



Facultad de
**Información y
Comunicación**



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Televisión abierta de servicio público, diversidad y pluralidad.

La presencia de sectores populares y minorías en TV Ciudad

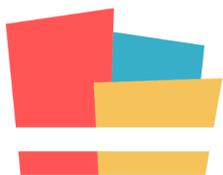
Lic. Nicolás Sarauz

Maestría en Información y Comunicación, Facultad de Información y Comunicación

Universidad de la República

Montevideo - Uruguay

Diciembre, 2024.



Facultad de
**Información y
Comunicación**



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

“Televisión abierta de servicio público, diversidad y pluralidad. La presencia de sectores populares y minorías en TV Ciudad”

Autor: Lic. Nicolás Sarauz

Tesis para defender el título de Maestría en Información y Comunicación,
Facultad de Información y Comunicación, Universidad de la República.

Director de tesis: Dr. Gabriel Kaplún

Fecha de defensa:

Fallo:

Tribunal:

Montevideo - Uruguay

2024

Dedicatorias

A mis hijos Bruno y Clara.

A Leticia, mi señora.

A la memoria de mis viejos.

Agradecimientos

Primero quiero agradecer el apoyo de mi familia Clara, Bruno y Leticia.

A Gabriel Kaplún por el acompañamiento y por facilitarme sus conocimientos durante el proceso.

A los directores de TV Ciudad e integrantes de organizaciones sociales que accedieron a las entrevistas y brindaron sus valiosos testimonios.

A Omar Rincón por los comentarios y recomendaciones, y a Rosario Radakovich por el apoyo.

También quiero agradecer los aportes del plantel docente de la MIC y de la barra de la quinta cohorte.

Por último dar las gracias a familiares, amistades, colegas, compañeros de trabajo y allegados que durante todo este tiempo colaboraron, consultaron y mostraron su interés sincero por este trabajo.

*El diámetro del Aleph sería de dos o tres centímetros,
pero el espacio cósmico estaba ahí, sin disminución de tamaño.*

Jorge Luis Borges

Resumen

El presente trabajo analiza la inclusión de sectores populares y minorías en la programación de TV Ciudad durante el periodo 2015-2024, como indicador de su desempeño. La relevancia de la televisión y el aporte cultural y social de las emisoras públicas en la correlación entre comunicación y democracia justifican la pertinencia de reflexionar sobre la calidad de las políticas comunicacionales implementadas, desde una perspectiva que reconozca la democratización de los espacios en pantalla y el equilibrio de propuestas como garantías de derechos ciudadanos.

Los estudios sobre propósitos y alcances de las emisoras públicas no proporcionan modelos aplicables a cualquier contexto, pero exponen una serie de prácticas que favorecen el desarrollo del servicio, las cuales están sintetizadas en los Indicadores UNESCO de Calidad de las Emisoras Públicas. Los principales ejes temáticos incluidos en esta herramienta evaluativa guían el presente trabajo, mediante su adaptación y aplicación parcial a la realidad local, con especial énfasis en los referidos al vínculo de la emisora con determinados sectores de la sociedad, aspecto clave en los procesos democratizadores.

Este abordaje propone una triangulación metodológica de técnicas cualitativas, donde los parámetros asociados a pluralidad y diversidad, se analizan a partir de entrevistas en profundidad a las direcciones de TV Ciudad y a representantes de colectivos provenientes de los sectores populares de la población, además del análisis narrativo aplicado a una muestra de producciones del canal, el cual se enfoca en describir sus características de enunciación y las estrategias de representación empleadas.

El sustento teórico del presente trabajo apunta a la reconceptualización del lugar de la televisión pública en las democracias actuales, mediante la identificación de sus potencialidades como espacio de reconocimiento, pertenencia, participación y construcción ciudadana. Una aproximación desde estas dimensiones apunta a exponer debilidades y fortalezas de los modelos aplicados al canal montevideano, para detectar oportunidades de mejora y proporcionar un enfoque analítico sobre la televisión pública, que trasciende los estudios de audiencias. De esta manera se profundiza la reflexión sobre temáticas asociadas al campo comunicacional y se incorporan pautas de la mirada ciudadana sobre el tema.

Abstract

This paper analyzes the inclusion of popular sectors and minorities in the programming of TV Ciudad during the period 2015-2024, as an indicator of its performance. The relevance of television and the cultural and social contribution of public broadcasters in the correlation between communication and democracy justify the relevance of reflecting on the quality of the communication policies implemented, from a perspective that recognizes the democratization of spaces on the screen and the balance of proposals as guarantees of citizens' rights.

Studies on the purposes and scope of public broadcasters do not provide models applicable to any context, but expose a series of practices that favor the development of the service, which are synthesized in the UNESCO Indicators of Quality of Public Broadcasters. The main thematic axes included in this evaluative tool guide the present work, through their adaptation and partial application to the local reality, with special emphasis on those referring to the link of the broadcaster with certain sectors of society, a key aspect in democratizing processes.

The study proposes a methodological triangulation of qualitative techniques, where the parameters associated with plurality and diversity are analyzed through in-depth interviews with TV Ciudad's directors and representatives of groups from popular sectors of the population, in addition to the narrative analysis applied to a sample of the channel's productions, which focuses on describing their enunciation characteristics and the representation strategies used.

The theoretical grounding of this paper aims at reconceptualizing the place of public television in current democracies, by identifying its potential as a space for recognition, belonging, participation and construction of citizenship. An approach from these dimensions aims to expose weaknesses and strengths of the models applied to the Montevideo channel, to detect opportunities for improvement and provide an analytical approach to public television that transcends audience studies. In this way, the reflection on topics associated with the communicational field is deepened and guidelines of the citizen's view on the subject are incorporated.

Palabras clave

Televisión pública, pluralidad, diversidad, sectores populares, Uruguay.

Índice

Lista de siglas	11
Tabla de cuadros y figuras	12
1 - Introducción	13
1.1. La TV en Uruguay	13
1.1.2. Una nueva señal	14
1.2. Periodo de transformación	15
2 - Marco conceptual y teórico	19
2.1. El lugar de la televisión	20
2.2. Poder televisivo y ciudadano	21
2.3. La importancia de los canales públicos y sus diferentes modelos	24
2.3.1. El patrón latinoamericano	25
2.4. Evaluación del servicio	27
2.4.1. Antecedentes de aplicación	29
2.4.2. La importancia de la organización del discurso	30
2.4.3. La sociedad contada	32
3 - Objetivos, pregunta y metodología de investigación	35
3.1. Objetivos y pregunta de investigación	35
3.2. Metodología	36
3.2.1. Testimoniar la realidad	37
3.2.2. Sobre las narrativas	40
3.2.2.1. Formas propias de enunciación	41
3.2.2.1.2. La focalización	42
3.2.3. Aplicación de indicadores	44
3.2.3.1. Pluralidad y diversidad	47
3.2.4. Triangulación metodológica	47
4 - Análisis de entrevistas	49
4.1. Televisión de la nueva era: la identidad en pedazos	49
4.1.1. Direccionamiento hacia las audiencias	51
4.1.2. Algunas desconexiones	52
4.1.3. Nuevamente televisión	53
4.2. Ciudadanías y comunicación	54
4.2.1. Los espacios de intercambio y sus limitaciones	55
4.2.2. Dificultades de desarrollo	57
4.3. El servicio televisivo público	59
4.3.1. Plural y diversa	60
4.3.2. Obstáculos de identificación	62
4.4. Evaluación de TV Ciudad	63
4.4.1. Limitaciones de las estrategias a largo plazo y autoevaluación	63
4.4.2. Espacio privado, espacio público y derecho a la enunciación	66
4.4.3. Entre la inclusión genuina y la diversidad “Village People”	69

4.5. Observaciones generales de las entrevistas	71
5 - Análisis narrativo	75
5.1. 12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay	75
5.2. Imaginarios (una pausa en la realidad)	80
5.3. Serie Música Urbana	85
5.4. Serie La Cocina Cooperativa	91
5.5. Observaciones generales del análisis narrativo	98
6 - Conclusiones, discusión y posibilidades de profundización	102
6.1. Valoración de TV Ciudad	104
6.1.1. Indicadores: Diversidad Cultural	105
6.1.2. Indicadores: «Cobertura geográfica y oferta de plataformas»	106
6.1.3. Indicadores: «Nivel de diálogo con la sociedad»	107
6.2. Conocimiento, reconocimiento e integración	108
6.3. Para profundizar y mejorar	110
Anexos	113
Pauta de entrevistas a directores de TV Ciudad (2015-2024)	113
Pauta de entrevistas a representantes de organizaciones y colectivos sociales	114
Bibliografía y referencias	115
Normativa y leyes	120
Sitios web	120
Artículos y comunicados de prensa	121
Contenidos audiovisuales	122

Lista de siglas

AMRU: Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay

ASOPROD: Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay

CDC: Consejo Directivo Central, Universidad de la República

CHASCA: Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual

FA: Frente Amplio

FONA: Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional

FUCVAM: Federación Uruguaya de Cooperativas de Vivienda por Ayuda Mutua

IM: Intendencia de Montevideo

IMPO: Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales

INE: Instituto Nacional de Estadística

INJU: Instituto Nacional de la Juventud

MEC: Ministerio de Educación y Cultura

MIDES: Ministerio de Desarrollo Social

MSP: Medios de Servicio Público

PADO: Programa de Alta Dedicación Operativa

PE: Poder Ejecutivo

PITCNT: Plenario Intersindical de Trabajadores y Convención Nacional Trabajadores

RAE: Real Academia Española

SODRE: Servicio Oficial de Difusión Radio Eléctrica

SPRTN: Sistema Público de Radio y Televisión Nacional

TAL: Televisión América Latina

TDT: Televisión Digital Terrestre

TV: Televisión

UDELAR: Universidad de la República

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

Tabla de cuadros y figuras

Figura 1 Esquema del marco teórico y conceptual	34
Tabla 1 Guías para entrevistas a direcciones del canal y organizaciones sociales.....	38
Tabla 2 Entrevistas realizadas a direcciones del canal y organizaciones sociales.....	40
Tabla 3 Valoraciones de las entrevistas	74
Figura 2 Fotogramas de 12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay	80
Figura 3 Fotogramas de Imaginarios	85
Figura 4 Fotogramas de Música Urbana	91
Figura 5 Fotogramas de La cocina cooperativa	97
Tabla 4 Tipos de focalización	99
Tabla 5 Marcos narrativos	101

1 - Introducción

1.1. La TV en Uruguay

El paradigma de desarrollo mediático que promueve ideales de equilibrio entre medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, aplicado a la realidad uruguaya, manifiesta diversas áreas susceptibles de mejora y actualización. A modo de ejemplo en lo estrictamente referido a la televisión abierta, el estudio denominado «Desarrollo mediático en Uruguay» (UNESCO, 2021) recoge que si bien se han impulsado marcos regulatorios tendientes a evitar la concentración de licencias de uso y explotación del espectro radioeléctrico, y en los últimos años se han concretado importantes inversiones para fortalecer los medios públicos, el sector privado integrado por tres grandes grupos empresariales capta el «95% de la audiencia y de la facturación publicitaria» (UNESCO, 2021: p. 13).

Las primeras emisiones de la televisión uruguaya tuvieron lugar entre mediados de la década de los cincuenta y principios de los sesenta, pero hasta la creación de Tevé Ciudad –hoy TV Ciudad–, las principales características estructurales de este nivel del sistema de medios se mantuvieron prácticamente inalteradas. Desde sus inicios la panorámica televisiva nacional manifiesta una consolidación del «sector privado por encima de la televisión pública» (Buquet, 2018: p.23), esta última representada en ese entonces por Canal 5.

En tal sentido el devenir del canal público de alcance nacional creado en 1963, estuvo mayormente determinado por un escenario de «liberalización, desregulación y privatización» (Radakovich, 2005: p. 3), tema que es desarrollado en el análisis de Florencia Soria sobre el carácter público de la televisión del Servicio Oficial de Difusión Radio Eléctrica (SODRE), en sus inicios. Este estudio enumera varias de las particularidades del «complejo entramado» de problemas, miradas e influencias extranjeras y del sector empresarial, que condicionaron el desarrollo del proyecto televisivo público nacional, donde: «La incapacidad de los actores políticos e intelectuales por definir el papel que debía ocupar este servicio, sumada a la presión del empresariado de los medios derivaron en una privatización de la televisión pública en cuanto a sus funciones, programación y autoridades.» (Soria, 2020: p. 201-202).

En ese contexto los canales privados 4, 10 y 12, acaparan audiencias y producción de contenidos; mientras que la televisión pública, no ha logrado establecerse entre las preferencias del público, ni es vista como competencia, ni referencia de producción y la

televisión comunitaria directamente «no logró instalarse» (Robledo, 2019: p. 183). Podrá sintetizarse entonces que en la televisión abierta local persiste una sobrerrepresentación del criterio comercial, que acumula producción de contenidos, llegada a los hogares uruguayos y pauta publicitaria.

1.1.2. Una nueva señal

TV Ciudad es el canal de televisión abierta más joven de nuestro país y también la primera emisora pública gestionada por un gobierno del Frente Amplio (FA), coalición política integrada por corrientes de izquierda. El canal se creó en 1996 bajo la órbita de la Intendencia de Montevideo (IM) –gobierno departamental que abarca más de la mitad de la población total del país– y desde entonces es administrado por gobiernos del sector político que, desde hace varios periodos electorales, incluye en sus bases programáticas iniciativas favorables a la democratización de los medios de comunicación.

La señal montevideana es producto de un acuerdo entre el gobierno capitalino y las tres empresas operadoras locales de televisión para abonados, que por aquel entonces tramitaban las condiciones del cableado por la ciudad. La negociación permitió que el pago que debían realizar estas empresas por tal concepto, se concretara mediante la asignación de una señal televisiva para la intendencia y por medio de la creación del Fondo para el Fomento y Desarrollo de la Producción Audiovisual Nacional (FONA), cuyo objetivo es apoyar la producción de contenidos audiovisuales mediante incentivos económicos y proyecciones públicas.

En el marco de dicho fondo se realizan llamados anuales a concurso, los cuales son organizados por la Intendencia de Montevideo junto a canales privados, empresas de TV para abonados, Asociación de Productores y Realizadores de Cine y Video del Uruguay (ASOPROD) y el Ministerio de Educación y Cultura (MEC). En la edición 2024 del FONA, se destinaron aportes económicos que rondan el medio millón de dólares en las categorías Largometraje de Ficción, Largometraje Documental y Serie Documental.

Por otro lado, la creación del canal de la IM no estuvo ajena a resistencias y en un principio se llevó a cabo con las limitaciones propias de la televisión por cable o para abonados, lo que determinaba una cobertura parcial de los hogares montevidianos. A pesar de los desafíos que derivan de esta limitación, con el paso de los años el canal capitalino logró constituirse como «propuesta alternativa» (Radakovich, 2004: p. 143) en el ámbito público, pero también en

relación a los canales comerciales. Desde sus inicios la emisora se distingue del resto de las televisoras uruguayas, tanto por su programación –que prioriza la producción propia y la innovación– como por el estilo de abordaje temático y cultural.

1.2. Periodo de transformación

En el año 2005 y luego de haber transcurrido tres períodos consecutivos a cargo de la Intendencia de Montevideo, las corrientes que integran el FA asumieron por primera vez el gobierno nacional, dando inicio a un extensa etapa de discusión donde se promovieron una serie de medidas para el ámbito comunicacional, algunas de las cuales fueron incluidas en la Ley [19.307](#) de «Regulación de la Prestación de Servicios de Radio, Televisión y otros Servicios de Comunicación Audiovisual» (IMPO, 2015), aprobada en 2014.

Al comienzo de este proceso los ejes programáticos del primer gobierno nacional del FA, desarrollado en el quinquenio [2005-2010](#), planteaban la necesidad de estimular «la democratización de los medios de comunicación y de la información, tanto públicos como privados» y su utilización «al servicio de la comunidad» (Frente Amplio, 2003: p. 3). En tal sentido se expresaba que el predominio del sector empresarial en materia de medios de comunicación, genera efectos negativos en relación al uso y acceso a los mismos por parte de la sociedad. Otra de las iniciativas incorporadas al documento en carácter de «imprescindible», fue la propuesta de retirar el control de los medios de la órbita del Ministerio de Defensa.

Más adelante, en el programa definido para el mandato [2010-2015](#) el FA incluyó propuestas de la Comisión Nacional de Jóvenes que apuntaban a profundizar la impronta democratizadora en materia comunicacional; mientras que los contenidos programáticos aprobados para el quinquenio [2015-2020](#) incorporaron un apartado específico sobre las políticas públicas en este sentido. En el Capítulo VI del documento, titulado «Transformación Democrática del Estado y la Sociedad» se establece que: «El pluralismo y la diversidad del sistema de medios de comunicación es un indicador de desarrollo mediático por su alto impacto en la fortaleza del sistema democrático y la promoción de una ciudadanía informada.» (Frente Amplio, 2014: p. 123).

De esta forma la izquierda uruguaya transcurrió tres periodos consecutivos de gobierno nacional, con una serie de lineamientos para rediseñar el marco regulatorio del sistema mediático, los cuales estaban principalmente dirigidos a limitar la concentración, otorgar

transparencia a la asignación de señales y fortalecer la presencia de medios públicos y comunitarios. En estos 15 años de gestión –presididos por Tabaré Vázquez en dos periodos y por José Mujica en uno– se concretaron diversos avances en ese sentido, entre los que pueden destacarse cambios normativos y mejoras en la infraestructura de las emisoras públicas.

En materia de televisión abierta sobresalen dos mojones representativos de esta época: por un lado la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT) entre 2013 y 2015, que mejoró aspectos técnicos y aumentó la cantidad de señales; y por otro la aprobación de la mencionada Ley N° 19307, también conocida como Ley de Medios, que fuera redactada con aportes de representantes nacionales, academia y organizaciones sociales.

Este impulso transformador llevado adelante a nivel nacional generó fuertes resistencias del sector empresarial, en la propia interna del partido de gobierno y desde la oposición. Como resultado de estas tensiones la Ley de Medios fue escasamente aplicada y la oportunidad que significaba la asignación de las nuevas señales de TV abierta, para limitar la concentración empresarial mediante el ingreso de nuevos actores y la apuesta hacia la diversificación de contenidos, terminó generando una serie de controversias en torno al llamado a propuestas, donde por ejemplo, los históricos operadores «no fueron evaluados y sus propuestas se limitaron, en general, a emitir en HD su señal actual» (Kaplún, 2015: p. 30).

