y la neutralidad ideológica.

Una idea innovadora con fuerte identidad de marca, con la ambición de modelo exportable a otras plataformas digitales, consorcios oficiales de televisión, servidores de cable e internet.



### 3. EMISIÓN Y CONTINUIDAD

La señal de la programación se enviará al centro de emisión de SOGECABLE y contratará un servicio de play out en otro centro de emisión. O bien se enviarán las cintas verificadas junto con la escaleta, contratando a SOGECABLE el servicio de play out.

Se contratará el servicio de transponder de SOGECABLE (Astra e Hispasat).

Se podrá contratar con el tiempo otros servicios de continuidad para acceder a otras opciones de interactividad: acceso a la red MUNDO 21 en cualquier momento, vínculos con internet, textos y datos de información, etc...

### 4. CONTENIDOS

Se creará una parrilla de programación al inicio de unas 4 horas de emisión, siendo una de ellas diaria de estreno. Se repetirá en la misma semana. Esto irá aumentando paulatinamente según vaya creciendo el canal hasta completar las 24 h. de emisión y de 3 a 4 horas de estreno diarias. Se garantiza una emisión fresca y variada.

#### **- DOCUMENTALES**

Será la parte de la programación más amplia (70%), sobretodo al principio. Serán de temática en la línea del canal, se tocarán todos los aspectos de la vida: salud, alimentación, cultura, cocina, naturaleza, economía, sociedad, arte etc.. siempre bajo el toque distinto del voluntariado, acción social o investigadora de una ONG, fundación o institución. Contaremos con las siguientes secciones o grupos de producción y contenidos:

#### **- ONG**

Se pedirá en un principio a las ONG el material de archivo del que disponen. Adquiriendo los derechos para su emisión. Esto será tanto para las grandes como para las pequeñas. Hay una gran fuente en las innumerables asociaciones y ONG, que disponen de un extenso material y continuarán produciendo.



### **- EUROPA**

Se creará una sección de la CE, proveyéndonos de su archivo de noticias gratuito y subvencionado. Haremos hincapié en la Europa de la ampliación. Actualmente la CE es la comunidad que más invierte en proyectos de desarrollo en todo el mundo. Haremos una sección fija de montajes con este material.

### **- FUNDACIONES**

Al igual que las ONG estas disponen de material histórico. Pero también puede ser una fuente de ingresos al poder contar con especiales en una sección propia.

### **- INSTITUCIONAL**

Organizaciones como ONU (UNICEF, UNDP, FAO, OMS, etc.) tienen un gigantesco archivo audiovisual resultado de muchos años acciones en todo el mundo. Material que, dado el carácter fundacional de ONU, puede ser emitido sin coste por el canal que lo desee después de un riguroso proceso de selección ética. El equipo de creación del canal Humania lleva dichas negociaciones en un proceso muy avanzado. Otros como ministerios, comunidades autónomas, y ayuntamientos tendrán su ventana para dar salida a sus producciones.

### **- MERCADO**

A un coste muy asequible se pueden comprar grandes documentales en el mercado con temas de nuestro interés. También podríamos contar con producto de las cadenas españolas o extranjeras por medio de acuerdos de participación.

### **- PRODUCCIÓN PROPIA**

Se harán de vez en cuando producciones sencillas además de nuestros propios programas; o documentales elaborados cuando el presupuesto lo permita. Se realizarán reportajes para informativos, eventos, conciertos, entrevistas, especiales. Habrá directos, aunque la mayor parte vendrán de la red Mundo 21, que nos suministrará permanentemente producto.



### **- MUSICALES**

Bloque fundamental dentro del canal que cuenta con un 20% de presencia en la programación. Tendrá una temática hacia la música del mundo tanto tradicional como en sus vertientes actuales siempre desde el prisma de la diversidad, la cultura y la variedad. Se emitirán videoclips, eventos, entrevistas, documentales.

En un principio serán casi todas adquisiciones aunque con el tiempo se podrá ir produciendo especiales, incluso crear un sello propio para difundir por otros medios.

### **- AGENDA-INFORMATIVO**

Empezaremos con una agenda diaria de 10' a 15' a modo de rótulos sobre la pantalla que nos dará la información más actual en noticias y acontecimientos en la línea del canal. Esto irá derivando poco a poco hacia un espacio informativo real, distinto, que debe ser el elemento principal que marque la línea editorial del canal. Un informativo que conectará en directo con puntos de interés como el foro de Porto Alegre, la sede de UNICEF en suiza o un campo de refugiados en Jordania, por ejemplo. Pero que a medida que la red en broadband para educación y desarrollo Mundo 21 vaya ganando en número de terminales, estos se convertirán también en puntos de acceso para ser utilizados como conexiones en directo para el informativo. Así, por ejemplo, podría ser que conectásemos con una escuela en Mauritania donde un voluntario nos informa de la llegada de un programa de potabilización del programa ECHO de la Comisión Europea.

