

Cadre de référence des TVC membres de la Fédération des télévisions communautaires autonomes du Québec

Les télévisions communautaires autonomes (TVC) sont des organismes à but non lucratif, incorporées sous la Partie III de la Loi sur les compagnies. Elles œuvrent en production télévisée locale ou régionale, à diffuser sur le canal communautaire de leur territoire. Les télévisions communautaires autonomes adhèrent à des valeurs et des principes, qui les guident et dont elles font la promotion.

Énoncé de principes et de valeurs

La télévision communautaire est **animée par des valeurs** de démocratie, d'identité collective, de solidarité, d'engagement, d'équité, de respect de la dignité humaine. Elle affiche une indépendance face aux voix officielles.

Le **mandat premier** de la télévision communautaire est la production télévisée, soit la réalisation, pour le bénéfice du canal communautaire, d'émissions, de séries, de documents, de capsules, de messages promotionnels, de messages publicitaires, qui sont en lien avec la communauté et le milieu qu'elle dessert.

La **programmation** d'une télévision, indépendamment du temps de diffusion qui lui est imparti, offre un choix varié d'émissions, tant dans leur forme que dans leur contenu et qui reflètent les réalités et les intérêts des différents groupes de sa communauté.

Son **territoire d'action** est déterminé par un lien géographique précis, identifié dans ses statuts (*règlements généraux*). Sauf exception, il s'apparente souvent au territoire d'une municipalité, d'un ensemble de municipalités ou d'une MRC. Le territoire d'action d'une TVC correspond généralement à son **territoire de diffusion**, délimité par la zone de desserte déterminée par la licence accordée à l'entreprise de câblodistribution. À celle-ci peuvent s'ajouter, par des ententes de diffusion, d'autres zones de desserte sous licence.

La télévision communautaire encourage la **participation du milieu**, autant dans sa vie associative que dans la programmation. Elle vise ainsi à s'assurer d'une réelle représentativité des différents membres de la communauté, tout en favorisant le partage des compétences entre le plus grand nombre. Les TVC font preuve de souplesse et de convivialité afin de s'assurer que l'accès aux ondes est abordable et accessible à tous.

La TVC a aussi **un mandat de formation**. Par l'accompagnement et l'intégration à sa production régulière, elle permet l'acquisition de connaissances, d'expérience et de compétences des individus, dans les activités reliées à la communication et de la production télévisée : recherche, journalisme, animation, entrevue, cadrage, éclairage, prise de son, montage, réalisation, etc.

Cette approche participative, fondée sur une notion d'**éducation populaire**, ne vise pas que l'apprentissage individuel de compétences professionnelles. Elle propose aux membres de la communauté l'apprentissage de la réflexion critique. La TVC a pour objectif de **favoriser la prise de parole**, de **partager les outils de la communication** et de **redistribuer le pouvoir de l'information** avec le plus grand nombre. Elle permet ainsi le développement d'une présence de plus en plus grande et de plus en plus inclusive de toutes les couches de la population sur le terrain de la communication.

Par le maintien d'un organe d'information et d'un outil de communication locale, la TVC contribue au **dynamisme et à la vitalité régionale**. Elle s'appuie sur une vision endogène du développement, par la mise à contribution optimale des ressources du milieu. Elle préconise une approche d'économie sociale, de développement viable et durable. Elle développe une approche communautaire qui tient compte des situations particulières afin de les inscrire dans une préoccupation collective.

La TVC s'assure de sa légitimité par une bonne représentativité de l'ensemble de **ses membres**. Elle favorise une implication dynamique des membres au sein de l'organisation. La TVC fait du recrutement auprès des clientèles suivantes : les auditeurs qui sont abonnés au câble, les individus et les organismes qui font appel à la télévision et qui sont générateurs de contenu, les bénévoles, les employés, la population qui habite le territoire, les institutions et les entreprises.

Adopté en assemblée générale annuelle le 23 octobre 2004