

---

## **En Foco**

***Comunicación mediática:  
Una mirada plural***



Espacio Abierto **Cuaderno Venezolano de Sociología**  
ISSN 1315-0006 / Depósito legal pp 199202ZU44  
Vol. 14 No. 3 (julio-septiembre, 2005): 335 - 357

## **Entre espejos y espejismos: La televisión pública en Uruguay**

*Rosario Radakovich\**

---

### **Resumen**

El artículo analiza las modalidades de reconversión y adaptación de los canales públicos a la tercera generación de medios audiovisuales, en un contexto de globalización y mundialización de la cultura. Varios estudios coinciden en la relevancia de la televisión pública como forma de garantizar un espacio para la discusión y el interés general. En este sentido, la televisión pública podría reflejar en su pantalla contenidos alternativos a los seleccionados por el mercado. El trabajo analiza la televisión pública en Uruguay en los últimos años, comparando el canal municipal de Montevideo Teve Ciudad (en televisión cable) y el canal público nacional (Canal 5). En particular, se analiza la instalación de la televisión cable municipal (Tevé Ciudad), como canal de proximidad que desarrolló una política de difusión masiva de la cultura local.

**Palabras clave:** Televisión pública, canales de proximidad, América del Sur, políticas de comunicación.

---

\* Universidad de la República. Montevideo, Uruguay. E-mail: rosario@fhuce.edu.uy

## Between Mirrors and Mirages: Public Television in Uruguay

---

### **Abstract**

The article analyses the of re-adaptation of public television channels to the third generation in audiovisual media, in a context of globalization and world-ification of culture. Several studies agree that the function of the public television should be to guarantee a space for the public interest in general. In this sense public television would be a space where alternative contents not selected by the markets would have a space. This paper analyses the changes that have occurred in public TV in Uruguay over the last few years, comparing the differences between the municipal channel (cable) in Montevideo city (TV Ciudad) and the national public channel (Channel 5). In particular, the installation of municipal cable TV (City TV) is analyzed as a channel which is developing a massive diffusion of local culture.

**Key words:** Public television, local channels, South América, communicational policies.

Varios son los espejismos que se apoderaron en la última década de América Latina reforzados por las promesas neoliberales de justificación política a la pérdida de centralidad del Estado y privatización de "lo público", acompañadas por la fantasía de identificación global como representación culturalmente legítima y hegemónica sobre las identidades locales. Las políticas estatales de cultura -en el ámbito de mayor centralidad en el consumo cultural, como es la televisión-, también fueron escenario de estos espejismos.

La distorsión se tradujo a la pantalla televisiva a través del debilitamiento de la función social de la televisión pública, asociada a la representación de la diversidad cultural, intereses sociales y pluralismo político de la sociedad en su conjunto. Las imágenes perdieron su conexión social, y a la vez, la sociedad quedó desprovista de referentes televisivos "propios" -proporcionados desde la esfera pública-. A cambio, las nuevas imágenes fueron proporcionadas crecientemente por el mercado a través de empresas nacionales y crecientemente transnacionales.

La internacionalización de la televisión y el incremento de la penetración de las nuevas modalidades televisivas de servicio pago tales como tele-

visión por cable, señal y digital -en este caso a expensas de la estratificación creciente del acceso- colaboraron, en términos generales, en este proceso. Como contrapartida, la oferta televisiva se multiplicó y segmentó.

Los canales de televisión pública han debido sobrevivir durante este período en estructuras estatales prácticamente desmontadas en términos de disponibilidad de financiamiento, posibilidades de innovación en la gestión y profesionalización de los recursos humanos, renovación de la infraestructura técnica y capacidad de producción -especialmente ficción-. A ello cabe agregar una cierta injerencia política sobre el diseño y mecanismos institucionales de gestión, que suman a trayectorias históricas colmadas de cuestionamientos y desconfianzas sobre los márgenes de autonomía política y la politización de la pantalla.

Estas políticas confinaron crecientemente la televisión pública del Cono Sur a las reglas del mercado, atada en mayor o menor medida a imposiciones del rating a través de la reestructuración institucional para lograr un financiamiento publicitario de la programación (Canal 7, Argentina), la terciarización de los espacios televisivos públicos a productores privados (Canal 5, Uruguay), entre otras modalidades de reestructuración privatizadora. Así, las políticas de programación de la televisión pública quedaron imbuidas en un escenario de liberalización, desregulación y privatización, que debilitó la capacidad de producción audiovisual pública local.

El agotamiento de estos modelos de televisión pública desencadenó, un nuevo viraje o impulso renovador, tan inesperado como la reconversión política de estas sociedades en estos últimos años, que se propone recuperar desde el Estado un espacio estratégico para el ejercicio de la ciudadanía cultural, como es la televisión. Esta búsqueda de nuevos modelos de televisión estatal, más públicos que estatales, enfatizó la necesidad de que sus imágenes constituyan de cierta forma nuevos *espejos*, en representación de la ciudadanía en su conjunto. Se propuso otorgar legitimidad a la pantalla pública, recuperar la función social originaria de los canales públicos, pero bajo nuevas modalidades televisivas, en un nuevo contexto comunicacional de instalación de la tercera generación de medios audiovisuales.

En esta búsqueda se encuentran nuevas propuestas televisivas de canales regionales y locales, "*de proximidad*" (Bernat López, 1998) en las que puede vincularse imágenes, temáticas, tipo de contenidos, estéticas y formatos televisivos a los intereses de buena parte de la sociedad local. Las nuevas propuestas de televisión pública señalan en cierta medida la recuperación de los "espejos quebrados" (utilizando la expresión de J.J. Brunner) de los países de la región durante los períodos de dictadura entre los 70 y 80, así como el desmantelamiento de lo público durante la década de los 90.

La experiencia de Tv Cultura de San Pablo constituye uno de los referentes históricos en la producción cultural y educativa para los canales locales de televisión pública de la región. Tv Cultura, creado en 1969 constituye un canal cuya organización -basada en el modelo inglés- está gestionada por un Consejo Representante que integra diversas instituciones públicas y privadas de la sociedad paulista. Su propia estructura administrativa se ha constituido como la principal barrera institucional a las presiones estatales y privadas sobre la emisora. Sin embargo, Tv Cultura sigue siendo un canal dependiente del estado de San Pablo ya que la casi totalidad de sus recursos provienen del presupuesto estadual.

El canal es considerado por varios analistas como un ejemplo de *democracia y pluralidad* en los medios brasileños (Sader, 2000). Esta consideración se sustenta en la actual programación del canal, combina cuatro perfiles temáticos bien diferenciados: educación, cultura, información y entretenimiento<sup>1</sup>. Entre estas temáticas, es destacable el énfasis en el rol educativo de la emisora, produciendo programas como complemento escolar. Asimismo, el canal procura garantizar una información periodística independiente, plural y pedagógica. Para ello incentiva el debate a través del mantenimiento de un canal de comunicación abierto al público.

En Uruguay, la creación de Tevé Ciudad -Canal 24- a partir del cableado de la ciudad en 1996, replanteó el rol de la televisión pública del país impactando por las nuevas modalidades de programación y gestión institucional, así como por su origen en una gestión de gobierno de izquierda. El canal expresó un modo posible de adaptación de la televisión estatal en la globalización mediática a través de la reterritorialización de las culturas e identidades locales planteadas desde su programación.