### **- DEBATE**

En esta sección semanal de 1 a 2 horas nos encontraremos con la opinión de los mejores expertos en cada materia, generalmente no se tratará de figuras mediáticas pero sí eminencias en todos los temas desde otro punto de vista. Premios nóveles alternativos, o de la paz, luchadores de causas benéficas, filósofos, líderes espirituales, etc... De nuevo conviene remarcar que la creación y expansión de la red en broadband Mundo 21 permitirá que entre los invitados físicamente al estudio de debate, se encuentre una o más pantallas con participantes por videoconferencia desde alguno de los puntos donde haya una terminal de dicha red. Desde un joven estudiante en una región en vías de desarrollo hasta cooperantes, expertos, críticos, etc.

Esta estructura comunicativa y/o de puesta en escena será también utilizada en programas con foros juveniles o para personas de edad avanzada diseñados para una segunda fase de programación del canal Humania.

### **- TESTIMONIO**

Se trata de un espacio en el que voluntarios y profesionales de muy diferentes facetas sociales exponen los motivos que les ha llevado a esa práctica, sus satisfacciones, experiencias, fracasos, anécdotas, ambiciones, etc.

### **- BUZÓN**

Oportunidad para que la gente de la calle de su opinión a través de la imagen vía webcam o cintas enviadas o mediante convocatoria pública en un lugar determinado. Tendrá mucha conexión con el portal de internet.

## **5. PUBLICIDAD**

Nuestro espacio para spots comerciales de las empresas, organismos, fundaciones afines a los valores que defiende Humania. Será pues el principal bloque de ingresos al canal. Este deberá ir aumentando paulatinamente y nunca cortará programas.



## **6. PROMOS Y AUTOPROMOS**

Estarán en constante producción. Editadas por nuestros equipos de producción propia. Buscarán destacar programas o eventos relevantes y fidelizar audiencia. Es fundamental un exquisito trato icónico, calidad y fuerte personalidad de canal.



## 7. FINANCIACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS

Contamos con que la plataforma no nos va a pagar el primer año.

Partiendo de la gestión desde una fundación podremos recibir ingresos de otras fundaciones, subvenciones o cualquier otra colaboración de asociados a nuestro proyecto. La Comisión Europea, ONU, y algunas fundaciones ya están interesados en colaborar en el proyecto de diferentes maneras.

La principal fuente de financiación directa, sobre todo al principio, será la participación en publicidad y la cesión de espacios y aporte de contenidos:

**PUBLICIDAD:** empresas y organismos colaboradores se podrán anunciar siempre que reúnan nuestros requisitos de participación.

**“VENTA” DE ESPACIOS:** podremos ceder una franja a una fundación u organismo que quiera tener un espacio con cierta identidad e interés notable. Esta franja se “venderá” y tendrá cierta independencia económica pudiendo llegar a hacer producciones siempre manteniendo el estilo y los contenidos.

**APORTE DE CONTENIDOS:** Aunque mayoritariamente la programación se hará comprando producto según un precio/hora, otra forma de colaborar será mediante el aporte de contenidos de forma gratuita. Es el caso del material de archivo y documentales de la UE y la ONU y productoras de carácter social.

**INGRESOS POR BENEFICIO:** como concepto de fundación los beneficios se reinvierten en la producción, por lo que el presupuesto deberá ir aumentando a medida que crezca el canal.

**INGRESOS POR AUDIENCIA:** ingresos por aumento de la audiencia. Aunque empezamos sin ingresos al principio, iremos ingresando a partir del segundo año y en aumento.

**VENTA DE MARCA:** si conseguimos un canal con identidad podremos vender el formato a otros países.

**SUBVENCIONES:** Dado el carácter social y benéfico de la Fundación Mundo 21 y del canal temático Humania son numerosas las subvenciones a las que se puede optar tanto de ámbito local como nacional o europeo.



## 8. EQUIPO

El Canal estará constituido por dos órganos complementarios fundamentales y con gestión interdependiente. Parte del proceso de producción estará contratado por ahorro económico o imposibilidad de ejecución

Estará formado por:

### LA FUNDACIÓN MUNDO 21

---

Será el órgano de gestión de todo el sistema formado por la red Mundo 21 y el canal Humania. Estará constituida por:

- Presidente
- Director
- Consejo de patronos
- Secretaría
- Asesores sociales
- Asesores de diferentes medios de comunicación
- Asesores de ONG y fundaciones

### LA PRODUCTORA IMAGO HUMANIA

---

Es la encargada de hacer productos propios totalmente terminados, así como las promos y autopromos para el canal HUMANIA. Además de comprar y verificar, antes de su emisión, productos ajenos para el mismo. Dicha productora estará formada por:

- Director de Cadena
- Director de producción
- Jefe de producción
- Ayte. de producción
- Secretaria de producción y dirección
- Realizadores
- Aytes de realización
- Operador de cámara
- Montadores
- Redactores
- Guionistas
- Documentalista y videoteca



La Fundación Mundo 21 contará además con otras empresas para generar producción y continuar en sus objetivos: la implantación y expansión de la red en Broadband Mundo 21 para educación y desarrollo sostenible en aquella región del planeta que se considere necesitada.