La mencionada búsqueda de equilibrio de actores derivó entonces en la asignación de señales en TV Digital Abierta a los tres canales privados, Canal 5, TV Ciudad y al Plenario Intersindical de Trabajadores –Convención Nacional de Trabajadores, PIT-CNT– en este último caso como único adjudicatario del espacio destinado a propuestas comunitarias. Por más que las expectativas primarias estuvieron enfocadas en esta nueva señal denominada “Mi Canal”, gestionada por la central obrera, la misma se utilizó únicamente en ocasión del acto de Día de los Trabajadores, el 1° de mayo de 2016.

La llegada de la tecnología digital trajo aparejadas la ampliación del espectro y mejoras en la calidad de imagen y sonido, pero el cambio más importante que se introdujo con su puesta en funcionamiento, fue el ingreso de TV Ciudad a la televisión abierta, con cobertura en toda el área metropolitana. En los años posteriores a la transformación tecnológica, el canal registró niveles de audiencia por encima de la media histórica de la televisión pública nacional (El Observador, La Diaria, 2020), situación que ofrece algunas pistas sobre las consecuencias de esta actualización. En relación a estos datos, se debe tener presente que las mediciones

referenciadas por la prensa incluyen exclusivamente la audiencia montevideana que siguió las transmisiones desde la señal digital de aire.

Respecto a los gobiernos departamentales de Montevideo, ubicados dentro del periodo analizado en este trabajo, los retos asociados a la llegada de la TV digital no motivaron que los programas ([2015-2020](#) y [2020-2025](#)) establecieran propósitos puntuales respecto a TV Ciudad. De todas formas en los años previos a la transición hacia la norma digital se elaboró una propuesta de reformulación del canal capitalino, la cual fue aprobada en 2012 por el Gabinete de la Intendencia de Montevideo y cuya elaboración estuvo a cargo de un Consejo Asesor Honorario, el cual se integró con representantes de la propia intendencia, trabajadores, la Asociación de Amigos de Tevé Ciudad, la Asociación de Productores de Cine y Video (ASOPROD) y la Universidad de la República.

En las pautas diseñadas por este grupo asesor se definen criterios para el relanzamiento de la emisora pública capitalina de cara a la implementación de la tecnología digital, las cuales apuntan a las necesidades de mejorar la infraestructura, promover nuevas formas de financiación y actualización de contenidos:

«El desafío del próximo gobierno departamental pasará por modernizar y masificar al canal, no solo buscando que se vea en lo posible a través de la televisión abierta, sino revolucionando la forma y el contenido del canal para que el mismo sea más atractivo y participativo. Buscando que los montevideanos se adueñen de su canal, tomándolo como una referencia ineludible en lo que tiene que ver con los medios masivos de comunicación.»
(TV Ciudad, 2012: p. 3).

De modo más general en el documento donde se exponen los lineamientos del gobierno montevideano, se destaca la necesidad de desarrollar un modelo democrático desde toda las áreas de gestión y que el mismo esté basado en la participación y construcción ciudadana, además de la apuesta por valorar la multiculturalidad y el reconocimiento de las diferentes identidades, en especial las de sectores que «son discriminadas» (Frente Amplio, 2020: p. 20).

Para el periodo 2020-2025, TV Ciudad deja de formar parte del área de Comunicación de la Intendencia, pasando a la órbita del Departamento de Cultural, cuyos planes reafirman esta necesidad de establecer el centro de políticas públicas en la ciudadanía, buscando contrarrestar «los desequilibrios y el impacto sistemático realizado en la órbita cultural por el libre mercado.» (Frente Amplio, 2020: p. 28).

En relación al marco regulatorio definido a nivel nacional, es importante aclarar que durante la etapa final del presente trabajo, el gobierno nacional encabezado por Luis Lacalle Pou aprobó –luego de más de tres años de discusión y a pocos meses de las elecciones nacionales– un nuevo proyecto de ley de medios. El mismo mantiene varias normas del marco anterior, pero modifica disposiciones sobre la propiedad de medios, ampliando las posibilidades de concentración.

A modo de ejemplo, se excluyó el articulado donde se establece que el Estado debe garantizar la pluralidad, instrumentando medidas que impidan o limiten la existencia o formación de monopolios y oligopolios. El nuevo texto también elimina el fondo de promoción del sector audiovisual, financiado con aportes de los adjudicatarios de licencias de televisión para abonados, y los artículos relacionados a la participación de la sociedad civil. Las reacciones a estos cambios no se hicieron esperar, demostrando que el debate sobre el sistema mediático nacional lejos de estar saldado, todavía tiene camino por recorrer.

A raíz de este nuevo capítulo de modificaciones normativas, la Asamblea General del Claustro de la Universidad de la República manifestó «su mayor preocupación» por varios puntos del nuevo marco regulatorio, donde destacan las modificaciones relativas a los límites de la concentración de medios y la eliminación de instituciones que favorecen la independencia, transparencia y participación ciudadana (UDELAR, 2024). Debe recordarse que el Consejo Directivo Central (CDC) de la UDELAR cuenta con el asesoramiento de un grupo interdisciplinario conformado en el año 2021, que analizó el nuevo proyecto de Ley de Medios presentado a comienzos de 2020.

Desde UNESCO también se emitió una declaración sobre el tema, la cual está firmada por el director de la oficina regional en Montevideo y por el alto comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, donde se expresan opiniones técnicas contrarias al proyecto de Ley de Medios de Comunicación aprobado por la coalición de gobierno en mayo de 2024. En el documento también se manifiesta preocupación por el contenido del proyecto y se realizan críticas basadas en los estándares internacionales sobre libertad de expresión, concentración de medios, transparencia y participación ciudadana.

Por su parte el Frente Amplio, de cara a la campaña electoral para las Elecciones Nacionales de octubre de 2024, incluyó en sus propuestas para el periodo [2025-2030](#) la necesidad de «exigir el cumplimiento de la Ley de medios en general, y en particular en lo que respecta a

la participación social», además de reiterar la apuesta por «la existencia de un sistema mediático plural y diverso» (Frente Amplio, 2023: p. 63).

2 - Marco conceptual y teórico

En un escenario con diferentes tensiones en juego, las ideas que marcan el abordaje desde la inclusión de sectores populares y minorías al canal público montevideano, para determinar elementos relacionados a su calidad, fueron divididas en cuatro grandes bloques temáticos: importancia actual de la televisión, ejercicio ciudadano desde los medios de comunicación, el papel de las emisoras públicas y por último, la evaluación del servicio comunicacional público.

Esta división instrumental permite organizar el estudio y contemplar características del contexto donde se lleva a cabo la evaluación. Su definición está inspirada en el análisis que realiza Jesús Martín-Barbero sobre la realidad mediática latinoamericana y se sustenta en la necesidad de redefinir lo público en la era de la información, donde las comunidades comienzan a tomar conciencia de sus competencias comunicacionales. En tal sentido se toman en cuenta factores tecnológicos, sociales, culturales y políticos, mientras que el complemento a las ideas del autor, relativo a la evaluación del servicio público, responde al objetivo específico planteado en estas líneas.

«En los últimos años empezamos a comprender la necesidad de insertar la comprensión de lo público en un mapa cruzado por tres ejes: el de la actual reconstrucción conceptual de lo público, la reconstitución de los medios y las imágenes en espacio de reconocimiento social, y las nuevas formas de existencia y ejercicio de ciudadanía.»
(Martín-Barbero, 2001:p. 43)

Dentro de estos temas y en atención a la cantidad de perspectivas que allí convergen, se optó por incluir una serie de asuntos secundarios que también contribuyen a dirigir el análisis hacia los objetivos planteados. De esta forma se incorporaron orientaciones relacionadas a las características del discurso televisivo y sus variables de enunciación, los modelos adaptables a la TV pública y las diferentes formas de aplicar las herramientas evaluativas del servicio comunicacional.

2.1. El lugar de la televisión

La importancia social de la televisión ha sido ampliamente estudiada y debatida, planteándose una evolución conceptual y paradigmática que da cuenta del proceso por el cual, la cultura audiovisual y la producción televisiva, adquieren progresiva relevancia en nuestras formas de percibir y representar la realidad, llegando a constituirse como «fuente primaria común de socialización e información cotidiana» (Gerbner et al, 1996, p. 36). No obstante, la actualización teórica no se restringió a la consolidación de la TV como epicentro cultural o a sus efectos en las percepciones de la realidad, sino que además detectó posibilidades de ubicarla como espacio de cambio y democratización social configurado «por una enorme pluralidad de actores» (Martín-Barbero, 2022: p. 11).

Según Umberto Eco la televisión transitó dos etapas históricas definidas como Paleotelevisión y Neotelevisión (1986), las cuales están determinadas por características de programación y formas de enunciación: «La característica principal de la Neo TV es que cada vez habla menos (como hacía o fingía hacer la Paleo TV) del mundo exterior. Habla de sí misma y del contacto que está estableciendo con el público.» (p. 119).

Tal como se expondrá más adelante esta categorización de Eco también debió ser actualizada a causa de las hibridaciones que se manifiestan actualmente y de la progresiva generalización del consumo plurimediativo. Esta adaptación es claro ejemplo de cómo el desarrollo teórico busca acoplarse a las dinámicas transformadoras, en este caso también condicionadas por la emergencia de nuevas formas de interactividad con el público y por la revalorización del papel de la imagen (Martín-Barbero, 2022), que tanto desde el punto de vista epistemológico, como en relación a su influencia en la configuración identitaria, requieren una reformulación de los modelos explicativos.

En términos generales, puede afirmarse que más allá de las necesidades naturales de reformulación teórica, desde la perspectiva académica y a través de distintos enfoques, existe consenso en la interconexión entre televisión y dinámicas sociales. Este vínculo sugiere la imposibilidad de concebir una vida indiferente a la presencia cotidiana de la TV, incluso para sus detractores, personas voluntariamente aisladas o sectores excluidos de los centros urbanos.

Sobre este punto pueden mencionarse otros aportes del propio Eco o de Martín-Barbero quien plantea que «En ningún otro medio como en la televisión se hacen presentes las contradicciones de la modernidad latinoamericana.» (2001: p.37).

«Ciertos fenómenos de “contestación de masa” (hippies o beatniks, new bohemia o movimientos estudiantiles) nos parecen hoy respuestas negativas a la sociedad industrial: se rechaza la sociedad de la Comunicación Tecnológica para buscar formas alternativas de vida asociativa. Naturalmente, estas formas se realizan usando medios de la sociedad tecnológica (televisión, prensa, discos...). Así no se sale del círculo, sino que se vuelve a entrar en él sin quererlo. Las revoluciones se resuelven a menudo en formas pintorescas de integración.» (Eco, p. 114).

Así como ocurre con los estudios académicos, la televisión busca adaptarse a los diferentes contextos tecnológicos y sociales, pero en este caso también lucha por sobrevivir a las nuevas realidades mediáticas. Si bien es cierto que ante circunstancias de la realidad comunicacional, por momentos puede parecer que los tiempos televisivos están llegando a su fin, esto todavía parece lejano.

Ante la aparición de nuevos artefactos decididos a disputar los tiempos de ocio y la producción simbólica, la televisión se reinventa, renovando sus formas, diversificando ofertas y trasladándose de la comodidad del hogar a los teléfonos inteligentes. Amada y despreciada, alabada y criticada, influyente e influida, la TV sigue marcando destacada presencia en la cultura contemporánea. Hace algunos años Omar Rincón logró retratar esta realidad mediante un juego de palabras que describe el rol televisivo en el repertorio de contradicciones de la vida actual: «la televisión es lo más importante de lo menos importante» (Rincón, 2002: p. 11).

2.2. Poder televisivo y ciudadano

Las diferentes formas de concebir el protagonismo social de la televisión también repercuten en las percepciones sobre el espectador y su rol en los actos comunicativos. En este sentido, la influencia directa de la TV en los comportamientos sociales, estudiada en los años cincuenta, precede a la configuración de espacios de intercambio simbólico entre emisores y receptores, los cuales, por ejemplo, ponen en valor la incidencia de las culturas populares.

En una primera etapa el cambio paradigmático asociado a la recepción activa de los mensajes, derivó en una serie de redefiniciones sobre la comunicación social. A modo de ejemplo, María C. Mata analiza algunas de las principales consecuencias de asignar nuevos roles a los participantes del intercambio:

«Una revaloración del consumo cultural como esfera de producción y no de mera reproducción, como terreno de disputa por la apropiación material y simbólica de los bienes que en los intercambios comunicativos de naturaleza masiva, equivale a postular la recepción como actividad significativa.» (Mata, 1994: p. 256).

Esta reubicación de los diferentes participantes del acto comunicativo como factores de acción conjunta e interdependientes, no es novedosa, ya que está asociada a diversos abordajes de las formas de organización social. A modo de ejemplo se cita el trabajo de Hannah Arendt, quien indaga en las motivaciones detrás de la acción política, a partir de postulados de Montesquieu. Desde una perspectiva filosófica, la autora explica que los principios de la acción en repúblicas y monarquías, derivan de la igualdad y la distinción, cuestiones claves en la pluralidad humana. La política, entendida desde este enfoque, sería el conjunto de condiciones bajo las cuales las personas en su pluralidad, viven y se comunican con una libertad otorgada mutuamente.

«Vivir en un mundo real y hablar los unos con los otros sobre él son básicamente una y la misma cosa. [...] La libertad para independizarse y emprender algo nuevo y nunca visto, o [...] la libertad para interactuar por medio del discurso con otros muchos y experimentar la diversidad en la que siempre consiste el mundo en su totalidad: éste era, y ciertamente ya no es, el propósito final de la política [...] algo que puede alcanzarse por medios políticos. Es más bien la sustancia y el significado de todo lo político. En este sentido, la política y la libertad son idénticas.» (Arendt, 1997: p 34-35).

Dada la importancia de avanzar en la formulación de marcos explicativos para este escenario, María C. Mata profundiza estas ideas y recurre a ejemplos asociados a los modos de representación más extendidos, como el de ciudadanos «sujetos de necesidad», donde se define lo siguiente: «El ciudadano, sujeto de necesidad e indefenso ante el poder, es el emblema de la no-ciudadanía, el emblema de quien prácticamente ha perdido el derecho a tener derechos.» (Mata, 2006: p. 9).

«...la práctica ciudadana nombra no sólo el ejercicio de deberes y derechos de los individuos en relación con el Estado, sino un modo específico de aparición de los individuos en el espacio público caracterizado por su capacidad de constituirse en sujetos de demanda y proposición respecto de diversos ámbitos vinculados con su experiencia. Es decir, por su capacidad de intervenir en el espacio público tratando de revertir esas apropiaciones de derechos y posibilidades. (Mata, 2006: p. 8).

Si este enfoque se traslada al ámbito de la comunicación, también se debe mencionar la obra de Jürgen Habermas, quien definió como «esfera de lo público» aquellos espacios de la vida

social donde se puede formar «algo así como opinión pública» (1986, p. 7). Allí los ciudadanos tienen abierta la posibilidad de participación para expresar libremente sus opiniones, ya que la misma se constituye en cualquier discusión pública.

Ese concurrido intercambio argumental y racional basado en la búsqueda de consensos sería, según Habermas, la única oportunidad para superar el conflicto social. Aún así, las condiciones de los últimos tiempos condicionan la dependencia de los medios de transmisión –entre los que por supuesto sobresale la televisión– para que esta discusión tome la forma o alcance el rango de opinión pública.

La globalización y los niveles actuales de mediatización, dan espacio a la correlación entre ciudadanía, democracia y redes comunicacionales; pero reconociendo que el contexto actual mantiene la «centralidad cultural» televisiva en la vida cotidiana y en la creación de «comunidades de sentido» (Rincón, 2002: pp. 11-12). En base a estas ideas queda abierta la posibilidad de examinar de qué manera la TV puede llegar a transmitir ese inagotable intercambio al resto de la sociedad.

En entornos con elevados niveles de mediatización y ante la aparición de plataformas que multiplican las oportunidades de intercambio, la pluralidad planteada como requisito de la vida social, también se expone a diversos fenómenos que hacen dudar de la posibilidad de construir consensos y además transforman lo que Jesús Martín-Barbero denomina como «fuente de sentido colectivo» (2022, p. 13), caracterizada por las tres grandes instituciones de la modernidad: trabajo, política y escuela.

Martín-Barbero explica que esta transformación generó una desconexión entre lo que la comunidad hace, con lo que en definitiva es, asociado esto último a cuestiones identitarias de raza, género, religión, etc. Paradójicamente las virtudes conectivas de las tecnologías actuales, devienen en desconexiones de lo global con lo local, de lo público con lo privado. En este sentido, la igualdad y la diferencia entendidas como claves de la pluralidad, lejos de operar complementariamente, sufren un proceso de marcada división.

El mecanismo que conecta y al mismo tiempo excluye, es resistido desde lo que Martín-Barbero define como «redes de diversidad», mediante la búsqueda de alternativas comunitarias, donde entra en juego la narración como aspecto constitutivo de la identidad, «...para que la pluralidad de las culturas del mundo sea políticamente tenida en cuenta es

indispensable que la diversidad de identidades nos pueda ser contada». (Martín-Barbero, 2002: p. 16).

En resumen, los medios y las redes de comunicación, entendidos por algunos autores –que se citarán en las siguientes páginas– como herramientas al servicio de las ideologías predominantes, también pueden considerarse como espacios de intercambio, participación, cuestionamiento y resistencia. De esta manera se configura lo que Martín-Barbero define como «Nuevas figuras ciudadanas» (2002: p. 16), siempre y cuando las diferentes identidades puedan establecerse a partir del intercambio y reconocimiento mutuo.

2.3. La importancia de los canales públicos y sus diferentes modelos

Bajo la reconfiguración de los contextos sociales y mediáticos, las emisoras públicas cobran especial importancia, ya que deben contrapesar la oferta privada, asumiendo diferentes objetivos, desafíos y obligaciones, vinculados principalmente a la difusión de contenidos de calidad, información independiente, promoción de la cultura, los derechos humanos, diversidad, construcción de ciudadanía y transparencia, además de establecerse en el lugar donde «adquiere rostro contemporáneo la emancipación social y cultural.». (Martín-Barbero, 2001: p. 50).

A partir de esta realidad, los estudios, análisis y proyecciones relativos a estas emisoras, no deberán realizarse únicamente mediante mediciones de audiencias o concepciones economicistas focalizadas en la rentabilidad, sino que tendrán que aplicar métodos más abarcativos y accesibles a toda la sociedad, favoreciendo la problematización de sus objetivos y la evaluación de sus orientaciones.