1 De acuerdo a la perspectiva de Laurinho Leal Filho (2000), el canal ha contado con cuatro líneas de programación relevantes a nivel histórico. Una primera línea constituye una política elitista que está en el origen de la emisora, la cual procuró contrarrestar la presencia de lo "popularesco" en la televisión comercial. Una segunda, tiene que ver con las tentativas populistas de búsqueda de audiencia, vigente en momentos que el canal tuvo bajos índices de audiencia. Una tercera línea procuraba conciliar o equilibrar las tendencias anteriores, a través de una programación mixta, con algunas propuestas elitistas y otras más populares orientadas a la obtención de altos niveles de rating. Por último, se instrumenta una propuesta de carácter popular, que busca consolidar al canal como una vía para la expresión de opiniones y manifestaciones culturales de toda la sociedad.

La imagen que fue configurando el canal en sus primeros años de producción, mantuvo un relativo anclaje institucional, constituyendo una parte de la política audiovisual de la Intendencia Municipal de Montevideo. Sin embargo, ello no ha tenido implicancias político-partidarias unívocas en la definición de la grilla de programación.

Recientemente, otra experiencia en el cono sur surgió con Ciudad Abierta (2003), un canal de televisión público de carácter municipal, montado en la televisión cable de la ciudad de Buenos Aires. El canal constituye una nueva apuesta estatal-local innovadora, en un marco de gestión de gobierno progresista. Se trata de un canal de televisión pública con énfasis local, cuyo ámbito de representación es la ciudad, caracterizado como "cultural", con estéticas innovadoras. Pero la programación plantea rescatar segmentos culturales -en una perspectiva más amplia que la artística- basada en las representaciones sociales de la ciudad en programas como "Personajes en la Ciudad" o "Cocina en la ciudad". A la vez juega con la lógica de instantaneidad y video clip, a través de imágenes innovadoras de la ciudad. Un ejemplo de ello es "20 segundos en...", programa donde la cámara se detiene por veinte segundos fijos en alguna esquina de la ciudad. Complementariamente, otorga relevancia a la función de información y difusión de las actividades culturales de la ciudad, así como se propone "reflejar la vida de los vecinos de Buenos Aires" (Noticias, 24 de julio de 2003). Se trata de un canal financiado por el municipio y que no cuenta con propagandas comerciales.

En este escenario de recuperación de la proximidad y de los contenidos locales en la televisión pública de la región, el artículo se focaliza en el caso uruguayo, analizando las transformaciones de la televisión pública en los últimos años.

### **Recomposición del mapa televisivo en el Uruguay: desencuentros entre consumo y política**

En términos de consumo cultural, estudios recientes revelan la centralidad del consumo televisivo en la vida cotidiana de la mayoría de la población uruguaya. Alrededor de las dos terceras partes de la población le dedica tres o más horas diariamente (58%) a la denominada "caja mágica", a lo que debe agregarse que "mirar televisión" es considerado como una de las actividades favoritas en el uso del tiempo libre (62%) de los uruguayos (Achugar, 2003).

Pese a ello, el espacio que ocupan los canales de televisión públicos y privados es muy dispar en las preferencias de la sociedad en su conjunto. *La televisión estatal concentra el interés de una tercera parte de la población (32%),* mientras los canales privados abiertos concentran las mayores

preferencias en cuanto al consumo de televisión uruguaya (alcanzando el 80% de las preferencias a nivel nacional).

Asimismo, prácticamente la totalidad de los uruguayos considera necesaria la existencia de los canales públicos en el país y valoran la presencia de medios públicos basados en la percepción de una programación diferencial frente a la que presentan los medios privados, caracterizada fundamentalmente por los "espacios culturales-artísticos".

Esta percepción, plantea varios aspectos de debate interesante sobre el escenario televisivo del Uruguay; que actualmente, cuenta con dos canales de televisión público (Tveo en televisión abierta y Tevé Ciudad en televisión cable en Montevideo), tres canales de televisión comercial abierta (4, 10 y 12) y la Red Uruguaya de Televisión Sociedad Anónima -de propiedad compartida de los tres canales comerciales-, red de transmisión al Interior de la República.

Paralelamente, la llegada del cable al país -una década atrás- multiplicó el número de canales disponibles en todo el país y diversificó las propuestas en términos de programación, antes acotadas a la televisión abierta. Igualmente, se ha constatado que la multiplicación -relativa- de canales propiamente locales en todo el país, a partir de la instalación del sistema de televisión cable no ha suplantado el espacio que los canales públicos tienen en las preferencias televisivas.

Los canales privados de televisión abierta, por su parte sólo recientemente han adoptado un modelo de programación que otorga una centralidad mayor a la producción local, mientras tradicionalmente, su propuesta se ha sustentado en la importación de numerosos programas argentinos y norteamericanos, así como telenovelas venezolanas y brasileñas. El ámbito de lo nacional en televisión privada, fue acotado a informativos, algunos programas de opinión, humorísticos y deportivos. Entonces, si bien los canales de televisión abierta privados aún concentran las mayores preferencias televisivas, es de destacar que no han cubierto todas las expectativas de abordaje temático que la sociedad uruguaya se propone ver en televisión.

Sin embargo, en buena medida, los canales públicos han adoptado la estrategia de llenar espacios temáticos poco valorizados por los canales privados, lo cual no necesariamente traduce -de forma íntegra- la función social que los canales públicos deben cumplir; pero ciertamente, les otorgó un espacio de reconocimiento por algunos sectores de la población nacional.

En los últimos dos años, los canales de televisión privada abierta, así como algunos canales de televisión por cable de reciente creación en Montevideo -Tv Libre y Vtv- han revalorizado la producción audiovisual nacional y el ámbito de representación local en sus grillas de programación. Se incrementó la apuesta a los programas propios y una ampliación de los repertorios, incor-

porando programación sobre temáticas sociales y políticas, así como han focalizado en la difusión de imágenes nacionales, incorporando el interior del país, minimizando la emisión de programas importados y apostando, en cierta medida a la cultura artística nacional y la geografía local, espacio asociado mas propiamente a las imágenes de los canales públicos del país.

Evidentemente, este proceso ha sido relativo, pero plantea desafíos para la televisión pública en tanto, parte de los “modelos exitosos” de programación, temáticas y figuras destacadas que se inician en los canales estatales son luego captados por los canales de televisión privada. La televisión pública queda entonces asociada a una antesala o sala de ensayos, que en casos exitosos, “fuga” hacia el ámbito privado.

A ello debe agregarse algunas condicionantes en cuanto a la regulación de los medios de comunicación en el Uruguay, que afectan la estructura de organización del sistema televisivo del país (diversidad de medios, pluralidad, etc.), así como los modelos de programación y diseño de grillas de los canales públicos y también la gestión y asignación de recursos para los mismos. El organismo recientemente creado para tal función, la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) ha tenido algunas iniciativas de control de la legislación vigente en torno a la propiedad de los medios –contra la oligopolización de los mercados- y en torno al cumplimiento de la normativa y protección de los usuarios, en lo que televisión cable refiere por ejemplo. Sin embargo, estas iniciativas han sido claramente insuficientes y plantean un escenario poco claro en términos de políticas televisivas.