#### LA DISTRIBUIDORA MUSICAL ARTS HUMANIA

Gestiona la adquisición de derechos musicales para la emisión y la distribución por otros medios. Se encargará, junto con la productora de televisión, de la realización de eventos para su posterior difusión. Se creará el sello ARTS HUMANIA que tendrá carácter independiente y una gran parte de sus beneficios repercutirán en la fundación Mundo 21. Contratará los servicios de producción, marketing y distribución en el lanzamiento al mercado de sus productos. Estará formada por:

- Director de producción
- Director artístico
- Secretaría

#### LA WEB MUNDO 21.ORG

Además de la web site [www.humania.tv](http://www.humania.tv) en la que se podrá encontrar toda la información de programación, históricos, previas, links, contacto con la redacción, etc, y dado que el canal temático Humania es una parte complementaria de un sistema en broadband dedicado a la educación y el desarrollo sostenible llamado Mundo 21, esta nos remitirá a [www.mundo21.org](http://www.mundo21.org)

Esta web site estará muy relacionada con la red MUNDO 21; manteniendo el enlace con otras terminales las 24 horas. Se podrán tener vínculos con las webs de nuestros colaboradores. Estará gestionada en un principio por:

- Director de la Web
- Webmaster
- Redactor

#### LA EDITORIAL FORO HUMANIA

Publicación de estudios, artículos, ensayos o investigaciones sociológicas en torno al voluntariado, desarrollo sostenible, antropología, educación, derechos humanos, etc...

Equipamiento técnico de la productora, distribuidora y producción de web.

- oficinas con mini plató, de unos 200 m cuadrados.
- equipo de grabación en DV
- equipo de edición en DV y BETACAM DIGITAL
- equipamiento de producción y redacción.
- Soporte informático.
- equipo de etiquetado
- videoteca

Se contratarán los servicios para la producción propia: doblaje, subtulado, transporte, asesoría jurídica, y medios técnicos para grabación y emisión.

## 9. LÍNEA DE CONTENIDOS



- UN IN ACTION. Serie de documentales creados hace ya más de 20 años de las acciones humanitarias que hace ONU por el mundo. Permiten la posibilidad de hacer un documental posterior de seguimiento de una determinada acción o programa.
- ECHO. Oficina de la Comisión Europea para el desarrollo. Tiene documentales propios.
- VISION GLOBAL. Reportajes de diferentes agencias de noticias o grupos mediáticos con un tema humanitario o de educación, etc.
- EL FACTOR HUMANO. Un periodista-editor nos comenta brevemente el documental que vamos a ver a continuación. Se trata de una producción de calidad que en casi todos los casos habrá cosechado premios internacionales de prestigio. Al finalizar la proyección, el periodista-editor nos amplía datos sobre ese tema con bibliografía, direcciones de internet o una entrevista al responsable (director, productor) de ese documental.
- LOS RITMOS DEL MUNDO. Programa de las músicas del mundo. Generalmente será la proyección de un documental musical de un tema humano concreto. También se podría ver un concierto por una causa específica humanitaria, o producciones de línea antropológica o etnográfica de viaje musical por el planeta.
- ECO MEDIA. Programa dedicado al medio ambiente. Programas locales y europeos, actuaciones concretas, consejos, seguimiento, agua, desertización, hábitats, sostenibilidad, etc.
- PRIMERA PERSONA. Testimonio de un cooperante, voluntario, etc, que dedica parte de su tiempo a una acción del tipo que sea, dentro de una ONG, fundación u organización.
- CONVOCATORIA. Agenda informativa de diversas actividades. Subvenciones, llamamientos, intercambios, acciones, programas, etc. Este espacio se convertirá en un informativo en cuanto la capacidad de producción lo permita.
- LA ESQUINA. Una especie de “Hide Park corner”. Al que acudirá todo aquel que quiera dejar una opinión de no más de 1 minuto.
- ENCUENTRO. Programa semanal en el que diferentes expertos, generalmente con distinta opinión sobre un tema, debaten. Puede ir previo al debate un documental ilustrativo o no. Los debates versarán generalmente sobre Derechos Humanos.
- UNA MIRADA AL MUNDO. Espacio en el que se proyecta una película de ficción de largometraje cuya temática está dentro de los contenidos del canal.