En primer término, será de utilidad definir el alcance de lo público para determinar la misión de la TV y también para someter al análisis los modelos implementados. Las experiencias europeas suelen utilizarse como referencias y ejemplos de buenas prácticas, pero su adaptación a otras realidades no resulta sencilla, dadas las particularidades económicas y sociales de su puesta en práctica.

En el caso concreto de América Latina, Valerio Fuenzalida expone una distinción básica de tres modelos televisivos que podrían ser los principales y que están caracterizados por la «Alta Cultura» burguesa de origen europeo (Teatro, Literatura, Arte, Cine, Ballet, etc.); la segmentación «hacia los niños» y el denominado «Nuevo Parlamento del debate conceptual

político-académico» (Fuenzalida, 2002: p. 2). Esta categorización, en especial a partir de su tercer modelo identificado con el debate, también está en sintonía con la orientación que propone este estudio y aporta elementos de utilidad para el análisis de TV Ciudad y su ubicación en contexto televisivo local y regional.

Para ahondar en el análisis de las expectativas puestas sobre las emisoras de servicio público y en los diferentes modelos que se han desarrollado principalmente en países de la región, también puede citarse el trabajo de Víctor Taricco, quien señala las dificultades de aplicar fórmulas ideales en medio de las tensiones que se presentan y de las dificultades para conceptualizar lo definido como público.

Este autor diferencia tres concepciones generales: la «juridicista» representada en la órbita del derecho, que separa lo privado de lo público, siendo este último lo que pertenece al estado; la segunda sería la «formal o normativa», donde lo público estaría relacionado al deber de garantizar la participación en asuntos de interés común; y por último aparece la concepción «politicista o democrática» (Taricco, 2022), que establece lo público como escenario donde se debate la orientación de la vida común. Esta última es para Taricco la más apropiada para aplicar a la televisión pública, en la medida que su acento está puesto en democratizar el espacio y la sociedad.

«Para una perspectiva democrática o politicista, lo central en cambio son las políticas que se despliegan en el espacio público para fortalecerlo, ampliarlo, restringirlo y reconocer nuevos derechos, antes que la correlación entre modelos ideales y experiencias concretas. Las formas de vinculación que la televisión pública establece con gobiernos, actores sociales, trabajadores y sociedad civil en un determinado espacio-tiempo dará cuenta de tendencias políticas donde lo que estará en juego prioritariamente será la democratización del espacio público o su restricción, es decir, desdemocratización». (Taricco, 2022)

2.3.1. El patrón latinoamericano

Como ya se aclaró, analizar posibilidades de fortalecimiento democrático y construcción participativa desde los medios públicos, requiere definir previamente algunos niveles de referencia y profundidad que permitan contemplar particularidades de las coyunturas sociales y mediáticas, el alcance de lo definido como público y a su vez las distintas formas de gestión. Tomando en cuenta las diferencias que pueden presentarse entre contextos dispares, hablar de televisión pública en singular no resulta del todo acertado. En este sentido las

televisiones públicas manifiestan extensa variedad de formas –incluso en un mismo país– lo que favorece la apertura de un amplio abanico de dimensiones interpretativas. Sin embargo esta realidad diversa no impide que puedan exponerse aspectos comunes a distintas emisoras o incluso tendencias regionales de concebir el servicio.

En el caso particular de América Latina, hablar de participación y construcción de ciudadanía desde los medios públicos, implica cuestionar modelos explicativos anteriores y realidades establecidas desde hace varias décadas. Tal como expresa Valerio Fuenzalida (2006) la TV pública latinoamericana se desarrolló adoptando directrices inspiradas en experiencias europeas, pero desde una mirada más orientada a lo estatal que a lo público, en un escenario de políticas favorables a la privatización del servicio, limitando de esta forma sus posibilidades de crecimiento y el cumplimiento de sus cometidos primarios.

Esta realidad está generalizada en varios países de la región, donde se han desarrollado modelos más enfocados en la sobreexposición de determinados sectores, que en la democratización de espacios. A causa de esta coyuntura y de acuerdo a lo que analiza Omar Rincón «El derecho a la enunciación no se comparte: ese pertenece al blanco, masculino, occidental y culto.» (Rincón, 2022, p. 40). Según este y otros autores, cuyas ideas vienen estructurando el presente análisis, la limitación de este derecho impide que lo popular se integre a los medios desde su propia voz, sea valorado y reconocido, limitando así sus posibilidades de producir discursos, marcar agenda y estéticas.

«Contradictoria modernidad la de la televisión en países en los que la desproporción del espacio social que el medio ocupa –al menos en términos de la importancia que adquiere lo que en él aparece– es, sin embargo, proporcional a la ausencia de espacios políticos de expresión y negociación de los conflictos y a la no representación, en el discurso de la cultura oficial, de la complejidad y diversidad de los mundos de vida y modos de sentir de sus gentes.» (Martín-Barbero, 2001: p. 37)

La popularidad de la televisión puede asociarse a la identificación generalizada de los espectadores con sus historias y personajes. Por eso el hecho de que las emisoras públicas latinoamericanas –y particularmente las uruguayas– no logren establecerse entre las preferencias del público, cuestiona la eficacia de los modelos de gestión implementados. Lo público, lo de todos los ciudadanos, no cumple el objetivo primario de constituirse en espacio de intercambios y vínculos ciudadanos y genera menor sentido de pertenencia que las empresas privadas dedicadas a la búsqueda de consumidores.

«...la TV no-privada latinoamericana en lugar de organizarse como un servicio público del Estado fue jurídicamente constituida y operada como canales gubernamentales, propagandísticos de los caudillos y gobiernos militares o civiles de turno. Según esos estudios, la experiencia latinoamericana con las estaciones de propaganda gubernamental se sintetiza en un espiral descendente, provocado por la rotativa en la dirección superior de la empresa, no-credibilidad en la información, carencia de sintonía, crisis económica, grave obsolescencia industrial, y corrupción en algunos casos.» (Fuenzalida, 2002: p. 20)

En épocas donde las mencionadas fuentes de sentido colectivo como el Estado o la política, han perdido incidencia en su rol regulador del orden social y la televisión mantiene protagonismo como mecanismo de producción cultural-simbólica, la TV pública local debe trabajar para acoplarse a las dinámicas de la actualidad, anteponiendo el interés común y el cumplimiento del derecho a ser escuchado y reconocido. Esta perspectiva superadora de la representatividad concebida exclusivamente mediante liderazgos políticos, puede complementar pero no sustituye, ni debe ser confundida, con los mecanismos de democracia directa.

2.4. Evaluación del servicio

Motivado por las complejidades del contexto internacional, el devenir académico dirigió la iniciativa de establecer parámetros para evaluar los sistemas de medios, lo que derivó en la elaboración de los denominados «Indicadores de Desarrollo Mediático» (UNESCO, 2008). Este documento expone la necesidad de buscar equilibrios entre derechos ciudadanos y pautas establecidas por el mercado, como requisito fundamental para el fortalecimiento democrático.

En tal sentido, la convivencia balanceada de emisoras comerciales privadas, públicas y comunitarias marcan el ideal de estos sistemas y son sinónimo de su robustez. Dada la importancia de lo público en la distribución de fuerzas, estas definiciones iniciales establecen algunos propósitos generales para el sector: «Cuando sean garantizados con pluralismo, diversidad de programación, independencia editorial, financiamiento apropiado, rendición de cuentas y transparencia, los medios de servicio público pueden servir como un fundamento de la democracia.» (UNESCO, 2008: p. 37).

A raíz de la importancia atribuida a los medios de servicio público, en 2012 la propuesta inicial de UNESCO es ampliada, mediante la definición de indicadores de calidad específicos

para estas emisoras. El documento formula 188 pautas «que permitirían medir de manera objetiva y sistemática la adecuación o inadecuación de la emisora» (UNESCO, 2012: p. 25), las cuales están ordenadas en 10 ejes temáticos. Allí se concluye que si bien la evaluación de los sistemas de radiodifusión pública no puede ser pensada de manera homogénea y debe adaptarse a diferentes contextos y realidades, hay pautas que tendrán que ser necesariamente contempladas, como la independencia editorial y financiera, autonomía de los gobiernos de turno, pluralidad y diversidad en la programación, marcos regulatorios que establezcan el mandato de servicio público y rendición de cuentas.

En las pautas generales del instrumento de UNESCO, que definen la calidad de las emisoras públicas, puede establecerse una división en dos grandes grupos: por un lado las formales/normativas asociadas a la estructura institucional y administrativa, como autonomía e independencia editorial y financiera de los gobiernos de turno o transparencia; y por otro, las referidas a la programación, que incluyen ideales de pluralidad, diversidad y participación, en relación a contenidos audiovisuales y a la gestión. Esta diferenciación de dos tipos de indicadores responde a cuestiones meramente instrumentales y su finalidad es facilitar la comprensión y el abordaje analítico, pero esto no implica desconocer que el marco normativo influye en la programación.

La aplicación de estos indicadores cumple entonces una triple función, por un lado diagnosticar el estado de los medios en un determinado contexto, al mismo tiempo evaluar el impacto de las políticas aplicadas y por último marcar el camino hacia el desarrollo mediático, asociado en este caso al desarrollo democrático.

Tal como se detalla en la propuesta metodológica, el estudio sobre TV Ciudad recorre parcialmente los ejes analíticos establecidos por UNESCO, con énfasis en aquellos que abordan los vínculos con la sociedad, ya que este es un aspecto fundamental en los procesos de democratización y construcción ciudadana. Los nexos entre el canal, su público y la sociedad toda, determinan en este caso aproximaciones a la calidad y el desempeño general de la señal, en tanto servicio de carácter público.

Abordar el relacionamiento de la emisora con su público y con la sociedad toda, también brinda la oportunidad de incorporar perspectivas ciudadanas al estudio sobre medios de comunicación. Está claro que la agenda de desarrollo tiene definidas otras prioridades para la región, pero esto no reduce la importancia de ahondar en los vínculos societales en todos sus

niveles, principalmente en aquellos que pueden resultar claves en la gestación y visibilidad de alternativas de cambio e innovación social.

Como ya se explicó, las iniciativas transformadoras que apostaban por la democratización del sistema local de medios lograron avances, «pero no con la claridad y firmeza suficientes como para alterar hasta ahora aspectos claves como la concentración» (Kaplún, 2018: p. 47); por lo tanto, la evaluación de TV Ciudad también representa una oportunidad de análisis sobre el impacto de estas voluntades en la gestión del canal público.

Sobre esta base académica y orientado por los indicadores de calidad definidos por UNESCO (2012) para las emisoras públicas, el enfoque cualitativo desarrollado en próximas páginas se concentra en la relación de la emisora con la ciudadanía, en especial con aquellos sectores cuyas voces han permanecido al margen de los medios tradicionales.

2.4.1. Antecedentes de aplicación

Los indicadores de UNESCO han sido utilizados para la evaluación integral de sistemas mediáticos, para analizar casos y cuestiones puntuales o para examinar y posteriormente formular marcos de referencia específicos, que favorezcan el cumplimiento de los ideales definidos para las emisoras públicas. En el repaso por algunas de las aplicaciones de esta guía elaborada internacionalmente, se evidencia su mencionada adaptabilidad a diferentes contextos y las distintas posibilidades de implementación desde orientaciones dispares.

En Uruguay los indicadores fueron utilizados para evaluar el sistema mediático de manera integral (UNESCO, 2021), convirtiéndose en la primera experiencia del Cono Sur en realizar un estudio abarcativo de todo el paisaje local. El documento describe la actualidad de los medios privados, públicos y comunitarios en todas sus dimensiones, a partir de la utilización de distintas técnicas de investigación. El trabajo fue coordinado por un equipo con representación de todas las universidades con carreras terciarias en comunicación y en el documento final, elaborado por un equipo multidisciplinario, también se incluyeron propuestas tendientes a la mejora y evolución del sistema.

Tanto en España como en México se llevaron adelante estudios bajo la impronta de UNESCO, los cuales analizan la percepción de periodistas y demás profesionales de la comunicación, en relación a la participación ciudadana en tiempos de convergencia digital (2021) y al desarrollo de la labor periodística en medios públicos y privados (2021). Estos

trabajos combinan técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, y aunque no hacen referencias específicas a los indicadores definidos para las emisoras de servicio público, tratan temas que refieren a la labor cotidiana de y desde estas señales. En ambos casos el diagnóstico de situación antecede a una serie de recomendaciones para fortalecer y mejorar el desarrollo de los medios, a partir del involucramiento de actores institucionales, profesionales y sociedad civil.

En el caso de Argentina, la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (2015) realizó un estudio a partir de los indicadores de calidad para las emisoras públicas, el cual examina el estado de situación y a la vez propone la elaboración de un sistema propio para la TV Pública Argentina, entendiendo que esta emisora es la base de todo el sistema de medios públicos. El estudio, que también contó con la colaboración de las autoridades del canal, se propone plasmar información objetiva de utilidad para la elaboración de políticas institucionales y el control ciudadano, a partir de la aplicación de cinco técnicas de relevamiento.

Los casos enumerados permiten reflejar en los hechos las diferentes posibilidades de aplicación total o parcial del mecanismo de evaluación mediática y la amplia gama de metodologías que allí conviven. Otros aspectos importantes a tener presentes son los marcos institucionales y la conformación de equipos multidisciplinarios para la realización de este tipo de estudio, donde se complementan perspectivas profesionales y académicas que desde el diagnóstico, la elaboración de herramientas propias y recomendaciones, buscan tener incidencia en la toma de decisiones.

2.4.2. La importancia de la organización del discurso

La modalidad de evaluación propuesta en este trabajo, está enfocada en aquellos mecanismos que determinan el relacionamiento de la emisora pública con sectores específicos de la sociedad y en las formas en que estos últimos se manifiestan en la programación del canal, por tanto resulta fundamental considerar en el análisis factores tales como la organización del discurso televisivo.

Stuart Hall problematiza este asunto al describir las estructuras y estrategias de los discursos escritos y hablados, señalando que la continuidad ordenada del lenguaje, de alguna forma sostiene la vida cotidiana. Esta perspectiva es de utilidad para analizar cómo circulan esos

discursos a través del tiempo y el espacio, cómo se reproducen algunos discursos por encima de otros y las diferencias de poder en los relatos que ganan legitimidad a nivel social.

En relación al efecto de estos discursos pueden surgir matices analíticos ya que si bien hay consensos sobre la ubicación de la TV en el eje central de la producción simbólica, la dificultad aumenta cuando se intenta establecer su nivel de incidencia o contribución a las concepciones del público sobre la realidad. El discurso siempre implica un posicionamiento y una representación de la realidad, por eso el papel de los medios masivos, que llegan a una amplia esfera de la población, condiciona la opinión pública.

«A pesar del hecho de que las masas populares nunca han sido capaces de convertirse, en un sentido completo, en los sujetos-autores de las prácticas culturales en el siglo XX, su presencia constante, como un tipo de fuerza histórico-cultural pasiva, ha interrumpido, limitado y afectado constantemente todo lo demás.» (Hall, 2010, p. 84).

Otro de los aportes del trabajo de Hall al debate sobre los medios de comunicación es la inclusión de la idea de «asimetría» en los procesos de codificación y decodificación de los mensajes. En este punto el autor habla de una comunicación «sistemáticamente distorsionada» (Hall, 2004: p. 217) para referirse al intercambio entre los productores de contenidos audiovisuales y el público.

Sobre este tema, Gerbner expresó que incluso las producciones televisivas más populares tienden a «reflejar (y a fomentar) ideologías culturales dominantes» y que la mayoría de los espectadores se exponen a un proceso denominado «mainstreaming» donde por más que convergen posturas, el mismo se desarrolla a partir de un progresivo establecimiento de las «orientaciones predominantes» (Gerbner, 1996, p. 44).

David Morley complementa las ideas sobre el vínculo entre el público y los programas televisivos, incorporando variables a las tensiones manifiestas en la interna de la elaboración discursiva. Este autor remarca la posibilidad de «considerar el programa de televisión como una oferta motivada de atención y de acción, más o menos susceptible de resistencia o negociación» (1996. p. 302). A partir de esta evolución descriptiva cobra fuerza la necesidad de continuar sumando aportes que favorezcan la comprensión de aquellos aspectos ideológicos, sociales y culturales que se hacen presentes en los mensajes televisivos a lo largo del tiempo.

2.4.3. La sociedad contada

Complementando la línea de lo anteriormente expuesto, Martín-Barbero expresa que la creciente mediatización desplegada desde variados formatos y dispositivos potenció la influencia de las narrativas televisivas en la construcción de significados, percepción de identidades y difusión de valores culturales. Esto determina que la diversidad que se desprende de la vida en sociedad encuentre en las pantallas y sus narraciones la posibilidad de verse representada y ser contada. O considerado desde otra óptica, la necesidad de visualización de expresiones aportantes a la construcción de comunidades de sentido, como pilar constitutivo de su existencia, demanda que la diversidad pueda ser referenciada y tenida en cuenta en sus múltiples manifestaciones.

Por definición la responsabilidad de garantizar ese derecho a vernos reflejados y de esta forma comprobar que existimos, a nuestra manera, recae principalmente en las emisoras públicas. Si bien sería incoherente imaginar una televisión donde nadie pueda verse representado o ver representados sus anhelos y mundos imaginados, a diferencia de la televisión privada, la producción desde las pantallas públicas debe incluir entre sus objetivos, constituirse en espejo de esa diversidad y «hacerse cargo de lo que el comercio y los canales privados no quieren visibilizar». (Rincón, 2006: p. 174)

Las producciones audiovisuales del sector público, sus narrativas y elementos como acciones, cronología, caracterización de personajes y entornos, expresan voluntades institucionales y por lo tanto, pueden analizarse para establecer el grado de cumplimiento del derecho a la enunciación, el cual se entiende como el marco de condiciones que posibilitan la producción de discursos y expresión de voces de los diferentes grupos sociales.

Esta orientación que ubica al acto de enunciar como modo de acción social, puede incorporar elementos que son planteados por Émile Benveniste en la Teoría de la Enunciación, quien dentro de las principales opciones para observar este complejo proceso, opta por «definir la enunciación en el marco formal de su realización», y de esta forma considerar «el acto mismo, las situaciones donde se realiza, los instrumentos que la consuman» (Benveniste, 1979: p.: 84). Estas características sirven entonces para examinar las operaciones que dan forma comunicacional al texto televisivo y los diferentes elementos contextuales que componen esa relación entre la emisión y la recepción de los mensajes.