El contexto actual de medios de comunicación en Uruguay, denota una importante concentración de los medios privados de televisión abierta y cable (García Rubio), así como la fortaleza de los grupos de presión empresarial sobre los mecanismos de financiamiento de los canales públicos, entre otros.

Si bien este contexto ha debilitado el rol que la televisión pública uruguaya podría tener en el marco de la oferta televisiva nacional, la incorporación de Tevé Ciudad al circuito público de canales de televisión en 1996, constituyó un importante factor de innovación en la forma de organización y selección de contenidos para el contexto audiovisual nacional. Sus propuestas reelaboraron el ámbito de lo público y establecieron un modo nuevo de articulación con la localidad. Consecuentemente, planteó un nuevo modelo de gestión y producción televisiva para el ámbito estatal, lo cual impactó directamente sobre el canal estatal nacional.

## **El legado histórico de la televisión pública uruguaya: Canal 5**

Históricamente, el único canal de televisión pública en el país es **Canal 5**, hoy denominado "**Televisión Nacional**" y cuyo nombre fantasía actual es "**Tveo**". El canal cuenta con más de cuarenta años en el país, habiéndose inaugurado el 19 de junio de 1963. Se trata de un canal de televisión abierta, con alcance nacional a través de un total de 18 canales repetidores en distintas ciudades del Interior de la República. Gracias a esta ampliación, relativamente reciente del Sistema Nacional de Televisión, el acceso al canal es prácticamente total en el país.

A través de la larga historia del canal se ha cuestionado el modelo de gestión y los márgenes de autonomía política desde diversos sectores de la opinión pública. En lo que refiere a gestión, el canal se constituyó históricamente como una Unidad dentro del Servicio Oficial de Radiodifusiones del Estado (SODRE), dependiente –a su vez– del Ministerio de Educación y Cultura. Por tal motivo, los objetivos y mecanismos de financiamiento del canal estaban sujetos a los designios del Consejo Directivo del SODRE, así como a la estructura del organismo, en tanto encargado de la difusión de expresiones de la cultura artística clásicas como la Orquesta Sinfónica, el Cuerpo de Baile y el Coro del Instituto, con dos salas de concierto; el desarrollo de un departamento de CineArte y también cuatro radios FM y tres radios AM.

Actualmente, y desde el año 2003, el canal depende administrativamente directamente del Ministerio de Educación y Cultura, lo cual plantea a futuro una reconsideración de los objetivos del canal, así como nuevas alternativas de funcionamiento y autonomía presupuestal. De todas formas, debe destacarse que el canal no ha sido pensado ni administrado hasta el momento como una empresa pública.

En términos de gestión institucional y políticas de programación se ha cuestionado fundamentalmente la venta de espacios a productores privados, quienes realizan los programas y venden publicidad para financiarlos; así como los criterios de selección de los programas (temáticas, formato) que finalmente llegan a conformar la grilla de programación.

Actualmente, la producción de programas en Televisión Nacional se realiza mayoritariamente a través de las coproducciones con el sector privado, proceso que comenzó en la década del '80 y que se terminó de instalar en el canal en los últimos años. Durante este período el canal contó aproximadamente con 40 coproductores o socios privados para la elaboración de la grilla de programación, según declaraciones públicas del Director actual del canal.

En términos de independencia política, la dirección del canal ha sufrido con recurrencia “vaivenes” administrativos asociados a nivel de la opinión pública a acciones políticas. A pesar de esta situación, el período post-dictatorial (1985 en adelante) se ha caracterizado por la convocatoria a personalidades de destaque público a la dirección del canal. Igualmente, las gestiones han sido objeto de debate público y político, así como de numerosas presiones del sector privado. Este contexto negativo ha terminado sucesivamente con la renuncia de los mandatarios designados inicialmente en tres gestiones de gobierno, truncándose los planes de innovación y modernización del canal que habían sido propuestos por los mismos.

Sin embargo, las últimas dos gestiones del canal alcanzaron a modificar parcialmente la estética, mejorando la imagen y el sonido y reconvirtiendo parte de sus propuestas; resaltando algunos programas a través de la incorporación de figuras de trayectoria a los informativos y programas de opinión o debate. Desde el punto de vista del Director en el período 2002-2004:

“(…)es un canal cultural, de entretenimientos, de información. Eso no quiere decir un canal aburrido: eso quiere decir un canal que ofrezca opciones diferentes a los canales comerciales, tratando de elevar el nivel cultural de la población, de modo que tenemos un compromiso con la ética, con la moral, con la educación, que no necesariamente pasa por clases académicas aburridísimas, sino por mostrar cosas entretenidas para otro tipo de gente. Pongamos un ejemplo: cuando los sábados de noche transmitimos el oratorio “El Mesías” de Haendel, un oratorio que dura 2 horas y media, lo hicimos en un momento que los otros canales estaban emitiendo seriales y programas completamente distintos, de entretenimiento(… ). Fue un éxito: había mucha gente de edades medias y altas -no nos olvidemos que la nuestra no es una población joven- (…).”Entrevista a Ramiro Rodríguez Villamil, actual Director de Tveo en el programa “Quién es Quién”, realizada por Gustavo Vaneskahian en Diamante FM y FM Cielo, 2002.

En términos de recepción, el canal ha logrado que una cuarta parte (el 26%) de la población uruguaya señalara Tveo entre los tres canales de televisión “que ve más” de la oferta nacional. Sin embargo, existen ciertas diferencias en la preferencia del canal entre Montevideo e Interior. Mientras en Montevideo el 23% prefiere el canal estatal, en el Interior del país la cifra asciende al 29%. También existen diferencias en torno al perfil de público.

Tal como expresaba el actual Director del canal, el perfil de los televidentes del canal tiende a concentrarse en las edades medias -entre 30 y 59 años- y altas -60 y más- de la población del país. Las mismas representan para el primer caso, alrededor de la mitad del público del canal (55% en Montevideo y 49% en el Interior) y para el segundo supera la cuarta parte del público total (27% y 28% del público respectivamente). Es interesante que la

preferencia del público de mayor edad sea mayor por el canal estatal que sobre otros canales nacionales<sup>2</sup>.

En cuanto a la capital del país, existe una diferenciación interesante del público de Tveo frente a otros canales, dado que concentra mayor interés relativo entre aquellos que cuentan con un nivel educativo medio y alto. Prácticamente la tercera parte del público del canal tiene nivel terciario (32%). Asimismo, concentra un público de ingresos medios (entre U\$S 200-U\$S 500 según cotización de octubre 2002), empleado en ocupaciones profesionales, oficinistas, operarios calificados y vendedores de comercio entre otros. Por último, el 54% del público de Tveo ha asistido a clases o practicado alguna actividad artística en su vida, frente al 46% del público de otros canales, lo que otorga cierta relevancia a la programación artística que ofrece el canal.

Actualmente, la grilla de programación del canal es variada, *centrándose en periodísticos -principalmente deportivos, socio-culturales, políticos y económicos - e informativos; televisión educativa y cultural*, predominando una *percepción tradicional y culta de la cultura artística* así como una concepción de recuperación del patrimonio histórico-cultural asociado a la difusión del capital cultural museístico y el mantenimiento de los vínculos entre las colectividades de inmigrantes históricas del país y las actividades que ellas realizan en el país.

Asimismo, dedica un espacio interesante para el *entretenimiento de los niños* y por último dedica un cierto espacio a la programación documental y científica y aún menor a la ficción -caracterizada por la emisión de *películas de ficción extranjeras* de poca actualidad-. Si se realiza un análisis al interior de la programación de acuerdo a las áreas de mayor centralidad, surge la siguiente caracterización de acuerdo a cada área temática.

En cuanto a la *producción periodística*, la misma se debate entre el deporte, sociales, política y economía, así como un ámbito de representación nacional de las temáticas. Dentro de este sector de programas periodístico, el canal cuenta con numerosos programas centrados en el *ámbito deportivo* ("Aquí está el fútbol", "El club de estadio uno", "Más deporte", "Cabalga deportiva Gillette", "Uruguay de a caballo", "Básquet de gala") cuyo

2 Según los datos de la Primer Encuesta de Comportamiento y Consumo Cultural de los Uruguayos en el 2002, el 28% del público de 60 años y más mira Tveo, mientras sólo mira "otros canales" el 23% en Montevideo. En el Interior del país, la diferencia es aún mayor, este tramo de edad prefiere Tveo en un 27% sobre "otros canales" que concentra un 7% menos, es decir el 20%.

abordaje incorpora la discusión a la emisión de partidos de fútbol, turf, carreras automovilísticas y basketball de carácter nacional e internacional.

Asimismo, otros periodísticos abordan problemas de la *vida cotidiana*, de carácter general para la población tales como salud, a través de dos programas específicos (“Sentirnos bien”, “Alerta Médica”). También existen espacios para problematizar las condiciones de la producción agro-ganadera, y proporcionar la agenda de remates en el área. Esta tarea es jerarquizada desde el canal nacional, abordando la temática en horario central a medio día –antes de Tveo Informa- y a través de un programa diario “Agroinforme”, cuya función esta ligada al ámbito rural del país, ciertamente desatendido por otros medios de comunicación de alcance nacional.

Los periodísticos que abordan *temáticas sociales, culturales y políticas* (“*c@fé* versátil”, “Hoy por hoy”, “La sed y el agua”, “Buscadores”) constituyen una apuesta relativamente importante del canal y han conseguido -en algunos casos- contar con niveles importantes de preferencia del público, basados también en figuras periodísticas de reconocimiento nacional. Asimismo, se debe reconocer que las apuestas de los periodísticos son diversas, contando con diferencias importantes en cuanto al tipo de temática abordada, la forma de tratamiento de la información y tipo de conducción.

En lo referente a la programación vinculada a la *difusión de la cultura artística nacional*, la misma focaliza en expresiones tradicionales tales como el folcklore, las peñas, el tango, las artes cultas tales como la emisión de la Orquesta Sinfónica o danza clásica. A tales efectos, existe en la programación una serie de espacios dedicados a la difusión de las artes como “El mundo de la lírica”, “Piano, piano”, “Pinceladas” -sobre teatro, plástica y música-, “El mundo de la danza”, “Taller de música”, entre otros.

La recuperación del *patrimonio histórico cultural*, se realiza a través de programas como “Legado de nuestra historia” cuyo ámbito de representación se centra en la actividad museística pública. Hay que destacar, que dentro de este espacio podría ubicarse también la programación referida a las colectividades en el Uruguay (judía, armenia, italiana, española, brasileña). Se trata, en general, de espacios institucionales de las colectividades de inmigrantes más tradicionales del país, cuya finalidad es mantener el contacto con la “tierra natal” así como promocionar las actividades y festejos de las mismas en el Uruguay. Sólo en el caso de “Via Brasil” existe una política educativa de aprendizaje del idioma portugués, innovadora en la oferta general de los medios nacionales.

El *informativo* (Tveo informa) tiene tres ediciones diarias, constituyendo uno de las apuestas importantes de la programación del canal. La centralidad del mismo queda en evidencia, según el actual Director del canal:

“TVEO Informa, que es nuestro informativo, que es uno de nuestros orgu-  
llos, que es un excelente equipo de periodistas. (...) Yo estoy muy contento  
con ellos, creo que el canal del Estado tiene que tener un informativo, y tie-  
ne que ser un gran reflejo de lo que pasa en el país, respetar a la gente que  
lo ve, y que lo escucha, y mostrarle todas las posiciones para que la gente  
saque sus propias conclusiones. Hay que tener en cuenta que el informati-  
vo de un canal del Estado no es el informativo del Gobierno, es el informa-  
tivo del Estado, no es una proclama oficial de las ventajas y bellezas produ-  
cidas por el gobierno, sino que es un reflejo real de todo lo que está pasan-  
do en el país -lo bueno y lo malo-; todas las posiciones tienen lugar en nues-  
tro canal, es un informativo plural” Entrevista a Ramiro Rodríguez Villamil,  
actual Director de Tveo en el programa “Quién es Quién”, realizada por  
Gustavo Vaneskahian en Diamante FM y FM Cielo, 2002.

Las entregas se realizan a las 7:00, 12:30 y 21:00hs. y cuentan además con dos flashes informativos a las 9:55 y 19:00hs. A este respecto, cabe señalar que la tendencia del canal ha sido no competir con los canales privados, colocando el informativo en un horario diferente a la existente en los canales de televisión abierta privada.

Hace unos meses, se incorporó a la programación un espacio titulado: “Una opinión personal”, espacio de 5 minutos diarios, de lunes a viernes, luego del informativo central -a las 21:55hs.- que presenta a personalidades reconocidas en el ámbito político, cultural, social y económico del país. Este programa ha sido cuestionado, dado que su inserción en la programación coincide con el período previo a las Elecciones Nacionales y desde algunos sectores de la izquierda se lo visualizó como una forma de incidir sobre la opinión pública. El espacio generó entonces, una nueva polémica sobre la politización de la programación del canal del Estado.

Por último, resulta necesario señalar que el canal busca a través de una parte de su programación la problematización de las condiciones de vida del ámbito rural del país, lo cual se evidencia en múltiples programas (desde el “El Uruguay de adentro” hasta el propio “Agroinforme”). Pese a ello, el canal no utiliza suficientemente los canales con que cuenta en el interior del país, sobre los cuales podría ceder espacios para la producción local, descentralizando algunos bloques horarios y permitiendo una jerarquización de la agenda de cada departamento del país, así como la emisión nacional de producción local. Por otra parte, es de destacar, que la programación referida al interior del país, esta fundamentalmente dirigida a los productores rurales.

La realización de producciones compartidas con Tevé Ciudad, como fue el caso de las relacionadas al Carnaval durante el año 2002, fue un indicador de la creciente política de coordinación de actividades entre canales públicos. La puesta en pantalla del canal nacional de algunas producciones, principalmente documentales, realizados por el canal municipal (Tevé Ciudad) a través

de un convenio entre ambos canales, es muy significativo, más aún considerando que han tenido gestiones con posturas políticas divergentes.

Frente a esta propuesta del canal estatal nacional, con una estructura y abordaje relativamente tradicional en relación a otras experiencias latino-americanas, se plantea a continuación una experiencia innovadora de gestión pública de televisión a través del análisis del canal municipal de la Intendencia Municipal de Montevideo. El canal replanteó el rol de la televisión pública en Uruguay, a través de nuevas coordenadas de programación, gestión institucional y su desarrollo en el contexto de una gestión de gobierno de izquierda.