Al dirigir la reflexión hacia las condiciones que posicionan a las narrativas televisivas como centro de producción cultural y destacar importancia de indagar en sus características intrínsecas, también es oportuno citar algunas de las ideas desarrolladas en estas dos publicaciones: *Narrativas Mediáticas* (Rincón, O., 2006) y *Manual de Narrativas Televisivas* (Gordillo I., 2009).

En relación a la mencionada importancia de las narraciones televisivas para las sociedades actuales, Omar Rincón expone que la misma puede deberse a que «Tal vez, aburridos de razones que no explican futuros que nunca llegan, hemos optado por afectos instantáneos y relatos desde los cuales podemos asignar sentidos al exceso de significantes vacíos que habitamos» (p: 10).

Por su parte, el trabajo de Inmaculada Gordillo de alguna forma refuerza esta hipótesis destacando la necesidad de indagar en las narrativas para la «reflexión, análisis, comprensión y construcción de relatos audiovisuales» (p: 11), donde la televisión «sigue siendo el mayor productor de relatos del mundo y el medio de comunicación que posee un número más abundante de receptores.» (p: 11).

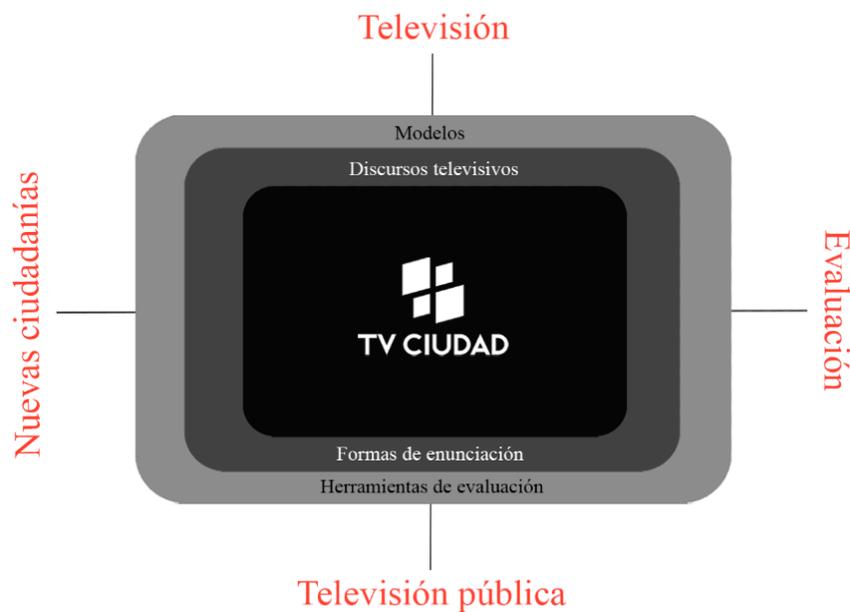
La polisemia de las producciones televisivas también se expande hacia las grillas de programación, donde se unifican y ordenan heterogeneidades que conforman las identidades de los canales. En tal sentido Rincón señala al menos tres tipos de programación que permiten categorizar a los canales como «generalistas» de entretenimiento, «que buscan el rating como criterio de eficiencia de negocio», «especializados», «que buscan nichos específicos de audiencia» y «locales», «que redescubren los rostros cercanos, las maneras propias de comunicar de una comunidad, y se convierten en alternativa audiovisual» (p. 171). Esta última categoría es la que mejor define el propósito principal de TV Ciudad, en tanto canal público montevideano, pero sin dejar de lado el entretenimiento y la búsqueda orientada hacia el público. Indagar en algunos de los rasgos constitutivos de esa identidad transmitida desde su programación permite también una aproximación a los niveles de cumplimiento de los objetivos.

Desde esta óptica, no conviene estudiar trazos aislados de producciones televisivas, sino identificar prácticas comunicacionales que permitan el acceso a espacios por parte de sectores populares, para que estos puedan producir discursos, narraciones y representarse a sí mismos. Por otro lado el análisis de las estrategias que contribuyen al ejercicio del mencionado derecho a la enunciación, también es útil para caracterizar el rumbo general de la emisora.

Sobre este último punto debe considerarse que en comparación con la televisión de otras épocas, la oferta actual de programas muestra un incremento significativo, fenómeno que incide en las características del consumo de esas producciones. Una de las principales consecuencias de este aumento y diversificación de la oferta es que la predilección del público sobre determinados programas, fue transformándose paulatinamente en preferencia por los canales y sus diferentes estilos de conformar la programación. «En la televisión de canales, el eje es la programación como factor que otorga una identidad, un flujo, un ritmo y un estilo de interpelación propios en relación con las audiencias» (Rincón, 2006: p. 174).

Figura 1)

Esquema del marco teórico y conceptual. Elaboración propia.



3 - Objetivos, pregunta y metodología de investigación

3.1. Objetivos y pregunta de investigación

En sistemas mediáticos altamente concentrados como el uruguayo, las señales públicas pueden constituirse en piezas clave para diversificar la oferta comunicacional, desde una perspectiva inclusiva y participativa. La implementación de modelos pluralistas y democratizadores en los canales públicos, abre oportunidades para que aquellos grupos sociales tradicionalmente limitados en sus posibilidades de enunciación, puedan marcar presencia y sumar espacios de expresión y consolidación identitaria.

La impronta de corrientes políticas con discursos favorables a equilibrar el entorno de medios, mediante la definición de criterios transparentes para la asignación de señales, fortalecimiento de las emisoras públicas y democratización de espacios, impulsó una serie de transformaciones orientadas al desarrollo del sistema y al cumplimiento de los ideales del modelo de servicio público; objetivos que, a su vez, complementan y favorecen la apertura a la diversidad de voces y, por consiguiente, al ejercicio del derecho a la comunicación. Este derecho, aunque no esté expresamente consagrado en la Constitución, deriva de la lectura e interpretación de principios tales como la libertad de expresión y de prensa ([Artículo 29](#)), así como el acceso a la información pública ([Ley N° 18381](#)).

Transcurridos varios años de intenso debate y periodos de gestión donde se promovieron estas transformaciones, la tesis titulada «Televisión abierta de servicio público, diversidad y pluralidad. La presencia de sectores populares y minorías en TV Ciudad», tiene por objetivo analizar la inclusión de estos sectores de la sociedad en la programación de TV Ciudad, considerando que la pluralidad y la diversidad son factores esenciales para evaluar su calidad y desempeño en tanto servicio público.

Entre los objetivos secundarios del presente análisis, se plantea la necesidad de abordar la pluralidad, desde la pluralidad misma, integrando perspectivas ciudadanas al estudio de los medios de comunicación, en este caso mediante el testimonio de organizaciones y colectivos sociales. Además se intenta avanzar en la elaboración de herramientas específicas para el diagnóstico y la evaluación de los modelos implementados en las emisoras públicas locales.

Persiguiendo estos propósitos se establece la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la valoración del desempeño de TV Ciudad en el periodo 2015/2024 respecto a la inclusión de

sectores populares y minorías a su programación?. Esta pregunta presenta la oportunidad de articular las apreciaciones expresadas desde las direcciones del medio, las de grupos organizados y el análisis narrativo de producciones del canal. Al mismo tiempo permite aplicar una selección de los protocolos elaborados internacionalmente, cuya finalidad es, precisamente, la evaluación del servicio.

De la pregunta central derivan una serie de interrogantes secundarias, que dan lugar a la discusión sobre otras aristas de la problemática en cuestión y a su vez contextualizan y profundizan la aplicación del cuestionario definido por UNESCO. Las mismas se detallan a continuación: ¿qué lugar se asigna a la televisión en nuestra sociedad?, ¿cómo vienen evolucionando las formas de producir y consumir televisión en Uruguay?, ¿cuáles son las consecuencias de estos cambios?, ¿qué papel ocupa la televisión pública en la sociedad uruguaya?, ¿las organizaciones y colectivos sociales reconocen la televisión pública cómo servicio?, ¿es posible definir el modelo aplicado en TV Ciudad?, ¿qué valoración hacen las direcciones de TV Ciudad sobre los Indicadores UNESCO de Calidad para Emisoras Públicas?, ¿aplican estos indicadores para elaborar estrategias de gestión?, ¿las autoridades del canal reconocen el derecho a la enunciación de los diferentes sectores de la población? y ¿cuáles son las perspectivas de las direcciones de la emisora y de los colectivos sociales sobre el desarrollo de los medios públicos en Uruguay?.

Las respuestas a todas estas preguntas se irán elaborando desde distintos ángulos y recorren los cuatro ejes principales del análisis: televisión, ciudadanía y comunicación, televisión pública y evaluación del servicio. Sus conclusiones exhiben elementos claves del relacionamiento de la señal pública montevideana con los sectores populares y minorías, conforme a la capacidad descriptiva y la complementariedad de conceptos tales como pluralidad y diversidad. Los resultados finales también exponen virtudes y debilidades de las políticas públicas implementadas durante una década, aportando a la reflexión sobre un tema amplio, vigente y de interés común.

3.2. Metodología

El estudio para evaluar la calidad de TV Ciudad desde sus vínculos con sectores populares y minorías, se desarrolla mediante una triangulación metodológica que combina técnicas cualitativas. Fundamentado en las potencialidades, capacidad de integración y adaptabilidad de estas técnicas con algunos de los indicadores definidos por UNESCO, el eje central de la

propuesta metodológica está constituido por entrevistas en profundidad a direcciones del canal, organizaciones y colectivos sociales; las cuales son complementadas con el análisis narrativo aplicado a una muestra de producciones emitidas por la señal durante el periodo seleccionado.

3.2.1. Testimoniar la realidad

Las entrevistas en profundidad incluyen a los directores de TV Ciudad en el periodo 2015-2024, así como a representantes de organizaciones y colectivos de sectores populares y minorías, con el propósito de profundizar en las percepciones sobre las estrategias de relacionamiento, inclusión y participación promovidas por el canal; e integrar claves de la opinión ciudadana sobre estos y otros temas. Como plantea Rosana Guber: «la entrevista sirve para obtener datos que dan acceso a hechos del mundo. La entrevista habla del mundo externo y, por lo tanto, las respuestas de los informantes cobran sentido por su correspondencia con la realidad fáctica» (Guber, 2001: p. 26).

Estos testimonios fueron recabados en el transcurso de los años 2023 y 2024, en instancias individuales presenciales o a través de las plataformas de videoconferencia Zoom y Google Meet. La duración de cada encuentro fue de aproximadamente 30 minutos/1 hora y los mismos se desarrollaron, en primer lugar, con los tres directores de TV Ciudad; y luego con diez representantes de los colectivos seleccionados.

La modalidad implementada fue la de «entrevista en profundidad» del tipo «estandarizada no programada» (Valles 1999, p. 187), dado que las preguntas (ver detalle en [anexos](#)) se repiten en todos los casos, pero se formularon en términos familiares a cada entrevistado; mientras que la secuencia de interrogantes fue variando de acuerdo a las características del interlocutor y al desarrollo de la conversación.

La categoría de las preguntas oscila entre «desestructurada» y «semiestructurada» (Valles 1999, p. 186) porque alternan entre la búsqueda de respuestas amplias y libres; y la orientación hacia cuestiones más específicas relacionadas a los fines del trabajo. La siguiente tabla resume titulares e ideas principales de los cuestionarios utilizados, los cuales recorren los cuatro núcleos temáticos del estudio.

Tabla 1)

Guías para entrevistas a direcciones del canal y organizaciones sociales. Elaboración propia.

Direcciones del canal			
Televisión	Ciudadanía	TV Pública	Evaluación
Panorama local	Formas de inclusión	Lineamientos políticos	Objetivos planteados
Nuevas tecnologías	Instancias de intercambio	Modelo de gestión	Indicadores Unesco
Organizaciones sociales			
Televisión	Ciudadanía	TV Pública	Evaluación
Vínculos	Apropiación	Diferencias canales privados	Expectativas
Sectores representados	Participación	Apropiación	Perspectivas a futuro

La elaboración de una muestra basada en movimientos organizados, responde a la necesidad de establecer límites claros y acordes a los objetivos de este trabajo y a la voluntad implícita de estos grupos de abordar, resolver o aportar sus perspectivas a problemáticas sociales puntuales, desde una mirada colectiva.

Por otra parte, la condición de popular de estas agrupaciones refiere a su procedencia de sectores sociales ajenos a las esferas de poder económico, político y cultural, cuyas manifestaciones y costumbres suelen quedar relegadas de ciertos espacios. Como bien plantea García Canclini, desde un enfoque orientado por elementos culturales: «Lo popular es en esta historia lo excluido» (García Canclini, 1989: p. 191) haciendo referencia a lo que él mismo define como «capitales simbólicos de los grupos subalternos» (García Canclini, 1989: p. 182).

Para este análisis el concepto de minoría también está asociado a grupos de personas que enfrentan desigualdades en términos de acceso a derechos, recursos, espacios, pero que además son numéricamente inferiores. Sobre esta base, el presente trabajo indaga en la percepción de estos grupos sobre la televisión pública y en específico sobre TV Ciudad, como espacio de identificación, participación y pertenencia.

La muestra de organizaciones y colectivos seleccionada, persigue un equilibrio entre temas de interés para el conjunto de la sociedad como son: trabajo, medio ambiente, alimentación, cultura, diversidad de género y racial, salud, deporte, vivienda, inmigración, solidaridad,

producción y derechos humanos. También se tuvo en cuenta el alcance y cantidad de integrantes de cada organización, su antigüedad y ubicación geográfica, para que la variedad temática esté representada en las características de las agrupaciones.

Por su parte, la diferenciación entre organizaciones y colectivos, planteada a lo largo del estudio, responde a variables relacionadas al grado de formalidad y estructura organizativa de estos grupos. En tal sentido, los primeros cinco grupos de la lista que se presentará a continuación son más flexibles y horizontales, mientras que el resto cuenta con una estructura definida, estatutos y comisiones directivas. Dentro de la breve descripción de los grupos, figura su zona o barrios de influencia, siempre que los mismos no sean de alcance nacional o internacional. En la muestra se incluyeron las siguientes casos:

- Ovejas Negras (ON), colectivo de diversidad sexual.
- Todos Somos Uruguayos (TSU), colectivo de ciudadanos legales uruguayos.
- Olla Popular Antonio Machado (OPAM), barrio Malvín Norte.
- Rayito de Sol (RDS), organización solidaria de barrios de Canelones (Barros Blancos, Ciudad de la Costa) y del noreste y centroeste de Montevideo.
- Escuadrón Tapitas (ET), grupo de ayuda social ubicado en el barrio Maracaná.
- Casa de la Cultura Afrouruguaya (CCA), institución promotora del conocimiento, la valoración y difusión del aporte de los afrodescendientes, ubicada en barrio Cordón.
- Covi Inti (CI), Cooperativa de Viviendas por ayuda mutua del barrio Lezica.
- Club Paysandú (CP), institución social y deportiva del barrio La Blanqueada.
- Redes Amigos de la Tierra (RAT), organización que trabaja desde la perspectiva de la ecología social.
- Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay (AMRU), asociación que contribuye al bienestar de la mujer rural y sus familias.

Tabla 2)

Entrevistas realizadas a direcciones del canal y organizaciones sociales. Elaboración propia.

Direcciones del canal				
Nombre	Fecha	Periodo de gestión	Duración	
Alejandra Casablanca	20/06/2023	2020/2024	1:20:00	
Federico Dalmaud	09/09/2023	2017/2020	1:10:00	
Andrés Rodríguez Colombo	19/10/2023	2015/2017	0:55:00	
Organizaciones sociales				
Nombre	Fecha	Organización	Tema	Duración
Daniela Buquet	21/11/2023	Ovejas Negras	Diversidad de género	0:31:00
Leroy Gutiérrez	27/11/2023	Todos Somos Uruguayos	Ciudadanía legal / inmigración	1:15:00
Isabel Ramírez	15/12/2023	Casa de la Cultura Afrouruguaya	Afrodescendencia	0:35:00
Alfonso Machado	29/12/2023	Olla Popular Antonio Machado	Alimentación	0:26:00
Soledad Gelpi	14/06/2024	Covi Inti Cooperativa de viviendas	Vivienda	0:19:00
Claudia Más	19/06/2024	Rayito de Sol	Solidaridad/salud	0:19:00
Hernán Praderi	19/06/2024	Club Deportivo Paysandú	Deporte	0:24:00
Leticia Fullenti	20/06/2024	Escuadrón Tapitas	Solidaridad/salud/ambiente	0:31:00
María Selva Ortiz	03/07/2024	Redes Amigos de la Tierra	Medio Ambiente	0:27:00
Jacqueline Cachi	09/07/2024	Asociación de Mujeres Rurales del Uruguay	Rural/producción/ambiente	0:22:00

3.2.2. Sobre las narrativas

Como complemento de las entrevistas, se realiza un análisis narrativo aplicado a una muestra de producciones emitidas por TV Ciudad entre 2015 y 2024, el cual ofrece una aproximación hacia los mecanismos inclusivos de la señal. La utilización de esta técnica de investigación, se justifica en sus potencialidades para exponer características y circunstancias en las que se lleva adelante la inclusión de los distintos sectores, sus perspectivas y voces; considerando que «el denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimientos de diversos aspectos y fenómenos de la vida social» (Abela, 2001: p. 2).

Las entrevistas incluyen a representantes de distintas agrupaciones, mientras que el análisis narrativo toma en cuenta diferentes niveles de representatividad, especialmente en lo que refiere a la distinción entre actores representantes de colectivos y los representativos de determinados grupos sociales. El abordaje complementario propuesto, considera las características de los protagonistas y las voces que narran sus historias, los escenarios y demás elementos del marco narrativo, basándose en una representatividad simbólica e identitaria, que no necesariamente implica pertenencia a grupos organizados.

Sobre las formas de incluir al público en los medios de comunicación, también fue necesario ponderar que existen diversas modalidades de su puesta en práctica. Algunos ejemplos de ello: cartas de lectores en prensa escrita, lectura o reproducción de mensajes telefónicos en radio o televisión, esporádicas participaciones en instancias de debate o la inclusión de «caza noticias» en los espacios informativos. Salvo excepciones, estas participaciones del público se limitan a determinados temas, formatos y espacios acotados, por lo que no están en condiciones de ser consideradas como voluntades reales de incluir perspectivas diversas en la programación.

3.2.2.1. Formas propias de enunciación

Aproximarse a los niveles de diversidad y pluralidad de TV Ciudad desde sus narrativas significa identificar atributos identitarios de grupos que puedan aparecer representados en las distintas emisiones, pero también la forma en que se da esa integración y las voces que llevan adelante los relatos analizados. Sobre este último aspecto Gordillo plantea que tanto la emisión como la recepción de cualquier mensaje televisivo se dividen en tres instancias, cuya distinción nos aproxima al proceso comunicativo y su funcionamiento: «del lado del emisor se sitúa el autor real o enunciador, el autor implícito o sujeto de la enunciación y el narrador», mientras que en el caso del «receptor se ubican el público real o enunciatario, el público implícito o sujeto de la recepción y el narratario» (Gordillo, 2009: p. 57).

En los casos del enunciador y el receptor se trata de figuras reales que se «sitúan fuera del relato y solo se comunican dentro de él», por lo que el director, editor o cualquier figura responsable de tomar decisiones sobre las formas en que se presentan la o las historias en una determinada producción televisiva, siempre ocupan el lugar de enunciador.

A la interna del texto o programa televisivo, la figura del enunciador generalmente es sustituida y representada por otra, denominada «sujeto de la enunciación», cuya función es «simular dentro del texto una relación comunicativa» y en tal caso su responsabilidad recae en «cualquier manifestación de subjetividad dentro del discurso» (Gordillo, 2009: p. 60). Este sujeto enunciador, que también puede ser definido como destinador, es entonces la voz que narra el texto o la historia.

Una de las principales señales de autonomía e incidencia sobre la historia del definido como «sujeto de la enunciación», tiene que ver con el concepto de «focalización», el cual

corresponde a la posición que este ocupa ante el relato, siendo un factor determinante de la estrategia de representación adoptada:

«...el concepto de focalización corresponde a otra de las huellas del destinador, y corresponde a la posición del sujeto de la enunciación ante la historia que se narra, es decir, el ángulo, el momento y la cantidad de información narrativa que se proporciona. Condiciona la cantidad de información vehiculada y su calidad, así como la intención de transmitir cierta posición afectiva ideológica o ética», (Gordillo, 2009: p. 60).

3.2.2.1.2. La focalización

En primer término debe aclararse que las características propias de las diferentes formas de narración y en especial del texto televisivo o audiovisual, determinan la coexistencia de variados estilos de focalización, que se manifiestan tanto en las bandas de audio como en las de video; y que al mismo tiempo, estas formas no suelen permanecer fijas, sino que varían durante el desarrollo de los relatos.

Un análisis centrado en la focalización debe desdoblarse desde diferentes variables y puede ser categorizado de diversas formas, entre ellas las más importantes para el presente trabajo están determinadas por identificar, en términos generales, quien cuenta los hechos y la manera de pensar que se transmite, vinculados estos a la voz o voces que llevan adelante el relato, a las posiciones ideológicas que se manifiestan y a los ambientes donde se desarrolla la o las historias, o sea «al conjunto de todos los elementos que pueblan la trama y que actúan como sus trasfondo» (Gordillo, 2009: p. 65); incluyendo el entorno o locaciones y las situaciones o coordenadas espacio/temporales.

La mencionada focalización define hasta qué punto el sujeto de la enunciación es agente activo en la transmisión de la información y abarca cuatro posibilidades, que están relacionadas al ángulo de la información que exponen las narraciones: el punto de vista óptico, el del saber, el de suponer y el ideológico; las cuales responden a las siguientes instancias de los hechos narrados, ¿quién mira o escucha?, ¿quién conoce la información?, ¿quién supone? y ¿qué manera de pensar se transmite? (Gordillo, 2009: p. 61). Asimismo la focalización del video no tiene por qué coincidir con la de audio y dentro de cada una de estas pueden coexistir distintas focalizaciones.

La reflexión sobre el enfoque narrativo desde esta orientación está configurada por tres opciones diferentes, las cuales se denominan como «focalización cero», «focalización

externa» o «focalización interna», y son determinadas por el punto de vista desde el cual se narra la historia, es decir quién tiene acceso a la información de los hechos narrados.

La focalización cero, que algunos autores también categorizan como omnisciente, es aquella donde «La información narrativa proviene de una posición de conocimiento ilimitado de todo lo que acontece en la historia» (Gordillo, 2009: p. 61); un narrador es quien percibe los eventos y tiene acceso a toda la información, pensamientos y emociones que configuran el relato; por lo tanto sabe más que los personajes.

En el caso de la focalización externa, es la que intenta mostrar «un punto de vista objetivo y aséptico sobre los hechos»; (Gordillo, 2009: p. 61), donde el narrador externo a la historia relata los hechos sin estar involucrado con la información, ni tener acceso a los pensamientos de los protagonistas, sería el caso opuesto al anterior ya que el narrador sabe menos que los personajes.

Por su parte la focalización interna es la «representación del punto de vista de un personaje de la historia o del narrador» (Gordillo, 2009: p. 61), que es quien narra los hechos desde su propia perspectiva y en tal sentido también puede incidir en cuanto información presenta la historia. El narrador sabe y cuenta tanto como el personaje. De esta forma se puede acceder al mundo interno de ese personaje y a lo que conoce de su entorno.

En la focalización cero, la información emerge entonces desde el interior de la narración y puede manifestar diversidad de puntos de vista de los personajes, pero el narrador tiene control absoluto sobre lo que acontece, diferenciándose de la focalización externa por ejemplo a partir de la forma en la que se obtuvo el documento visual o sonoro. Cuando el audio o video son producto de una puesta en escena es focalización cero y cuando registran lo real, se trata de una focalización externa. Por lo tanto la focalización externa a la diégesis es aquella donde la cámara funciona como mero testigo de lo que acontece.

Para facilitar la diferenciación entre estos tipos de focalización se presentan algunos ejemplos prácticos. Focalización cero: el moderador de un programa de debate interrumpe un intercambio de panelistas, asumiendo el rol de sujeto de la enunciación e introduciendo nuevos elementos a partir de entrevistas realizadas en la calle: «Antes de continuar, los vamos a escuchar algunos testimonios de jóvenes que entrevistamos para saber qué piensan a partir de la pregunta, ¿para qué estudiamos?» (TV Ciudad, 2015). El moderador como sujeto de la

enunciación posee más información que los panelistas, sabiendo que la misma puede incidir en el desarrollo de la conversación.

Focalización externa: en una serie documental de música urbana el capítulo comienza con un recorrido por la casa del protagonista, quien va describiendo los diferentes espacios hasta llegar a su habitación, mientras la cámara se limita a registrar lo que acontece. Al llegar a la habitación, el protagonista enciende una moto ubicada junto a la cama: «Este es mi cuartito, ayer compré esta moto cero kilómetro» (TV Ciudad, 2022). En estos casos la focalización externa es crucial para mantener objetividad y permitir que los hechos hablen por sí mismos

En el caso de la focalización a la interna de la diégesis se refiere a la perspectiva de un personaje de la historia o del narrador, pudiendo ser múltiple, variable o fija. En video esta última puede representarse por ejemplo con el recurso denominado como cámara subjetiva donde la cámara simula la vista por medio de los ojos del personaje; mientras que en audio puede ejemplificarse con las diferentes intervenciones en primera persona de panelistas del programa de debate o con los fragmentos de entrevistas a músicos urbanos de la serie documental, donde se accede a pensamientos o sentimientos de los protagonistas.

El análisis para determinar la focalización predominante en los cuatro programas emitidos por TV Ciudad en el periodo 2015/2024, analiza quien es el sujeto de la enunciación y desde que punto de vista se narran las historias o hechos retratados. Complementariamente también se relevan otros elementos secundarios contextuales, pertenecientes al marco formal de la enunciación del que habla Benveniste, como los ambientes donde se desarrollan las narrativas, características identitarias de sus personajes y géneros televisivos de estas producciones.

Posterior al análisis de cada producción se presentan dos cuadros comparativos que resumen por un lado las principales características de los personajes retratados y ambientes donde se desarrollan las historias, y por otro los rasgos narrativos de las producciones analizadas, en relación a los diferentes tipos de focalización, permitiendo una visualización esquemática de utilidad para los fines del presente trabajo.

3.2.3. Aplicación de indicadores

Como ya se mencionó el presente análisis incorpora los Indicadores de Calidad de las Emisoras Públicas definidos por UNESCO a modo de guía, a partir de su aplicación parcial a

la realidad de la TV pública local, más precisamente del canal TV Ciudad en un periodo claramente definido. Esta elección está motivada por las particularidades del instrumento evaluativo, cuyas limitaciones frente a las dinámicas contemporáneas y a la diversidad de contextos, posibilitan ciertas ponderaciones en su aplicación a sistemas mediáticos o emisoras concretas, la cual debe realizarse «según las circunstancias individuales y según la misión y el entorno social, cultural, económico y político de cada emisora» (UNESCO, 2012: p. 11).

Desde esta óptica resulta necesario valorar características de la realidad histórica del sistema de medios local, donde la independencia de las emisoras públicas y su autofinanciación parecen todavía utópicas, condicionando de esta forma el cumplimiento cabal de los ideales establecidos internacionalmente. Sobre este punto cabe explicitar que las características de gestión de TV Ciudad limitan las posibilidades de implementación de un análisis más profundo basado en estos indicadores, ya que al igual que Canal 5, depende administrativa y económicamente del gobierno electo, en el caso de TV Ciudad, del gobierno departamental de Montevideo. Finalmente deben considerarse los objetivos y el alcance de este trabajo, el cual se ve restringido en su capacidad de extenderse a todas las dimensiones de la herramienta propuesta por la UNESCO, debido a sus características académicas y aspectos formales.

En el documento donde se enumeran los indicadores, los conceptos de «pluralidad, diversidad e imparcialidad de la programación», son destacados como aspectos que «son o deberían ser comunes» a todas las emisoras públicas y su cumplimiento está determinado por una concepción de lo diverso que se extiende tanto a cuestiones relacionadas a temáticas, voces incluidas y géneros televisivos, como a la «Preocupación por la identidad y cultura nacionales» (UNESCO, 2012: p. 9-12). Estos temas son desarrollados en el capítulo denominado «Diversidad Cultural», donde se plantea la necesidad de desarrollar políticas «que garanticen internamente la diversidad, tanto en las relaciones de trabajo como en la programación que se difunde al aire.» (UNESCO, 2012: p. 27).

De acuerdo a esta demarcación se optó por estudiar aquellas pautas referidas a la programación de la emisora, donde pueden verse evidenciadas las estrategias favorables a la configuración de espacios plurales y diversos. Se entiende que el cruce de directrices asumidas en torno a estas nociones, junto a la perspectiva de sectores populares y las formas de enunciación adoptadas en la programación, ofrecen valiosas posibilidades de acercamiento a los niveles de cumplimientos de los objetivos elementales del servicio público.

Como se dijo, los criterios definidos por UNESCO que orientan este análisis están vinculados a la programación de la emisora e integran el cuestionario del eje: «Diversidad cultural». En esta dimensión, los indicadores que fueron estudiados son los siguientes: «¿Incluye la grilla programas destinados a públicos de diferentes edades?», «¿Incluye la grilla programas destinados a públicos de diferentes regiones geográficas?», «¿Refleja la grilla la diversidad de las identidades étnicas, religiosas, populares, etarias, de orientación sexual, de preferencias estéticas, etc. que componen la sociedad?» y «¿Existe una orientación o manual relacionado con el tema de la diversidad?» (UNESCO, 2012: p. 28).

A su vez, también se consideraron indicadores integrados al eje: «Cobertura geográfica y oferta de plataformas», el cual refiere a las posibilidades de acceso a la señal por parte de la ciudadanía y a la inclusión de expresiones de los distintos sectores, pero en este caso desde una perspectiva territorial. En tal sentido, las interrogantes incorporadas son las siguientes: «¿Puede la emisora ser sintonizada en todo el territorio de cuya población recibe recursos?», «¿Tienen entrada en la programación las poblaciones de las diversas regiones?»; «¿Aparecen en la programación personas de las diferentes regiones?»; «¿Tiene la emisora convenios con otras emisoras públicas nacionales?», «¿Tiene la emisora convenios con otras emisoras públicas internacionales?», «¿Existen canales digitales?», «¿Son de acceso gratuito?», «¿Tiene la emisora uno o más portales abiertos en Internet?» y «¿Tiene la emisora una política definida para el uso de nuevas tecnologías y logra mantenerse actualizada en ese campo?» (UNESCO, 2012: p. 28-29).

Por último se incorporaron indicadores relacionados a las características institucionales o administrativas, los cuales forman parte del núcleo «Transparencia de gestión», más precisamente del apartado «Nivel de diálogo con la sociedad». Se reconoce que los mismos no analizan específicamente la diversidad de la emisora, pero también aportan elementos valiosos para los objetivos generales del trabajo. Los indicadores referidos a este punto se enumeran a continuación: «¿Se estimula la participación de la ciudadanía?», «¿Existen criterios objetivos para la participación de la población en el proceso de evaluación?», «¿Existe alguna forma de interacción con el público en los noticieros?» y «¿Tiene la emisora presencia permanente en las redes sociales?». (UNESCO, 2012: p. 27).

En síntesis los indicadores seleccionados para orientar este estudio analizan la pluralidad y la diversidad desde diferentes ángulos, subrayando la necesidad de «prestar especial atención a las culturas y manifestaciones culturales más frágiles.» (UNESCO, 2012: p. 28). De este

modo entran en consideración factores etarios, territoriales e identitarios; el grado y las formas en las que se manifiesta la inclusión de los distintos actores y el alcance de la señal.

3.2.3.1. Pluralidad y diversidad

De acuerdo a las definiciones formales de [pluralidad](#) y [diversidad](#) (Real Academia Española, 2024) estos son dos términos sinónimos, cuyas afinidades semánticas pueden tender a desfigurarse dependiendo del contexto disciplinario en el que se los aplique. Más allá de su uso y por más que pueden estar diferencialmente relacionados a cuestiones de cantidad o de semejanza, ambos conceptos se utilizan para representar aspectos determinantes de las diferencias sociales en un momento específico.

Lo plural entendido desde una óptica cuantitativa no necesariamente incorpora la cualidad de diverso, pero es desde lo político donde puede equipararse a la diversidad de ideas, representaciones o creencias de una sociedad. Trasladando la utilización de estos dos conceptos a los fines del presente trabajo puede decirse entonces que en la idea de pluralidad «hay un mayor énfasis en el reconocimiento político antes que social». mientras que la diversidad «permite la expresión de una identidad. Sabemos quiénes somos por contraste con lo que no somos.» (Mariluz, 2021: p. 46-47). Se reitera en este punto la idea de igualdad y diferencia como claves de la pluralidad humana.

Si bien establecer niveles de pluralidad y diversidad en un espacio como la programación de un canal de televisión, en un periodo de una década, puede percibirse como un objetivo inalcanzable y con alto grado de subjetividad, el estudio cualitativo desarrollado en base a entrevistas y análisis narrativo, expone una serie de peculiaridades que facilitan un acercamiento hacia la orientación de la emisora en este sentido.

3.2.4. Triangulación metodológica

La mencionada triangulación de técnicas de investigación constituye el marco para el procesamiento y análisis de los datos aportados desde las distintas fuentes de información. Los resultados de las entrevistas y su articulación con los componentes narrativos ponen en consideración el desempeño de la emisora, incorporando enfoques analíticos que están fundamentados en la idea de lo plural y diverso como expresión de calidad.

En relación a la estrategia seleccionada, se citará a Miguel Beltrán quien plantea una clasificación con «Cinco vías de acceso de la realidad social», a partir de los métodos:

histórico, comparativo, crítico, cuantitativo y cualitativo. La misma no busca ser limitante, sino que declara la necesidad de abordar el objeto de estudio de forma diversa y plural, para acceder al fenómeno con rigor científico.

«(...) si a la complejidad del objeto corresponde necesariamente un planteamiento epistemológico que he venido calificando de pluralismo cognitivo, ello impone como correlato necesario un pluralismo metodológico que permita acceder a la concreta dimensión del objeto a la que en cada caso haya de hacerse frente. La propuesta, pues, aquí formulada es la adecuación del método a la dimensión considerada en el objeto, y ello no de manera arbitraria e intercambiable, sino con el rigor que el propio objeto demanda para que su tratamiento pueda calificarse de científico.» (Beltrán, 1986, p. 39).

El estudio aquí desarrollado integra componentes que atraviesan varias de las dimensiones enumeradas por Beltrán con diferentes niveles de profundidad, ya que repasa algunos puntos clave en la historia de la TV nacional y al mismo tiempo explora la evolución normativa y teórica sobre el tema. El aspecto comparativo también cobra importancia al exponer resultados de las diferentes experiencias de televisión pública y comparar acciones adoptadas por las sucesivas direcciones del canal. La dimensión crítica resulta importante para fundamentar las mencionadas comparaciones y a su vez para analizar las proyecciones futuras del medio público. En cuanto a los aspectos de orden cualitativo –núcleo del estudio– ya fueron abordados y expuestos en la propuesta metodológica.

Sobre la delimitación del periodo temporal propuesto para el estudio, se considera que la llegada de la TDT en el año 2015 significó un cambio sustancial en la cobertura de TV Ciudad, marcando un hito en la historia del canal. Desde entonces la señal es abierta y accesible a todos los hogares montevideanos que cuenten con receptores digitales, sin necesidad de pago mensual. Se debe recordar que hasta esta fecha, el acceso a la señal de TV Ciudad era exclusivamente a través de televisión para abonados.

En relación a la muestra de programas sometidos al análisis narrativo es importante señalar que su elección se vio limitada, ya que no existen mecanismos formales de acceso a las producciones del canal y ante consultas y solicitudes específicas realizadas a las autoridades, no se obtuvieron respuestas satisfactorias. De esta forma se optó por realizar una búsqueda en las producciones disponibles en el canal de YouTube de TV Ciudad, contemplando que las mismas fueran funcionales a los fines del presente estudio e incluyeran todas las emisiones de al menos una de sus temporadas.

4 - Análisis de entrevistas

Esta sección configura la base del estudio sobre TV Ciudad, ya que aborda las dimensiones de pluralidad y diversidad a partir de las percepciones de los actores, entendiendo que es allí donde cobra sentido el vínculo del canal con la ciudadanía. La integración de miradas desde ambos extremos del intercambio comunicacional, está organizada de acuerdo a los cuatro núcleos temáticos del marco teórico y se articula con las ideas allí desarrolladas, estimulando que la interrelación entre los diferentes enfoques enriquezca el análisis de las políticas públicas implementadas en la emisora capitalina, a partir de la llegada de la TV digital.