### **Innovaciones televisivas: el caso de Teve Ciudad**

La creación de **Tevé Ciudad, Canal 24**, surge en momentos en que se tramitaba el cableado de la ciudad en 1996. El municipio negocia en lugar del pago efectivo del mismo, dos formas de pago en especie: una a través de la posibilidad de emitir una señal desde las empresas de cable citadas anteriormente y otra a través de la creación de un fondo para promover la creación audiovisual nacional (Fondo Nacional de Audiovisual).

Las críticas a la decisión fueron múltiples, entre las cuales algunas argumentaban que la posibilidad de incluir un nuevo canal a la televisión pública nacional y los canales uruguayos si bien era muy tentadora no impedía el pago del cableado por parte de empresas que tenían asegurado el mercado. Basta recordar que el costo estimado de recaudación para la IMM era de casi trece millones de dólares por año entre todas las empresas<sup>3</sup>. Por otra parte, la posibilidad de tener una señal propia distribuida por las empresas de cable no incluía el financiamiento de la misma, que quedaba a cargo de la IMM (infraestructura, equipos, recursos humanos, etc.).

El convenio firmado el 6 de junio de 1995 entre la IMM y las empresas de televisión por cable señalaba expresamente la transformación del sistema de pago de las empresas hacia un pago en especie. A partir de este convenio, se crea Teve Ciudad Canal 24, el canal municipal de la capital de país, el cual sería transmitido en los tres canales de cable de Montevideo. A cambio, la IMM se compromete a que este canal no podrá utilizar propaganda comercial para su financiamiento, lo cual debilitó inicialmente la viabilidad del proyecto municipal. Además, el acuerdo acota los contenidos de la programación

3 La contraprestación estimada en el caso de Montevideo era de U\$S 800 por manzana.

informativa al ámbito local a partir de la actividad del Municipio y advierte la prohibición de programas con fines políticos y comerciales. Por último, señala que el canal tendría por finalidad *"el estímulo de la producción cultural audiovisual y de información pública institucional del Municipio de Montevideo"*.

Con estas restricciones para el diseño institucional y caracterización de los contenidos, el canal se inserta en la estructura municipal como una parte del Departamento de Comunicaciones y Prensa y comienza a planificar su modalidad de acción. A este respecto, la imagen que va configurando el canal en sus primeros años de producción, mantiene un relativo anclaje institucional, constituyendo una parte de la política audiovisual de la Intendencia Municipal de Montevideo, cuya gestión está en manos de un partido progresista. Sin embargo, ello no ha tenido implicancias político-partidarias únicas en la definición de la grilla de programación.

En este sentido, en los ocho años de existencia del canal, su dependencia frente a la estructura municipal no lo transformó en un medio oficialista del gobierno, admitiendo espacios de crítica política y social. No obstante, el tema del grado de autonomía en la gestión y las formas de compromiso de la sociedad civil han estado en debate en diversas oportunidades, e inclusive *Tevé Ciudad* ha recibido críticas importantes desde algunos sectores de la prensa más conservadora, catalogándolo como *"el canal de la izquierda"*, *"la tv bajón"*, entre otros calificativos.

Es relevante señalar que pese a las limitantes iniciales derivadas del Convenio que dio origen al canal, la creación de *Tevé Ciudad* en 1996 impactó de diversas formas a nivel local. En principio replanteó el debate sobre el rol de la televisión pública en el contexto televisivo nacional. También, la inserción de *Tevé Ciudad* en la televisión por cable en Montevideo significó una serie de desafíos para la televisión pública uruguaya ante el advenimiento de la tercera generación de medios audiovisuales, así como colocó la discusión en torno a la necesidad o no de generar espacios públicos en las nuevas modalidades de televisión paga. El origen del canal se debatió entre la regulación estatal, la negociación de intereses entre el ámbito privado y público, y la emergencia de un proyecto alternativo sin antecedentes en el país. Por tanto, esta situación hizo visible además la insuficiencia en la legislación respecto al rol que el Estado puede o debe cumplir en la producción y regulación de las nuevas tecnologías de comunicación, así como la débil reglamentación de la actividad privada en el sector.

Por otra parte, el canal expresó un modo posible de adaptación de la televisión estatal en la globalización mediática a través de la reterritorialización de la identidad local que el canal planteó desde su programación. A partir de los resultados de un estudio de la producción de *Tevé Ciudad* entre

1996 y 2002, se constató que la programación en este período se concentró en cinco grandes núcleos temáticos: la cultura-artística, la información y periodísticos, las identidades locales, la recuperación de la memoria reciente y la exclusión social.

En términos cuantitativos, el *perfil cultural - artístico* representó el 62% de la totalidad de lo producido al año 2000<sup>4</sup>. Este núcleo se compone de programas basados en distintos estilos musicales (rock, canto popular, filarmónica, etc.), literatura, fotografía, carnaval, artes plásticas, teatro, cine, entre otros. Este espacio privilegiado de la cultura artística aparece con una importante apertura, a través de una pluralidad de fenómenos, actividades e imágenes que van desde la Filarmónica de Montevideo a las historietas y superhéroes.

Las expresiones culturales sobre las que se realizó mayor énfasis fueron *la música y el carnaval* que concentran el 32% de lo producido por el canal. En este subgrupo, las claves de la *propuesta musical* de Tevé Ciudad son expresiones de amplia convocatoria social y tradición en el país, con un énfasis en música relativamente alternativa, desde el punto de vista socio-cultural (como puede rastrearse en *el canto popular, el carnaval y el rock nacional*). En segundo lugar, *el teatro* representa el 23%, seguido por las efemérides y las tandas con el 18%. El resto se distribuye entre *la plástica, la literatura y la fotografía*, entre otras expresiones, que representan cada una alrededor del 4% de lo producido.

Un segundo núcleo temático del canal estaba integrado por programas de *información y periodísticos* que representaban el 16% de lo realizado en el período. Este grupo se hizo presente a través de producciones como "Agenda", "Día a Día" y "Pensamiento Rápido" entre otros. En términos de políticas de información, el informativo del canal no fue particularmente innovador, ni en cuanto a la estética ni en términos de temáticas. Por ejemplo, en comparación con el tiempo dedicado en los canales privados nacionales al tema parlamentario en sus respectivos informativos se constata que la cobertura de Tevé Ciudad no es muy diferente - 55% del total para 1988 (Alvarez, 1988)-.

El *informativo* propiamente dicho, apareció en Tevé Ciudad en 1998 y fue inicialmente de carácter semanal y desde el año 2001 aumentó su regularidad a una frecuencia diaria. Este salto cualitativo de la información en

4 Los porcentajes se refieren al análisis de programación y producción del canal entre 1996 y 2000.

pantallas de Tevé Ciudad se sustenta en un giro de la política del canal hacia el área de promoción de la información.