4.1. Televisión de la nueva era: la identidad en pedazos

La reconfiguración de los medios de comunicación tradicionales en las sociedades actuales, conlleva importantes consecuencias que repercuten en las formas de concebir la prensa escrita, la radio y la televisión. Mientras las publicaciones impresas y las emisoras radiales se esfuerzan por sobrevivir a la digitalización, la TV parece ser el medio tradicional que mejor se posiciona en el tránsito de la nueva etapa, manteniendo un sitio de privilegio en los sistemas mediáticos y por ende en las sociedades.

Respecto a esta capacidad evolutiva y de adaptación de la TV, Carlos A. Scolari retoma el hilo de algunos postulados generales para afirmar que: «Si la demanda ha cambiado, la oferta también se ha visto obligada a hacerlo y de ahí que hayamos pasado de un mundo de televidentes a uno de telenautas; de cadenas a grupos de comunicación audiovisual encadenados; de la televisión al multimedia.» (Scolari, 2013: p. 73). En un contexto en permanente transformación, la TV tradicional continúa su proceso evolutivo integrando múltiples plataformas, expandiéndose a otros dispositivos y ocupando varias pantallas en simultáneo.

Frente a un escenario que demanda dinamismo, TV Ciudad implementa cambios de organigrama en procura de facilitar su adaptación a las circunstancias actuales. Según lo expresado desde la dirección, la estructura de la emisora cuenta, desde hace algunos años, con un «laboratorio» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023) específico para fomentar la creación de contenidos originales y experiencias transmedia; nutriendo así, la señal de TV abierta, redes sociales y plataformas de streaming. El mismo depende de la

Dirección de Innovación y Contenido y desde allí han surgido interesantes ejemplos de narrativas fragmentadas, algunos de los cuales serán analizados más adelante.

De este modo la llegada de la norma digital se concreta en un momento de expansión del canal público, donde su producción televisiva viene siendo incorporada a servicios de transmisión multimedia y redes sociales, adoptando técnicas que son definidas como «multiplataforma o transmedia» (Scolari, 2013). Tanto en la [web](#) como en YouTube, X, Facebook, Instagram y TikTok, la emisora ajusta sus producciones a diferentes formatos y lenguajes, y a su vez ofrece contenidos específicos, teaser o trailer de programas, adelantos, fragmentos de entrevistas y espectáculos.

En paralelo al desarrollo narrativo adaptado a distintos medios y lenguajes, TV Ciudad también transcurre una etapa de incremento sostenido de sus horas de producción, donde «de 637 horas en 2020» pasó a «1299 en 2021, 2050 horas en 2022 y 2398 en 2023» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023); extendiendo el horario de transmisión diaria de la señal abierta de 07:00 a 22:30 h. Según sus responsables todos estos planes de expansión progresiva vienen sujetos a otros objetivos de gestión relacionados con «la visión desde lo público, pero con cabeza de entretenimiento» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023) y con la necesidad de que «al canal lo vean porque pienso en cada peso que pongo» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023).

Inmersa en esta dinámica de interconexión tecnológica/social, TV Ciudad, en sintonía con el resto de las televisoras locales, se hace eco de las tendencias actuales e incorpora nuevas formas de comunicar, asociadas al perfil multimedia, y a partir de ello intenta renovar sus vínculos con el público. Éste último también atraviesa un proceso de adaptación a las nuevas modalidades y se prepara para realizar un «trabajo extra de recomposición» (Scolari, 2013: p. 35) que le permita ensamblar los fragmentos textuales y la multiplicidad de subjetividades que se manifiestan tanto desde los distintos espacios satélites de las emisoras, como a partir del ascendente caudal informativo y del ingreso de nuevos actores al intercambio simbólico.

De esta forma la emisora pública de Montevideo transcurre la época de convergencia tecnológica o «hipertelevisión» (Gordillo, 2009) adoptando una orientación del servicio público aggiornada a las actualidad comunicacional, pero al mismo tiempo, enfocada en reconfigurar el patrón histórico de concentración de la televisión pública nacional, al menos en lo que refiere a producción y captación de audiencias.

4.1.1. Direccionamiento hacia las audiencias

En relación a las potencialidades de la fragmentación para captar y reforzar el vínculo con el público, debe indicarse que los datos recabados durante este trabajo, referidos a las mediciones de audiencia, estadísticas de reproducción de contenidos, interacciones y al posicionamiento de TV Ciudad ante las denominadas comunidades virtuales, expresan un crecimiento sostenido en la última década e incluso registran cifras poco usuales para la televisión pública nacional. Desde la perspectiva local estos datos resultan significativos, ya que ofrecen indicios de movimiento en un sistema históricamente concentrado, pero también suponen un paso importante hacia los ideales del servicio definidos en el ámbito internacional.

«En la actualidad la televisión pública enfrenta dos principales desafíos: en primer lugar, una presión comercial creciente y, en segundo lugar, dificultad para equilibrar el atractivo para las grandes audiencias y el apego a valores propios del servicio público de radiodifusión, tal como la representación de voces y opiniones diversas.» (Benson, R. y Powers, M. 2011, como se citó en UNESCO, 2012).

De acuerdo a la información recabada en la Memoria de Gestión que fuera publicada por TV Ciudad en el año 2020, los seguidores de los perfiles oficiales del canal hasta el año 2015 eran los siguientes: Facebook 27000, Instagram 2700, Twitter (hoy X) 14000 y YouTube 4500 suscriptores (TV Ciudad, 2020). Al mes de julio de 2024 estos números habían aumentado significativamente, arrojando los siguientes registros: 200000 en Facebook, 82000 en X, 97000 en Instagram, 14000 en TikTok y 183000 suscriptores en el canal de YouTube. Como puede constatarse a partir de estos datos, el incremento ha sido constante y según lo expresado por la actual directora, se logró de forma orgánica, ya que el canal no destina presupuesto para promocionar estos contenidos en las mencionadas plataformas.

En lo relacionado a las audiencias de la señal abierta y de acuerdo a la información facilitada en el año 2023 por la directora del canal, corresponde añadir que TV Ciudad «Es el canal de base que mide más del doble o triple de lo que mide un canal público en el continente o al menos en la región» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023). Aunque este dato específico no pudo ser verificado, resulta útil para complementar la información correspondiente a los registros históricos de la televisión pública nacional, publicados por medios de prensa local y citados en el apartado titulado “Periodo de transformación”. Por otro lado, en una entrevista a Casablanca publicada por el diario El País el 11 de agosto de

2024, el periodista Sebastián Cabrera expresa que TV Ciudad se ha consolidado como señal de aire con «un rating que habitualmente es superior al de canal 5 aunque está lejos de los privados (suele ser el cuarto canal más visto; en junio, por ejemplo, marcó un promedio de 0,56 puntos contra 0,1 de canal 5 según Ibope; y en el prime time -de 19 a 23- 1,45 contra 0,1)». (El País, 2024).

De esta forma las estrategias implementadas muestran avances concretos hacia el cumplimiento del objetivo establecido en los indicadores UNESCO, relacionado a la necesidad de ampliar la llegada a la población. Restaría confirmar entonces, si efectivamente ese crecimiento en los niveles de audiencia es el único efecto observable de las acciones que se vienen implementando y si el mismo está cimentado en los ideales de pluralidad, diversidad y democratización de las pantallas.

4.1.2. Algunas desconexiones

El incremento en las audiencias del canal montevideano, ya sea mediante sintonización tradicional o a través de otras modalidades, puede atribuirse a las estrategias de gestión, pero además se explica por la progresiva integración de las narrativas contemporáneas a las prácticas comunicacionales y de consumo. Sin embargo, la natural reubicación de los diversos actores sociales en un contexto comunicacional dinámico y en constante adaptación a nuevas formas, no implica que durante el ensamblaje que menciona Scolari, se reconozca fácilmente la fuente emisora o el enunciador, ya que en determinadas circunstancias los fragmentos narrativos pueden ganar autonomía y percibirse desagregados del mismo. Dicha discordancia se observa en testimonios de algunos colectivos, donde quedan evidenciadas limitaciones en la identificación del enunciador, y por ende, en la vinculación directa del canal con sus producciones.

Por más que varias de las expresiones que serán analizadas más adelante, tienden a destacar la importancia de la televisión como espacio de difusión y a valorar el rol de TV Ciudad en el intercambio comunicacional con las organizaciones, también se expusieron visiones que van en otra dirección: «la verdad que no consumo tele» (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023), «no miro mucha tele nacional desde hace tiempo» (A. Machado, OPAM, comunicación personal, 29 de diciembre de 2023), «yo soy muy ajena a lo que es la tele, si te soy sincera no miro tele para nada» (S. Gelpi, CI, comunicación personal, 14 de junio de 2024). Estos dichos evidencian dificultades para el desarrollo identitario del canal y

además ilustran el desplazamiento de la centralidad televisiva como fuente primaria de información (Gerbner, 1996).

A raíz de lo expresado en las entrevistas, puede decirse que la fragmentación potencia la distribución y amplía el alcance de mensajes y producciones, pero no siempre aporta condiciones favorables a la expansión identitaria. Esta característica se refuerza cuando se realizan las siguientes afirmaciones: «miro todos los programas y si tengo reuniones y no los puedo ver, los veo el fin de semana desde las 7 de la mañana... voy a YouTube» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023), «creo que ahora están surgiendo otro tipo de medios, con YouTube con Twitch,» (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023), «Se hizo algo que pasó un canal de YouTube creo que de la Intendencia al comienzo, cuando empezamos a funcionar en el CEDEL, eso fue lo único de comunicación que es algo que está en YouTube.» (A. Machado, OPAM, comunicación personal, 29 de diciembre de 2023), «Mi fantasía loca, por eso un poco también hicimos el programa de YouTube Sujeto Migrante es que tomen a un migrante... por qué no los invitan a ser anfitrión de un programa, o productor, porque no nos involucran» (L. Gutiérrez, TSU, comunicación personal, 23 de noviembre de 2023).

En este escenario las desconexiones planteadas por Martín-Barbero, entre lo que las comunidades hacen y lo que son, se trasladan hacia los propios canales, y en paralelo, se redefine la denominada «fuente de sentido colectivo» (2022, p. 13), ya que en pos de la diversificación y la apertura hacia nuevos espacios de construcción narrativa, son incorporados lenguajes y formatos generalizados, a costa de la pérdida de diferenciación y reconocimiento.

4.1.3. Nuevamente televisión

La aparente separación entre aumento de espectadores y fortalecimiento identitario, no implica que en los testimonios de las organizaciones sociales esté generalizado el desconocimiento de lo que ocurre en televisión, o de la propia existencia de TV Ciudad, sino que aporta una simple muestra de cómo el consumo de contenidos viene desplazándose y aunque se expandan producciones, estéticas y protagonistas, el reconocimiento del público pueden estar más ligado a los servicios de transmisión, que al enunciador.

Aún en esta coyuntura los medios tradicionales –en especial la TV– siguen ocupando un lugar importante en la cotidianeidad de varios movimientos sociales. Muestra de ello es que

varios de los entrevistados confirman que habitualmente se prioriza la convocatoria a los canales de televisión para difundir sus mensajes, tal como queda reflejado en los siguientes extractos: «siempre, para lo que sea, siempre se convocan.» (I. Ramírez, CCA, comunicación personal, 15 de diciembre de 2023); «para la marcha por la diversidad... se organiza un grupo de vocería concreto y se arma una gacetilla». (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023); «Yo creo que ha cambiado mucho el tema medios y el tema de cómo hacerlo, ahora el equipo más que un comunicado, hace un articulito chico (...) ya es más un artículo que un comunicado de lo que va a pasar» (M. S. Ortiz, RAT, comunicación personal, 3 de julio de 2024); «Las organizaciones sociales convocan» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023); «constantemente está el equipo de producción abierto a recibir propuestas, en constante flujo con organizaciones de lo civil, con sindicatos, dependiendo del presupuesto, pero siempre fue totalmente abierto» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023).

Bajo esta perspectiva y a pesar de las interferencias observadas, la imprescindible integración de medios para difundir información de interés social que fuera mencionada por Jürgen Habermas, en especial la proveniente desde los colectivos, se está concretando en variadas circunstancias. En este marco distintos actores incluyen a TV Ciudad como parte fundamental de un intercambio cuyas particularidades serán desarrolladas más adelante.

4.2. Ciudadanías y comunicación

La televisión concebida como ámbito de intercambio y participación, donde se manifiestan las nuevas figuras ciudadanas de las que habla Martín-Barbero (2002), no puede restringirse a la mera presencia o el registro de actividades puntuales; sino que se establece a partir de un intercambio profundo, cimentado en la integración y el reconocimiento de las diferencias y formas. Las especificidades de esta articulación entre comunicación y ciudadanía ya fueron desarrolladas en base al trabajo de María Cristina Mata, tanto en sus aristas analíticas como políticas. Allí se expone la necesidad de analizar los modos en que las ciudadanías promueven su visibilización en el espacio público, cómo son representados por los medios y cómo se auto-representan.

4.2.1. Los espacios de intercambio y sus limitaciones

Estableciendo como punto de partida el necesario complemento de espacios comunicacionales para concretar estas instancias de ejercicio ciudadano y retomando el análisis del canal montevideano a partir de sus vínculos con las organizaciones, es importante destacar que los tres directores entrevistados hacen especial énfasis en el rol de los trabajadores del canal y en el relacionamiento con el sindicato, aspecto que bien podría ubicarse en una primera fase de involucramiento de colectivos ajenos a la dirección.

Conocedores de la importancia de los recursos profesionales en una actividad con sus complejidades técnicas, desde las tres gestiones se hace referencia al aporte del funcionariado: «lo primero que hice fue reunirme con los trabajadores, con los dos sindicatos, para saber qué pensaban ellos del canal, qué expectativas tenían, en tanto canal público» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023); «trabajamos un manifiesto basado en el de Canal Encuentro de Argentina, lo hablamos, se lo mandamos a todos los trabajadores, dimos un periodo para que hicieran devoluciones» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023); «respeto mucho a los técnicos que hay dentro del canal, hay algunas personas que me marcaron la profesión que estaban dentro del canal, entonces conversé mucho» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023).

Como ya se expresara oportunamente, las direcciones del canal son designadas de forma directa por las autoridades departamentales, algo que motivó que los propios trabajadores presentaran proyectos para transformar su estructura y transitar hacia un modelo más participativo que incluya la creación e instalación de un consejo asesor. Esto es considerado como una posibilidad por los jerarcas entrevistados, pero las implicancias de los ámbitos participativos en la administración pública, generan algunas dudas sobre su efectividad: «el núcleo de trabajadores del canal sabe que el camino es ese. Es el consejo asesor. El tema sigue siendo ¿quiénes son los que tienen que estar en el consejo asesor?, ¿de dónde?, ¿representando a quién?» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023); «Hay que hacer un quiebre y una re-discusión, ahora, si me preguntás cómo, no lo sé. Si es formando un colectivo, un consejo asesor, que también hay ejemplos pero funcionó durante poco tiempo, porque cada uno estaba en la suya y cada uno tenía sus intereses.» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023); «Creo en eso, pero creo que tienen que estar todas las edades, las universidades, creo que tiene que estar representada la sociedad y es muy difícil.» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023).

Sobre este punto vale subrayar que en la Ley 19307 o Ley de Medios, más precisamente en sus artículos II y III, estaban definidos los cometidos y responsabilidades del denominado Consejo de Comunicación Audiovisual, como así también de la Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual (CHASCA) y de la Comisión Honoraria Asesora del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional. Las funciones de este último espacio participativo, cuya integración estaba compuesta por representantes sindicales, académicos, gubernamentales y ciudadanos, eran las siguientes: asesorar al directorio; recepcionar, gestionar y analizar las quejas realizadas respecto de la programación; proponer modificaciones o cambios debidamente fundados; proponer normativa en materia de medios de comunicación audiovisual; dictar y aprobar su reglamento interno (IMPO, 2015).

Al finalizar este trabajo, la Ley 19307 permanecía en vigencia, pero la comisión que debía asesorar a los directorios del sistema de medios públicos no llegó a funcionar. Es cierto que la designación de este servicio descentralizado de alcance nacional es responsabilidad del Poder Ejecutivo y por lo tanto no contempla a TV Ciudad, pero sus marcos podrían servir de referencia para la implementación de comisiones similares en el ámbito del gobierno departamental. Otro ejemplo útil es la propuesta de reformulación del canal capitalino que fuera aprobada por el Gabinete de la Intendencia de Montevideo en 2012 y cuya elaboración estuvo a cargo del Consejo Asesor Honorario, mencionado en el apartado Periodo de transformación. Como ya se expuso, el mismo contó con aportes de autoridades, trabajadores, productores, sociedad civil y UDELAR.

En este marco y tal como fuera explicado, la apuesta hacia la transformación en la gobernanza del canal no se vislumbra como una prioridad concreta, a pesar que el tema pueda estar incluido en marcos normativos y sobrevuele la agenda, tanto de las autoridades, como del conjunto de funcionarios de TV Ciudad.

De forma paralela, los movimientos sociales entrevistados de una u otra forma vienen llevando adelante distintas acciones tendientes a conquistar espacios para exponer sus demandas, opiniones e integrarse al intercambio simbólico que se manifiesta en medios y demás redes comunicacionales. Esto se hace latente en la frecuente convocatoria a los canales tradicionales y en la reivindicación de incluir sus problemáticas en la conversación social, como así también en la construcción de sus propias narrativas desde las diferentes plataformas multimedia. En relación a este último punto, las organizaciones consultadas reconocen importantes dificultades y limitaciones.

4.2.2. Dificultades de desarrollo

En lo relativo a la comunicación desde las organizaciones sociales, la vocera de Ovejas Negras, Daniela Buquet, expresó lo siguiente: «es uno de los grandes problemas que tenemos, donde nos gustaría poder desarrollarnos mucho más, entendiendo que es fundamental la comunicación en este momento, para llegar efectivamente y poder marcar agenda». (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023). En este sentido, se debe destacar que si bien los esfuerzos para integrarse al intercambio comunicacional son comunes a diferentes grupos, Buquet no es la única representante que se manifiesta en tal dirección.

«La conferencia de prensa que se hizo el 3 de diciembre, fue el día jueves primero de diciembre y se convocó en forma directa. Un compañero fue a todos los canales de aire a llevar la carta. No vino absolutamente nadie. ¿Qué hicimos nosotros? Hicimos un vivo con todas las personas que estaban, unas compañeras, a través de Malayka (espacio radial de la organización). Se hizo una invitación y se pasó por la redes.» (I. Ramírez, CCA, comunicación personal, 15 de diciembre de 2023).

En el transcurso de las entrevistas, surgen varios elementos que son determinantes a la hora de apropiarse, difundir actividades o ejercer ciudadanía desde medios de comunicación, plataformas y redes sociales. Frente a esta realidad, se presentan limitaciones de diversa índole, como por ejemplo: «hay una cuenta en Facebook, Rayito de Sol se llama. La muchacha que la lleva adelante está con problemas familiares y no ha podido, yo con la tecnología no me llevo y las otras señoras son más grandes» (C. Más, RDS, comunicación personal, 19 de junio de 2024).

«Presentamos una feria americana que era una hoja impresa con un texto en Word que decía: “Vení a divertirse el sábado a la feria americana” le sacamos una foto a esa hoja y después empecé a aprender un poco más de los programas y fuimos mejorando, porque sabemos que es importante. Hasta el año pasado lo venía manejando yo, este año no me dieron más los tiempos, la energía.» (H. Praderi, CP, comunicación personal, 19 de junio de 2024).

A raíz de estas declaraciones, se advierte inicialmente que tanto las dificultades manifestadas por las organizaciones sociales para apropiarse de las herramientas tecnológicas, como las estrategias directrices tendientes a involucrar trabajadores en la gestión; indican que los conocimientos técnicos específicos son percibidos entre los principales condicionantes para el desarrollo de estrategias comunicacionales efectivas.

De esta manera, la voluntad de incidencia de determinados actores debe hacer frente a obstáculos asociados a conocimientos, recursos y tiempo necesario para el aprovechamiento cabal de las oportunidades o lo que el investigador Washington Uranga define como los «métodos de intervención», es decir, aquellas «capacidades y habilidades para la transformación de las prácticas» (Uranga, 2021). Esta realidad reduce las posibilidades de los colectivos para disputar la atención frente al creciente flujo informacional.

«...somos muy pocos, que muchas veces la mayoría estamos trabajando en nuestros tiempos libres del laburo formal que tenemos, entonces podríamos hacer muchas más cosas pero también en esos tiempos. Y en los videos, los Podcast, claro, eso necesita un laburo en tiempo que no siempre tenemos.» (M. S. Ortíz, RAT, comunicación personal, 3 de julio de 2024).

En relación a la expresión de voluntades orientadas a consolidar ámbitos de comunicación por parte de las organizaciones, deben destacarse entonces los siguientes asuntos: la permanente referencia al desarrollo de los canales propios, las dificultades que deben afrontar y la consiguiente necesidad de incorporar conocimientos, recursos materiales y humanos; además de la ya mencionada complementariedad entre producciones propias y acceso a espacios en medios como la televisión.

En este marco queda claro que la constante actualización tecnológica abre posibilidades de visibilidad, incidencia en la agenda y participación de organizaciones sociales, pero las mismas están condicionadas, y por ende, las estructuras mediáticas tradicionales continúan marcando el pulso de la conversación social y ejerciendo un rol preponderante en las mencionadas comunidades de sentido.

En torno a estos temas será importante profundizar si la diversificación y las herramientas a disposición logran contribuir a la transformación de realidades, reducción de asimetrías y la implementación de «estrategias incluyentes», definidas por Joan Subirats como aquellas que buscan «explorar vías alternativas de tomar decisiones y pensar y gestionar políticas, que incorporen más directamente a la ciudadanía y que asuman el pluralismo inherente a una concepción abierta de las responsabilidades colectivas y de los espacios públicos.» (Subirats, 2013: p. 57-58); o si por el contrario, se constituyen en un simple cambio operativo, direccionado hacia el fortalecimiento de gestiones y la reproducción de lógicas y estructuras tradicionales.

4.3. El servicio televisivo público

De acuerdo a las recomendaciones internacionales y al margen de la estructura particular de cada sistema mediático, las emisoras públicas deberían constituirse en espacios de identificación y participación, donde sean incluidas todas las voces de la sociedad. Por supuesto que este perfil pluralista y diverso no es –ni deberá ser– el único objetivo de las gestiones, aunque sí quizás, uno de los más importantes. El nivel de las producciones y la promoción de valores favorables al respeto hacia los demás y el bien común, también serán piezas fundamentales para lograr establecer un servicio público de calidad.

A lo largo de sus casi 30 años de existencia, TV Ciudad implementó modelos de gestión que dieron lugar a una propuesta alternativa en el sistema mediático local (Radakovich, 2004: p. 143). En paralelo a este proceso, se fortaleció su reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional, mediante intercambios con otras emisoras y se consolidó su participación en la red TAL (Televisión América Latina), donde ejerció la presidencia pro-témpore y logró que sus producciones fueran reconocidas, nominadas y premiadas en varias ocasiones.

El objetivo de marcar un diferencial desde la grilla de programación, primero desde el interés por la diversidad de «expresiones artísticas» (Radakovich, 2004: p. 141) y luego a partir una impronta que bien puede estar comprendida en la categoría «generalista» (Rincón, 2006: p. 171), donde se incluyen cultura, información, entretenimiento y deporte, si bien ha sido objeto de críticas de diversa índole, tiene en su haber una serie de hitos que parecieran estar propiciando un cambio de paradigma en la televisión pública uruguaya.

De acuerdo a la información recabada durante el transcurso del presente trabajo y a partir de los testimonios de directores y registros de audiencia, la llegada de la tecnología digital terrestre motivó que TV Ciudad dirigiera esfuerzos hacia la búsqueda de televidentes y comenzara a disputar decididamente la atención del público montevideano y de la zona metropolitana. Producto de las estrategias implementadas en este sentido, se alcanzaron una serie de logros que resultan inéditos para los medios públicos uruguayos y en especial para la señal capitalina, ya que hasta 2015 emitió únicamente por televisión para abonados: «Las audiencias de individuos y hogares se duplicaron. El tiempo de exposición del público frente a la señal se incrementó considerablemente en este período.» (TV Ciudad, 2020: p. 71).

Tal como se viene analizando, el objetivo de incrementar audiencias se sostiene en cuatro pilares fundamentales: el aumento progresivo de las horas de producción propia. el desarrollo

del enfoque generalista, el vínculo con la sociedad y además, el componente analizado en el apartado “La nueva televisión”, que refiere a la fragmentación de producciones con una mirada tendiente a la diversificación y enfocada en explotar potencialidades de redes sociales y plataformas multimedia.

En primera instancia los responsables de las primeras dos direcciones del periodo analizado, atribuyen esa intención de mejora en los índices de audiencia, a los objetivos establecidos desde el gobierno departamental, pero también a que ambos desarrollaron sus trayectorias profesionales mayoritariamente en el ámbito privado: «mi visión más vinculada a lo privado me ayudó a saber que (...) hay que evaluar el rendimiento de cada producto no solo a partir del rating sino a partir de un montón de factores» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023). En este sentido ambos directores expresaron haber llevado adelante modelos mixtos tendientes a la modernización y el fortalecimiento del servicio público, pero también con fuerte interés en la captación del público: «Ese fue el gran objetivo, tener la mayor penetración posible en los televidentes. Que la gente empezara a incorporar en su dieta audiovisual a TV Ciudad.» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023).

Esta apertura hacia el conjunto de la sociedad, motivada y facilitada por la llegada de la televisión digital, es incluida entre los objetivos políticos del canal público y se utiliza como uno de los principales criterios para justificar su existencia: «¿cuál es la herramienta de defensa de la televisión pública si no tiene televidentes?» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023).

4.3.1. Plural y diversa

Además de la búsqueda de audiencias cimentada en la voluntad innovadora desde lo tecnológico, el perfil generalista y el incremento de la producción; en las entrevistas a quienes vienen encabezando las sucesivas gestiones desde el año 2015, también se destaca una cuarta variable compuesta por el fortalecimiento del vínculo con la sociedad y por lo que configura el interés primario de este trabajo, que es la intención de promover una mirada plural y diversa desde el servicio público.

Sobre este asunto, durante el intercambio con los directores, las declaraciones relativas a la búsqueda de pluralidad y diversidad fueron prácticamente en el mismo sentido: «Es un objetivo y tratamos que sea una realidad en todo lo que ponemos en pantalla, sean dibujos animados, franja infantil, programas que tienen que ver con adolescencias, la información en

los periodísticos, el deporte» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023); «cuando uno va a elaborar una grilla de programación que sea lo más variada posible, lo más plural» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023); «Vos estás dando un servicio, entonces, dentro de ese servicio, tenés que informar, tenés que entretener, tenés que invitar a pensar, tenés que ayudar a pensar, tenés que motivar a pensar, y tenés que poner luz en donde nadie va a poner luz.» (Rodríguez, 2023).

Una de las señales del enfoque diverso y pluralista promovido por las direcciones del canal, es la definición de meses temáticos, donde la programación se centra en asuntos de interés social, desde distintos encuadres y puntos de vista, haciendo hincapié en aquellos temas que involucran a los sectores sociales contemplados en el presente análisis. Actualmente, la grilla anual de TV Ciudad presenta los siguientes ejemplos: marzo mes de las Mujeres, abril del Medio Ambiente, mayo de la Memoria, julio Afrodescendencia, agosto Niñez, setiembre Diversidad y diciembre Discapacidad. De esta manera, cada espacio de la programación define el abordaje desde su impronta propia y para el caso de las películas se invierte en «una curaduría especial», (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023) orientada a las características de cada temática.

Otros casos destacables en esta dirección son los de Paseo Animado, espacio dirigido a las infancias, que se emite de lunes a viernes entre las 07:00 y las 08:00 h y entre las 17:00 y 18:00 h, siendo la única franja horaria infantil de la TV abierta nacional; y Sobre Ciencia, programa de periodismo científico, que cuenta con varias repeticiones semanales en distintos horarios y es una de las escasas propuestas locales enfocada en la labor científica. Ambos ejemplos aportan a la definición de una estrategia diversa y plural. que pone acento en temas y sectores sociales escasamente integrados a las programaciones del resto de las emisoras.

Asimismo, cuando los vínculos con la sociedad y la búsqueda de pluralidad son asociados específicamente a las posibilidades concretas de democratizar los espacios desde la emisora pública, las direcciones del canal también manifiestan lineamientos comunes, pero con algunos matices. Por un lado, se presentan posturas plenamente coincidentes con la posibilidad de abrir la pantalla pública hacia la inclusión ciudadana desde la siguiente perspectiva; «Si yo puedo mostrar la sociedad en la pantalla cumplí mi objetivo como medio público.» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023). Al mismo tiempo también se expresaron visiones favorables a la apertura y el ida y vuelta pero de forma adicional o complementaria, reconociendo que la ciudadanía «Hoy tiene otros mecanismos.

Tiene otras formas de difundir y difundirse y de hacer llegar su mensaje. Hoy las herramientas que tenemos a nuestro alcance nos permiten llegar de distintas maneras a los públicos, eso obviamente ha cambiado.» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023).

Estos matices permiten reforzar temas que ya fueron desarrollados, como la necesidad de complementar los esfuerzos de las organizaciones por marcar agenda, y por otro lado, sirven como introducción al tema de las formas de inclusión y representación utilizadas por la emisora. Algunas de las claves de estas cuestiones incluyen a los mencionados obstáculos que deben enfrentar los colectivos para ganar presencia en el debate; y también a la posibilidad de construir espacios de enunciación propia en las pantallas públicas, punto que se retomará más adelante.

4.3.2. Obstáculos de identificación

En lo que concierne a la ubicación de las emisoras en el marco de los servicios públicos y el reconocimiento de su utilidad en este sentido, los integrantes de los colectivos expusieron opiniones diversas, pero a menudo desde percepciones que pueden catalogarse como generalizadoras, ya que expresan una visión homogénea sobre el conjunto de las señales televisivas nacionales, sin manifestarse identificaciones especiales, ni trasladar expectativas sobre la idea del servicio público comunicacional.

Acerca de este punto, la identificación de las emisoras públicas como servicio, se expresó de forma ligera en solo dos oportunidades: «Por lo que ha sido la historia de las ollas y por los canales, lo que tengo visto creo que hay canales que se acercan un poco más como TV Ciudad y Canal 5» (A. Machado, OPAM, comunicación personal, 29 de diciembre de 2023); «creo que si es un canal de todos, deberían (venir a) buscarnos a todos. Tengo como ese problema con el Estado.» (L. Fullenti, ET, 20 de junio de 2024).

Por otra parte, las representantes de Rayito de Sol y COVI INTI manifestaron desconocimiento sobre TV Ciudad e incluso se agradeció la referencia durante el intercambio, dejando abierta la posibilidad de futuros contactos: «Es bueno saberlo porque incluso ahora me voy a meter a ver que es TV Ciudad... siempre es bueno saber ese tipo de cosas» (S. Gelpi, CI, comunicación personal, 14 de junio de 2024).

Se puede reafirmar entonces, que la mencionada necesidad de construcción identitaria que recae sobre los movimientos sociales, así como el requisito de reconocimiento por parte de los demás, para validar su existencia como parte de la sociedad, es extrapolable a la identificación de la televisión como servicio público. En tal sentido ampliar alcance, horas de producción, fragmentar producciones y proponer un perfil generalista y pluralista, resultó favorable en el corto plazo, en relación al cumplimiento de los objetivos de mejora en los índices de audiencia, pero el fortalecimiento de los vínculos con la sociedad y el reconocimiento de la pantalla pública como espacio propio, puede requerir el impulso de estrategias verdaderamente inclusivas a más largo plazo.

4.4. Evaluación de TV Ciudad

Al ingresar a la cuarta dimensión analítica que apunta a la valoración de la emisora, en primera instancia debe aclararse que establecer la calidad de cualquier servicio público puede resultar una tarea por demás compleja, a causa de la infinidad de variables y abordajes posibles, además del cruce de perspectivas que allí se manifiesta y de lo recién expuesto sobre la falta de reconocimiento del servicio público. En la órbita comunicacional, el recurrente debate político sobre el tema y las constantes idas y vueltas en materia legal y reglamentaria, sacan a superficie la confluencia de miradas e intereses en disputa.

En el escenario regional los medios públicos y sus diferentes modalidades complejizan aún más la problemática. Ejemplo de ello es la voluntad de UNESCO por arrojar luz sobre la temática, mediante el establecimiento de 188 indicadores de calidad, cuya aplicación es abierta y ya muestra variados usos: «se trata de crear indicadores a través de los cuales la sociedad que, en última instancia, paga por esas empresas pueda monitorear y evaluar la prestación de servicios que recibe.» (UNESCO, 2012: p. 3).

En esta oportunidad los testimonios de las direcciones de TV Ciudad y de los colectivos entrevistados, ofrecen un acercamiento a los niveles de pluralidad y diversidad de la señal, para facilitar una evaluación parcial del servicio, pero también se profundiza en otros factores considerados como cruciales.

4.4.1. Limitaciones de las estrategias a largo plazo y autoevaluación

Si bien la gobernanza de la señal pública montevideana no integra las unidades de análisis de este trabajo, es oportuno reiterar que todas las gestiones de TV Ciudad son designadas por el

gobierno departamental de turno, motivo por el cual, las intenciones de los responsables de dirigir los destinos de la señal quedan –en mayor o menor medida– supeditadas a los lineamientos y voluntades de las autoridades.

Este dato cobra especial relevancia a partir de los sucesivos gobiernos del Frente Amplio, constituida como la única fuerza política que gobernó en Montevideo desde las primeras transmisiones del canal. Sobre este asunto cabe recordar la inclusión de objetivos relacionados al fortalecimiento de los medios públicos y la democratización de los espacios mediáticos a sus lineamientos programáticos, temas sobre los que no todos los partidos políticos se manifiestan a favor.

Las direcciones entrevistadas reconocen las libertades otorgadas para el ejercicio de la función y la toma de decisiones, pero también mencionan una serie de condicionamientos y limitaciones que tienen que ver con orientaciones generales del partido de gobierno, cuestiones inherentes a la administración pública y aspectos presupuestales que limitan gastos e inversiones y que también vienen definidos desde la gestión financiera del gobierno departamental.

Durante las entrevistas se expusieron algunos ejemplos de ello: «Hay grandes lineamientos políticos en ese sentido, todos tienen que ver con el bienestar de la ciudadanía y aparte de eso, los lineamientos de la dirección» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023), «En 2015 cuando la situación política cambia viene Daniel Martínez (Intendente de Montevideo 2015/2019) y un nuevo ejecutivo comunal, tienen un objetivo claro (...) de cómo fortalecer el canal.» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023).

«La discusión está ahí y en última instancia hay una cosa que es la que pone en tela de juicio todo eso que es la financiación del canal. Los diferentes modelos, el de la BBC, el de Televisión Española, todos, el que toma las decisiones por encima, está vinculado a cómo se financia ese canal. Este canal es 100% financiado por la Intendencia de Montevideo, 100%.» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023).

Esas limitaciones vinculadas al direccionamiento político suponen otro aspecto que es el relacionado al recambio en las direcciones –en este caso son 3 en 10 años– donde a pesar que se establezcan acuerdos sobre las líneas generales de trabajo, los marcos administrativos del sector público pueden constituirse en obstáculo para la implementación de transformaciones profundas y el desarrollo de proyectos a largo plazo.

Algunos testimonios van en esta dirección: «me gustaría mucho que el canal hubiera podido o pueda hacer una ficción. Es muy caro hacer ficción en Uruguay, pero me encantaría. Me parece que es lo que podría faltar.» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023); «sentí que no terminé como profesional de plasmar una idea conceptual más sólida. O sea, uno planifica algo y después de lo que pueda hacer es otra cosa. O sea, no es lo que planificó.» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023).

«...si yo quiero hacer una televisión de calidad, eso tiene un presupuesto importante y entonces es la gallina o el huevo, o sea, querés que haga productos de calidad pero no tengo cómo pagarlos o cómo presupuestarlo, querés que en la pantalla la gente se sienta atraída a mirar determinados programas pero implica que alguien tiene que poner la plata.» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023).

Relativo a las limitaciones presupuestales para producir ficción en Uruguay, es necesario resaltar que este no es un tema menor, ya que explorar las posibilidades del género puede resultar clave en varios sentidos, por ejemplo, en el desarrollo de modelos de producción innovadores, diversos y generalistas, dirigidos a la captación del público. La ficción ofrece amplias posibilidades para reflejar distintas identidades, enriqueciendo las opciones de identificación de los distintos sectores sociales. Además, en los últimos tiempos la dirección de TV Ciudad determinó una reducción de las inversiones en producción externa, «nosotros decidimos no comprar latas» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023) y por lo tanto la ficción emitida proviene exclusivamente de Cinemateca Uruguay¹, o es producto de intercambios con otras emisoras. Si bien se está trabajando en la búsqueda de alternativas para poder producir contenidos ficcionales, este parece ser otro de los principales retos de la señal de cara a los objetivos trazados.