Una barrera legal limitó enormemente sus posibilidades de desarrollo, ya que el contrato inicial especificó que la función informativa del canal estaba limitada a *“las informaciones (que) estrictamente se desprendan de su función municipal”*. Esta cláusula comprometió la amplitud y variedad de información y circunscribió al ámbito local la selección de noticias. Se diferenció de otras propuestas, más por sus ausencias, que por sus aportes específicos con respecto a las temáticas seleccionadas. La diferencia mayor radica es posible apreciar una tendencia a presentar discursos contrapuestos de figuras ideológicamente distantes sobre tópicos comunes. Esta estrategia comunicativa puede ser apreciada como un aporte a un debate público más democrático en un contexto poco diversificado de la oferta de noticias locales en televisión.

El tercer punto de interés del canal fue su énfasis localista, en procura de la *revitalización del patrimonio ciudadano y las identidades locales*. El peso de estos temas fue del 9% en la producción total del canal, en el período considerado -entre 1996 y 2000-. La revalorización de los circuitos barriales y regionales de la ciudad como espacio de desarrollo de relaciones sociales locales se visualizó a través de documentales como *“Clubes con Historia”*, *“Ciudad enrejada”*, *“Montevideo rural”* y *“Oficios en la ciudad”*, entre otros. Las identidades locales se debaten entre la recuperación del patrimonio histórico y la adaptación a lo nuevo, entre lo local y lo foráneo, entre el pasado frente al avance modernizador del presente. Las dicotomías marcan el paso de buena parte de la programación, en algunos casos mostrando contrastes, en otros presentando procesos de integración de múltiples identidades y subculturas que coexisten en la ciudad.

Un cuarto perfil del canal estuvo presente en la *recuperación de la memoria colectiva* especialmente en lo relacionado a *los derechos humanos y las violaciones a los mismos durante la dictadura*. Esta programación representó el 7% de lo producido hasta el año 2000. El canal emite regularmente programas y documentales referidos al período y a los desaparecidos en particular. Es ejemplo de ello los programas *“Niños robados”* (informe especial), *“Por esos ojos”* (documental), *“Día Internacional de los Derechos Humanos”* (spot), *“Estudiantes asesinados en Uruguay”* (spot), *“Golpe de Estado en Uruguay. Nunca más dictadura”* (spot), *“Marcha por los desaparecidos”* (micro).

A través de estas temáticas, el canal abrió un espacio estratégico para temas centrales de la izquierda, pero también constituye una temática política más amplia, que no quedó finalmente cerrada en la sociedad uruguaya y convoca a sectores más amplios de la ciudad y el país. El canal actúa como canalizador de opiniones y movilizaciones entre la sociedad civil, los movi-

mientos sociales y los actores políticos, así como un medio de difusión de las situaciones no resueltas y los efectos sobre las víctimas de la represión. No sólo ofrece una narración de acontecimientos e interpretaciones del pasado, sino también el espacio reflexiona sobre los impactos de la temática en la percepción del presente y la proyección del futuro.

El último grupo temático abordó ciertas *problemáticas sociales referidas al tratamiento de grupos excluidos y situaciones de marginalidad en la ciudad*. Este grupo representó el 5% de la producción del canal. Se implementó a través de la puesta en pantalla de testimonios de niños y adultos en situación de calle; de los vecinos de las zonas rojas de la ciudad, el racconto de madres adolescentes y menores infractores sobre su experiencia de vida. Estas propuestas redimensionaron el tratamiento que los medios a nivel nacional han dado a esta problemática. Asimismo, colocaron una perspectiva crítica sobre los prejuicios y estereotipos que actúan sobre algunos grupos con fuertes estigmas sociales.

Este tipo de producciones contribuyó a “flexibilizar” los mitos originarios de una sociedad homogénea de clase media, identificada en la literatura como “la sociedad amortiguadora”, “país de medianías”, “Suiza de América”, frente a un contexto de creciente desigualdad social. Además, hizo evidente la inoperancia de estos códigos ante la aproximación local, visualizando situaciones de extrema vulnerabilidad social y compleja articulación de patrones culturales y socio-económicos presentes en la ciudad.

A partir del 2001, el canal ha incrementado no sólo su *carácter informativo*, sino también ha elaborado propuestas que estimulan la incorporación de programación de interés general. En este sentido, el canal trató de fortalecer los vínculos entre *ciencia y sociedad* a través de la difusión de hallazgos científicos nacionales y recabar la opinión de una parte de la academia científica uruguaya e internacional con énfasis en tópicos controvertidos y atemporales.

Otro núcleo temático que el canal incorporó en los últimos tiempos fue *el entretenimiento*, en horarios centrales de la grilla de programación. Ello implicó paralelamente un incremento de los programas realizados en los estudios del canal, con mayor inversión y personal. La búsqueda de la diversión en la programación fue paralela a la jerarquización de las figuras presentes en los programas, tratándose de personalidades ya conocidas en los ámbitos artísticos nacionales. Tal es el caso de “La Puerta Grande”, un programa con la participación de Rubén Rada, una figura central en el ambiente musical nacional que además había incursionado recientemente en otros ámbitos televisivos nacionales y regionales. A esta figura pueden sumarse Tunda Prada y Leo Masliah que también se incorporaron a la programación

del canal en este período, entre otras figuras de importante reconocimiento popular en el medio.

La progresiva diversidad temática en la programación dio lugar sin embargo a un canal con un *perfil híbrido* que integra diferentes intereses temáticos en su programación, aunque mantiene una *línea cultural en un sentido antropológico predominante* sobre los otros tipos de programación (informativa, social, entretenimientos, histórica). Esta característica lo asemeja más a un canal abierto que a un canal de cable, donde por lo general la programación es mucho más segmentada en las temáticas. Pero, a la vez se diferencia de los canales privados abiertos entre otros aspectos por una permeabilidad mayor hacia géneros, formas y formatos de producción no habituales en los circuitos comerciales.

Últimamente, el canal ha apostado a una fuerte estrategia de localización para la ubicación de los programas en la programación a través de un ordenamiento semanal, cuya lógica se compone a partir de bloques de seis horas diarias. Asimismo, se apostó a la identificación de un horario central o "prime time" (20-24hs). Esta estrategia buscó "fidelizar" al público ante una propuesta anclada en horarios fijos y promocionados (Programación, Tevé Ciudad).

Quizás, la mayor apuesta en los dos últimos años en términos de formato ha sido la producción de *periodísticos* que han cobrado mayor centralidad en la propuesta de programación del canal. El incremento de la programación "de piso", fundamentalmente en lo que refiere a la producción periódica en temáticas de interés socio-cultural (a través de programas como "Que nunca falte", "Los bueyes perdidos", "Enterarte" entre otros) aumentó la centralidad en la grilla y consecuentemente multiplicó las horas de producción en el área. A modo de ejemplo, sólo en el año 2003, el canal produjo 147 horas de periodísticos -lo cual representa el 39% de la producción del año-, 85hs. de informativos -cuyo peso en la producción es del 23%- y apenas 36hs. de producción de micros y documentales -casi el 10% de la producción- que caracterizaron inicialmente el núcleo de la propuesta del canal. Esta situación plantea un giro importante entre el "modelo" original del canal y la propuesta más reciente.

Por otra parte, en cuanto a formas y estéticas, el canal ha profundizado la línea innovadora que lo caracterizó inicialmente. Pero Tevé Ciudad fue y es innovador también -y fundamentalmente- por los contenidos que colocó en la pantalla así como en la modalidad de selección y producción propia de los mismos, en tanto ha diseñado sus propias políticas culturales. Los cambios recientes en el formato de las propuestas, han sido más relativos en lo que tiene que ver con los contenidos de la programación. El principal cambio en este sentido podría ubicarse en una tendencia a incorporar temáticas *más abarcadoras socialmente* en cuanto a intereses sociales, lo cual traduce un

canal menos preocupado por las situaciones extremas de la sociedad local y más diversificado en sus intereses. A modo de ejemplo, se incorporaron temáticas de debate sobre salud, sobre pequeñas y medianas empresas (PYMES), dirigida fundamentalmente a los sectores medios e “integrados” socialmente en Montevideo.

La representación de la ciudad como ámbito de análisis se ha mantenido (por ejemplo a través del ciclo “La ciudad en debate”), así como los espacios de recuperación de la(s) identidad(es) cultural(es) local(es) (“Nuestra diversidad cultural”, “Que nunca falte”, “Estampas del viejo Montevideo”). A ello debe agregarse la continuidad en el interés sobre la historia reciente del país, por ejemplo a través de la producción de diez programas sobre la dictadura: “El golpe, 30 años después”.

Esta apuesta en el diseño de la programación captó un público específico en la ciudad aún dentro de los usuarios de televisión cable. Como resultado de la Primer Encuesta de Consumo y Comportamiento Cultural de los Uruguayos (Achugar) surge que los televidentes de Tevé Ciudad pertenecen mayoritariamente a sectores de nivel socioeconómico medio y alto de Montevideo, captando el 13% de los telespectadores de la ciudad y el 17% de aquellos que viven en la zona de mayor nivel socioeconómico de la misma. Consecuentemente, quienes prefieren Tevé Ciudad cuentan con un perfil educativo y artístico algo superior al público de otros canales uruguayos, dado que el 39% accedió a formación terciaria y el 57% practicó en algún momento de su vida actividades artísticas.

### **Modelos e imágenes, espejos y proximidad**

La televisión estatal ha cumplido un rol relevante desde sus orígenes a mediados de siglo pasado. Este rol ha sido asociado en la matriz europea a la protección de los llamados “valores vulnerables” (Blumler, 1993) o en el modelo norteamericano al “interés general” (Starr, 2001; Aufderheide, 2002) de las sociedades que representan. Asimismo, los pilares originales de la televisión pública previeron un modelo de promoción cultural, destinado a generar, sustentar, difundir y renovar la riqueza de diversidad cultural de las sociedades nacionales. En otras palabras, la televisión pública fue concebida como una fuerza socialmente integradora en el sentido durkheimiano, que permitía que los diversos segmentos de la sociedad se familiarizaran unos con otros.

La revisión más reciente de la noción de televisión pública orientada al bien común o al interés general de la sociedad, enfatiza la consideración de la misma como un dispositivo que conjuga la diversidad de temáticas de la grilla de programación, tendiente a la conformidad de múltiples sectores de la sociedad, la diversificación de posturas y pluralismo político, la articula-

ción de contenidos como entretenimiento e información con una apuesta a programación que amplíe el horizonte de los ciudadanos que forman parte del público a través de la innovación y el riesgo creativo.

El redimensionamiento y crisis de lo público de los últimos años, se produjo en un contexto de globalización económica y de mundialización de la cultura, alterando las coordenadas de debate asociadas a la representación de los intereses nacionales en la pantalla.

En el caso de la televisión pública uruguaya -como otros países de la región- el proceso de internacionalización mediante la incorporación a las nuevas tecnologías de información se desarrolla al mismo tiempo que "los procesos de regionalización" (Fernández Soriano, 1999) y retorno a la televisión "de proximidad" sobre la base de la representación de la diversidad cultural local (sectores o clases sociales, minorías étnicas, religiosas o políticas, grupos organizados de la sociedad civil) en las políticas de programación públicas a través de *Tevé Ciudad* fundamentalmente.

La incorporación de *Tevé Ciudad* al circuito público de canales de televisión, constituyó un importante factor de innovación en la forma de organización y selección de contenidos para el contexto audiovisual estatal. Sus propuestas reelaboraron el ámbito de lo público y establecieron un modo nuevo de articulación con la localidad. El énfasis en temáticas ausentes fue de gran relevancia para su posicionamiento como un medio público con diseño propio y su presencia contribuyó además a la apertura y diversidad en la comunicación televisiva del país.

Los contenidos del canal se diferenciaron del diseño de televisión pública que hasta el momento era desarrollado desde Canal 5 (*Tveo*) de alcance nacional. Si bien ambos canales comparten una caracterización "cultural" difieren en las expresiones que abordan y en los contenidos asociados a "lo cultural" que despliegan en la programación. La propuesta de *Tevé Ciudad* dio lugar a la construcción de acontecimientos y personajes de la historia reciente del país, de menor presencia en la programación del canal nacional. *Tevé Ciudad* enfatizó la resignificación de circuitos culturales locales (calles, barrios, clubes, etc.) y la reelaboración de las identidades sociales a nivel barrial de los micro-espacios ciudadanos; mientras que el Canal 5 se orienta más hacia el Interior del país.

De forma más general, *Tevé Ciudad* replanteó el debate sobre el papel de la televisión pública en el contexto televisivo nacional y los espacios de inserción posibles. Asimismo, la inserción del canal en la televisión cable de la ciudad, redimensionó las relaciones entre el ámbito público y el ámbito privado, así como en el espacio nacional y municipal de los canales estatales, multiplicando la producción audiovisual pública, ante un canal estatal nacional de escasa renovación y producción propia.

Pero debe advertirse que el diseño institucional de Tevé Ciudad planteó grandes desafíos a la administración municipal, los cuales se tradujeron en múltiples ensayos de modalidades de acción y lineamientos políticos durante toda la trayectoria de la emisora. La creación de Tevé Ciudad fue el resultado de un proceso de negociación de la regulación municipal para instalar la televisión cable privada en Montevideo. Por tanto, no existía un plan político anterior, ni recursos públicos previamente asignados.

Tevé Ciudad se constituye pues, como un nuevo desafío de la televisión pública uruguaya procurando innovar en los escenarios de representación dispuestos en la pantalla (instituciones públicas, plazas, barrios, la ciudad), multiplicar los ámbitos de posicionamiento de la acción (social, político, cultural, público, privado, sociedad civil), y mostrar nuevas representaciones de la identidad cultural-artística local.

No obstante, el tránsito hacia un nuevo modelo de televisión pública es complejo y no se encuentra ajeno a los riesgos de modelos precedentes, exigiendo una política activa de Estado, orientada a la multiplicación de las alternativas televisivas públicas en la tercera generación de medios audiovisuales y en un contexto de alta incertidumbre.

## Referencias bibliográficas

- ACHUGAR, H., RAPETTIS, S. DOMINZAÍN, S. RADAKOVICH, R. (2003) **Imaginario y consumo cultural**. Montevideo: Ed. Trilce.
- AUDFDERHEIDE, P. (2002) **Public Broadcasting**. Washington: Now & Later.
- BARKER, C. (2003) **Televisión, globalización e identidades culturales**. Barcelona: Paidós Comunicación.
- BAUMAN, Z. (2000) **Modernidad líquida**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- BLUMLER, J. (1993) **Televisión e interés público**. Barcelona: Bosch Casa Editorial SA.
- BOURDIEU, P. (1997) **Sobre la televisión**. Barcelona: Ed. Anagrama.
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (1991). **Annual Report and Accounts: 1990-1991**. London: BBC Information Services.
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (2004) BBC, página oficial del canal: [www.bbc.org](http://www.bbc.org)
- BROWN, G. (2001) **Uncertain futures: public service television and the transition to digital -a comparative analysis of the digital television strategies of the BBC and Channel 4**. London: ESRC-Report.
- CRUZ BRITTO, V. (2001) **Recepção Tv a cabo. A força da cultura local**. San Leopoldo: 2 da. Edição. Editora Unisinos, Universidade do Valle do Rio dos Sinos.
- EUROPEAN INSTITUTE FOR THE MEDIA. Página oficial: <http://www.eim.org>

- FERNÁNDEZ SORIANO, E. (1999) **Canal Sur, una televisión regional en Europa**. Málaga: Universidad de Málaga. Estudios y ensayos Nro. 36.
- FUENZALIDA, V. (2000) **La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización**. Santiago de Chile: FCE.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1989) **Culturas híbridas**. México DF: Ed. Grijalbo.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995) Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización", México DF: Edit. Grijalbo.
- GONZÁLEZ ENCINAR, J. (ED). (1996) **La televisión pública en la Unión Europea**, Madrid: McGraw-Hill.
- GARCÍA RUBIO, C. (1994) **Lo que el cable nos dejó**. Montevideo: Ed. De la Pluma.
- GARCÍA RUBIO, C. (1998) **El Uruguay cableado**. Montevideo, Ed. Zeitgeist.
- GODOY, S. (1996) **Public Service Broadcasting in a Developing Country: The case of Televisión Nacional de Chile**, London: Thesis, University of Westminster.
- IVER, G. (2002) **France Tv**. Ponencia presentada al Seminario Uruguay en Red, Montevideo, 4 y 5 de diciembre.
- KROHLING, C. (2001) **Gestao coletiva dos canais comunitários**. Ponencia presentada al XXIV Congreso de Brasileño de Comunicación. Campo Grande/MS, setiembre.
- LACARRIEU, M. Y ALVAREZ, M. (2002) **La (indi) Gestión Cultural**, Buenos Aires: Ed. La Crujía.
- LEÓN, O. (2001) **Democratización de la comunicación**. Porto Alegre: Conferencia presentada al Foro Social Mundial.
- LIENHARD, M. (COORD) (2000) **La memoria popular y sus transformaciones**. Madrid: Ed. Iberoamericana.
- LIMA, J. DA CUNHA. (2000) **A tv pública no Brasil**. Folha de S.Paulo, Sao Paulo, 21 de julio.
- LÓPEZ, B. (1998) **Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación**. Congreso Comunicación y Cultura. Santiago de Compostela, octubre.
- LEAL FILHO, L., OTROS (2000) **A tv aos 50. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. San Pablo: Ed. Fundação Perseu Abramo.
- LEAL FILHO, L., OTROS (1988) **Atrás das câmeras. Relações entre cultura, estado e televisão**. San Pablo: Summus Editorial.
- MARTÍN-BARBERO, J. (2000) "Transformations in the Map. Identities and Culture Industries". En: **Latin American Perspectives, Politics, Culture and Postmodernism**, Issue 113, Vol. 27, Number 4, July.
- MARTÍN-BARBERO, J. Y RINCÓN, O. (COMP). (2002) **Televisión pública: del consumidor al ciudadano**. Bogotá: Promefes/CAB.
- MINDEZ, L. (2001) **Canal Siete. Medio siglo perdido. La historia del estado argentino y su canal de televisión**. Buenos Aires: Ed.Ciccus-La Crujía.
- ORTIZ, R. (2003) **Lo próximo y lo distante. Japón y la modernidad-mundo**. Buenos Aires: Interlzona.

- PAPIS, P. (2000) "Crise na Tv Cultura: a tv pública e o papel do Estado". En: CHAIA, V. – CHAIA, M. **Mídia e Política**. San Pablo: Escritos Neamp. Estudios Pós-Graduados en Ciências Sociais, PUC-SP.
- PRICE, M. AND RABOE, M.(ED). (2001) **Public Broadcasting Service in transition**. A documentary reader.En: European Institute for the Media, consultado el 19 de marzo de 2002. [www.eim.org](http://www.eim.org)
- RADAKOVICH, R. (2004) **Territorios televisivos. De ciudad imaginada a Tevé Ciudad**. Montevideo: Cal y Canto/FHUCE.
- REGUILLO, R. (1999) **La construcción simbólica de la ciudad**. Guadalajara: ITESO.
- RINCÓN, O. (2001) **Necesitamos televisión pública**. INPUT: TV DE CALIDAD E INTERÉS PÚBLICO / Encuentro Internacional: Coloquios, Talleres, Proyecciones / 24 al 28 de octubre, 2001 / Goethe-Institut Buenos Aires y T.E.A. Imagen.
- SADER, E. (2000) Tv estatal e Tv pública. **Correio Braziliense**, Brasilia, 14 de mayo.
- STARR, J. M. (2001) **Air Wars.The Fight to Reclaim Public Broadcasting**. Philadelphia: Temple University Press.
- SUNKEL, G. (COORD.). (1999) **El consumo cultural en América Latina**. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- GENRO, T., SARAMAGO, J., JABOR, A. Y OTROS. (1992) **Política cultural**. San Pablo: Ed.SM Cultura.
- TEXEIRA COELHO. (1992) **Usos da cultura, políticas de Acción Cultural**, San Pablo: Ed.Paz e Terra.
- TEVÉ CIUDAD, página oficial del canal [www.imm.gub.uy/teveciudad/index.html](http://www.imm.gub.uy/teveciudad/index.html)
- TEVÉ CIUDAD, Catálogo oficial de la programación del canal, IMM.
- UNESCO, revisado el 20 de marzo de 2002, [www.unesco.org/culture/heritage/intangible/html\\_sp/index\\_sp.shtml](http://www.unesco.org/culture/heritage/intangible/html_sp/index_sp.shtml).
- URSEC (2002) Normativa del Servicio de Televisión para Abonados, Presidencia de la República, Montevideo.
- VENTURA, R. (2001) **La televisión cable en España. Tendencias y estrategias**. Barcelona: Ed. EUB.
- YUDICE, G. (2001) Repensar las políticas culturales latinoamericanas en respuesta a la nueva división internacional del trabajo cultural. Ponencia presentada al Latin American Studies Association, Washington DC, Setiembre.
- WOLTON, D.(1992) **Elogio del Gran Público. Una teoría crítica de la televisión**. Barcelona: Gedisa.
- WORTHY, T. (1991) Interview with Nicholas Moss, Chief Assistant Directorate Coordination, BBC Network Televisión, disponible en: [http://www.vaxxine.com/master-control/BBC/chapters/Res\\_hist.html](http://www.vaxxine.com/master-control/BBC/chapters/Res_hist.html)
- WORTMAN, A. (2002) "Procesos e imaginarios de la globalización cultural en la Argentina: entre el consumo y la exclusión social", En: **La (indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos**. LACARRIEU, M. Y ALVAREZ M., comp., Ed. La Crujía.