A pesar de las dificultades y tal como se viene consignando desde estas líneas, las sucesivas gestiones del periodo analizado lograron avances comprobados en distintas áreas fundamentales para el desarrollo de los ideales internacionales definidos para las emisoras públicas y para apuntalar el rol del canal en el sistema mediático local. Dados los objetivos establecidos para este trabajo ahora resulta necesario establecer si los mismos tienen su contrapartida en la integración de voces al «debate conceptual» del que habla Valerio Fuenzalida (2002: p. 2) y por consiguiente en el fortalecimiento del vínculo con la

¹ Cinemateca Uruguay: Asociación Civil sin fines de lucro, cuyos objetivos son la conservación, preservación y difusión de las obras cinematográficas del mundo entero

ciudadanía, a partir de la inclusión de temáticas y actores provenientes de sectores de la sociedad civil, en especial aquellos de origen popular y minorías.

En el análisis de las oportunidades de inclusión desde las pantallas del canal público y de los objetivos establecidos para la implementación de buenas prácticas, que permitan alcanzar los estándares de pluralidad y diversidad, quienes encabezan las direcciones del canal aseguran que las estrategias implementadas están en sintonía con los mismos: «hagamos cosas en el interior, hagamos cosas con la academia, todas esas cuestiones que en la televisión no se hablaba, los sindicatos, la sociedad civil» (F. Dalmaud, comunicación personal, 9 de setiembre de 2023); «la televisión privada no va a hacer una serie documental sobre la música tropical uruguaya. No lo van a hacer, alguien lo tiene que hacer, porque eso está sucediendo. Eso para mí es como uno de los deberes que tenés.» (A. Rodríguez, comunicación personal, 19 de octubre de 2023).

Sobre las estrategias desarrolladas en este sentido, durante los años sometidos a análisis, conviene citar la Memoria de Gestión 2015-2020 publicada por TV Ciudad, donde se realiza la siguiente afirmación: «Es un canal que ordenó su grilla haciendo énfasis en una programación generalista pero comprometida con la diversidad de colectivos y de actores de la ciudadanía». (Dalmaud, en TV Ciudad 2020: p. 9).

«¿Qué me muestra la sociedad uruguaya? que hay rubios pero hay muchos más morochos y que además de eso hay migrantes y además de eso hay laburantes, muchos trabajadores, que además de eso hay gente que hace hip hop, rap en los barrios y que además de eso hay gente que ama el carnaval y que además de eso hay gente cuya única pasión es el fútbol y le importa tres pitos la política y que además de eso la gente está preocupada por el agua y si se le rompe el calefón y si puede comprar los bidones, y que además de eso... bueno, ¿cómo hago yo para pensarlo en pantalla?. Obvio que es tan grande ese espectro que no voy a poder con todo, pero en tanto medio público prefiero mirarme en el espejo de los morochos.» (A. Casablanca, comunicación personal, 20 de junio de 2023).

4.4.2. Espacio privado, espacio público y derecho a la enunciación

Del lado de los representantes de sectores populares y minorías entrevistados y en relación al vínculo general con los medios de comunicación y con la televisión específicamente, corresponde aclarar que no todos solicitan espacios de expresión, elevan convocatorias a los canales o envían información y/o comunicados. Pese a ello todos expresaron haber sido convocados, protagonizaron espacios de difusión o al menos recuerdan apariciones de

colectivos que tienen intereses comunes al suyo o están vinculados a la temática que los convoca.

Allí aparecen afirmaciones como: «creo que tenemos una recepción medio generalizada, no identifico la verdad algún canal que no nos convoque.» (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023); «Los medios nos han contactado en momentos puntuales.» (L. Gutiérrez, TSU, comunicación personal, 23 de noviembre de 2023); «hay medios periodísticos, medios de prensa, que están alertas a las comunidades más vulnerables, y otros que no» (I. Ramírez, CCA, comunicación personal, 15 de diciembre de 2023).

Sobre las formas en las que se gestionan estos espacios de difusión en televisión, se expresa que en varias oportunidades se los contacta directamente desde la producción de distintos programas, con el fin de incluir sus opiniones sobre determinadas temáticas, especialmente a aquellas organizaciones que cuentan con mayor reconocimiento y están asociadas a temas específicos, habitualmente incorporados a la agenda mediática, como por ejemplo: diversidad, ambiente, migración, afrodescendencia, solidaridad y producción.

Las organizaciones contactadas de forma frecuente por los medios, también son aquellas que destacan sobre el resto de los colectivos por el trabajo que realizan en materia comunicacional, ya sea desde sus páginas web, plataformas multimedia o redes sociales. Si bien este último punto es mencionado como factor determinante a la hora de generar el interés de los equipos responsables de producción, se debe aclarar que en ocasiones también los espacios se fueron generando producto de contactos directos con periodistas o productores de determinados programas.

Por otra parte, entre las referencias a los canales donde se hacen eco de estos temas, las organizaciones entrevistadas no establecieron mayores diferencias entre emisoras públicas y privadas, o mejor dicho entre TV Ciudad y los canales comerciales, ya que Canal 5 prácticamente no fue mencionado.

En las respuestas sobre los espacios otorgados en TV, aparecen casos donde se destaca la apertura de la señal pública montevideana, pero también se hace referencia a canales privados, en especial Canal 10: «Yo diría que a los programas matutinos nos llaman de todos y los informativos capaz que es más complejo, te diría que el que más nos ha convocado es Canal 10.» (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023); «Canal 10 nos ha hecho unos cuantos móviles, gracias a la unión con el Día de las Buenas Acciones,

también hemos pasado por Canal 12. Canal 4.» (L. Fullenti, ET, 20 de junio de 2024); «Canal 10 de la mañana, es un programa al que también llegamos y llegan otras organizaciones ambientales,» (M. S. Ortiz, RAT, comunicación personal, 3 de julio de 2024).

Si se observa específicamente el vínculo entre TV Ciudad y los temas que involucran a movimientos de la sociedad civil, son varias las organizaciones que manifestaron opiniones favorables a los espacios que ofrece la emisora pública. Allí aparecen ejemplos como el de Ovejas Negras. desde donde se expresó que “TV Ciudad, sin duda debe ser el canal con más interés en estas temáticas.” (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023). Cada año este colectivo organiza la Marcha por la Diversidad y coordina junto a la señal montevideana la transmisión de la misma.

En la misma dirección aparecen referencias de Redes Amigos de la Tierra: «los medios que siempre están son TV Ciudad y La Diaria, ahí como que tenemos entrada con los temas nuestros.» (M. S. Ortiz, RAT, comunicación personal, 3 de julio de 2024) y de la Casa de la Cultura Afro Uruguaya, quienes ubican a TV Ciudad dentro de los medios interesados por aquellos temas que involucran a sectores populares: «Creo que hay gente, que hay medios periodísticos, medios de prensa, que están alertas a las comunidades más vulnerables, y otros que no, que directamente les interesa defender la situación de la hegemonía dominante y por ahí se quedan.» (I. Ramírez, CCA, comunicación personal, 15 de diciembre de 2023).

En la aproximación a la voluntad inclusiva de la señal capitalina también surgen testimonios de colectivos que nunca accedieron a espacios en TV Ciudad, pero sí han sido convocados por programas que se emiten en canales privados. Los motivos parecieran estar vinculados a que nunca despertaron el interés de la emisora montevideana y con el hecho de que ellos tampoco extendieron convocatorias o se contactaron con el canal.

Al ampliar la discusión sobre la inclusión hacia un enfoque más abarcativo, que permita asociar los testimonios con nociones generales como el derecho a la enunciación, el acceso al espacio público comunicacional y ejercicio de ciudadanía desde las emisoras, estas quedan al margen de las consideraciones de los colectivos: «No le dan bola. Creo que es entendible, por más que a mi como institución me gustaría que se difunda, pero esto es 2+2 es 4. La prensa somos conscientes que va a hablar de los clubes que a la mayor masa de gente le interese para que no cambien el canal» (H. Praderi, CP, comunicación personal, 19 de junio de 2024); «a veces digo: capaz que voy a un canal y me terminan ayudando, pero como que tampoco me da mucho.» (C. Más, RDS, comunicación personal, 19 de junio de 2024).

Puede establecerse entonces que el ida y vuelta entre TV Ciudad con los movimientos sociales evidencia prácticas acertadas que cuentan con el reconocimiento de los colectivos, pero también plantea una serie de desafíos vinculados a la necesidad de extender ese reconocimiento y tender puentes con aquellos actores que confían en la búsqueda de soluciones desde el esfuerzo colectivo y trabajan para ganar terreno en el intercambio simbólico, pero todavía no han logrado hacerse de un lugar en las pantallas de la señal.

Al mismo tiempo resulta fundamental apostar a que este intercambio se base cada vez más en el reconocimiento recíproco de responsabilidades y derechos, aspecto que debe ser tomado en cuenta, más allá que no es competencia exclusiva del canal que se está estudiando, sino de todo el sistema de medios públicos.

4.4.3. Entre la inclusión genuina y la diversidad “Village People”

La inclusión de los diferentes grupos sociales en las pantallas televisivas puede ser estudiada desde diferentes ópticas conexas, que incluyen tanto la importancia que asignan los canales a ciertas problemáticas, el orden de aparición de las mismas, las diferentes formas de abordaje temático implementadas o los condicionamientos que marca la agenda mediática en relación a determinadas cuestiones: «los temas ambientales, a veces no son centrales y son algo que queda muy de costado, que si no hay una crisis hídrica o no hay un juez que da un dictamen, no vamos a hacer ningún centro en la prensa.» (M. S. Ortiz, RAT, comunicación personal, 3 de julio de 2024).

En el intercambio de opiniones sobre los espacios que fueron y son asignados a los movimientos sociales, se destaca una arista que es necesario tener presente, asociada a las formas de inclusión y representación de estos colectivos y sus problemáticas. Sobre este punto y más allá que las organizaciones reconozcan el acceso a espacios en las señales, emergen conflictos relacionados a los modos de abordaje. Este tampoco parece ser asunto exclusivo de TV Ciudad, ni afecta a grupos sociales específicos, pero amerita mayor consideración desde el momento que la democratización se constituye en mandato de gestión para las emisoras de carácter público.

Como bien se expresa en ejemplos como el de AMRU, las formas de representación pueden generar inquietudes en algunos de los colectivos entrevistados: «que dejen de victimizar de una manera a la mujer porque está bien hay muchas que están en la cabeza las producciones,

pero todos somos familia, entonces más que las mujeres, es la producción familiar.» (J. Cachi, AMRU, comunicación personal, 9 de julio de 2024).

Sobre este punto también se destacan ejemplos que bien podrían ser catalogados como buenas prácticas, ya que configuran aportes o complementan las construcciones identitarias de los colectivos y por lo tanto constituyen avances hacia el reconocimiento de los sectores frente al resto de la sociedad.

En el caso de las organizaciones entrevistadas, los juicios más favorables sobre el tema se manifestaron en lo expuesto por Ovejas Negras, organización con antecedentes de intercambio fluido con TV Ciudad: «me parece que se ha logrado posicionar al colectivo, ha logrado generar como su respeto y su validez ante la temática». La vocera de la organización atribuye estas prácticas comunicacionales saludables a «la línea ideológica efectiva que lleva adelante el canal de una intención de poder cubrir los movimientos sociales.» (A. Buquet, ON, comunicación personal, 21 de noviembre de 2023).

Por otra parte también se expresaron preocupaciones sobre las manifestaciones de la diversidad que se transmiten desde las pantallas. En tal sentido el reconocimiento mayoritario desde las organizaciones a las oportunidades de enunciación y a la inclusión de diferentes miradas y opiniones, va perdiendo efectividad a medida que se expande la mirada hacia la grilla de programación y se profundiza el análisis de las estrategias representacionales aplicadas.

«Todo el trasfondo cultural y por más que sea hoy en día, se habla de la comparsa como un concurso, no se habla como una animación cultural... La cultura afro se manifiesta durante todo el año, porque es el resultado de la permanencia de nuestros ancestros esclavizados acá en este país. Y entonces, la cultura afro siempre ha estado, siempre está y ojalá que siempre esté. Pero así, en este camino que vamos, se hace muy difícil la visibilidad.» (I. Ramírez, CCA, comunicación personal, 15 de diciembre de 2023).

Los dichos del representante de Todos Somos Uruguayos resumen una mirada crítica y bien interesante en relación a este tema. En el análisis de los mecanismo mediante de los cuales se construye la mirada plural y diversa, se aludió al ejemplo del grupo musical estadounidense de finales de los años 70' Village People, para ejemplificar una tendencia a forzar representatividades a partir de determinados estereotipos o cuotas: «yo necesito uno así y otro así y se van a vestir así y así, un poco así también los medios presentan a los migrantes. Vos

bailá una danza, mostranos tu danza, porque eso le gusta a la gente, entiendo que es lo que más vende.» (L. Gutiérrez, TSU, comunicación personal, 23 de noviembre de 2023).

«En nuestra opinión, la solución respecto de la diversidad no se logra a través de cuotas. Muy por el contrario, la diversidad cultural se afirma cuando hay diversidad de voces, ángulos y puntos de vista en la programación, que reflejen la vida social. Transformar la grilla de la programación en una federación de cuotas no resuelve el problema.» (UNESCO, 2012: p. 28).

Estas formas de inclusión arraigadas a estructuras culturales tradicionales que se exponen desde la televisión, basadas en la novedad, la diferenciación o incluso en lo folclórico, tampoco son consideradas como estrategias positivas por determinados colectivos ya que: «el interés no es muy genuino, es más por el sabor nuevo, el olor nuevo, el color, pero por tí como persona no importa, realmente no importa y no lo digo como en clave de autoayuda, no es genuino.» (L. Gutiérrez, TSU, comunicación personal, 23 de noviembre de 2023).

«Una comparsa que tiene ciento y pico de integrantes, a mí me parece realmente penoso –y no lo hago para perjudicar a las vedettes de cada comparsa, eso está muy lejos de mí– pero me resulta sumamente penoso que de una comparsa muestren los tamborileros en el momento que van desfilando, los pies y la mano en la lonja y el cuerpo de la vedette y algún pantallazo y el cuerpo de baile, y algún pantallazo de los personajes ancestrales.» (I. Ramírez, CCA, comunicación personal, 15 de diciembre de 2023).

Como puede apreciarse el tratamiento de las expresiones vinculadas a los movimientos populares, las formas de representación de los diferentes sectores sociales y las manifestaciones de diversidad, son temas sobre los que también se debe continuar trabajando, ya que no todas las voluntades inclusivas tienen la misma efectividad, ni son consideradas favorablemente. En la medida que ese ida y vuelta entre el medio de comunicación y la sociedad se lleva a cabo en instancias de coordinación e intercambio consolidadas, las valoraciones tienden a mejorar de manera significativa.

4.5. Observaciones generales de las entrevistas

Durante la recopilación de testimonios, se revelaron y reafirmaron elementos funcionales a los objetivos del análisis, facilitando así la evaluación del servicio público en función de los modelos teóricos e ideales propuestos por UNESCO, orientados a la construcción de espacios

plurales y diversos donde estén incluidos todos los sectores sociales, en particular los de origen popular y las minorías.

El propósito primario de TV Ciudad, de constituirse como alternativa en el sistema mediático local, se concretó gradualmente gracias a sus características de producción, el perfil innovador y su abordaje temático. Los resultados obtenidos en la última década, en materia de modernización y llegada a la población, además del aumento sostenido del volumen de producción, destacan frente a lo que ha sido la tradición de los medios públicos nacionales. Estos logros también representan avances hacia la búsqueda de equilibrios en un sistema de medios con elevados niveles de concentración, principalmente en lo respecta a producción, cobertura y niveles de audiencia.

No obstante, la adaptación a nuevos lenguajes, herramientas y la incorporación de narrativas fragmentadas, que están siendo de gran utilidad para potenciar el alcance de las señales digitales abiertas, implican complejidades que pueden impactar en el reconocimiento del rol enunciador del canal, condicionando así su construcción identitaria.

El uso de herramientas tecnológicas también está generalizado entre los colectivos, pero a pesar de que la mayoría de los grupos realizan esfuerzos permanentes por mejorar su comunicación y marcar agenda, la falta de conocimientos, así como la escasez de tiempo y recursos, siguen representando una barrera. Esto pone de manifiesto la necesidad de complementar esos esfuerzos, por ejemplo mediante la consolidación de espacios participativos en medios masivos de comunicación, en especial los de servicio público.

Las intenciones inclusivas manifestadas por las direcciones del canal cuentan con el reconocimiento de diversos colectivos y ofrecen ejemplos prácticos en la programación, como la definición de meses temáticos, franjas y espacios puntuales que habitualmente no forman parte de la grilla de otras emisoras. De todas formas, los directores también ponen de relieve obstáculos y limitaciones administrativas y económicas que enfrentan las estrategias desarrolladas, los cuales condicionan, por ejemplo, la producción de géneros fundamentales para consolidar el perfil generalista, como es el caso de la ficción.

En la aproximación hacia los espacios que brinda la emisora en su programación y las posibilidades de intercambio efectivo con distintos grupos sociales, se reconocen buenas prácticas e intenciones que, en general, se destacan en comparación con la TV pública nacional, pero no logran el mismo efecto cuando se contrastan con las señales privadas.

Además, en las voluntades de integrar diferentes miradas a la pantalla, también surgen complejidades, ya que esa inclusión resulta realmente efectiva en la medida que se concreta en forma conjunta con las organizaciones. Sobre este asunto la cuotificación no es una opción favorable, porque genera efectos negativos en la consideración de algunos colectivos.

Si bien las expresiones vertidas por los directores de TV Ciudad, sobre la voluntad de democratizar las pantallas públicas e incluir a todos los sectores de la sociedad, están alineadas a los programas de gobierno y con los estándares internacionales de UNESCO; surgen dudas sobre las posibilidades y la voluntad de impulsar cambios en la gobernanza, que permitan la conformación de instancias inclusivas y participativas formales.

En los testimonios también se advierten indicios de desconocimiento sobre temas más profundos como el ejercicio ciudadano en los espacios comunicacionales y el derecho a la enunciación en los medios de carácter público. La necesidad de implementar planes para continuar reforzando la identidad del canal y establecer espacios participativos formales, pueden ser factores incidentes en estas cuestiones.

Finalmente, para sintetizar los resultados de este apartado se procedió a la elaboración de una tabla comparativa donde se integran las valoraciones generales de los 13 entrevistados, en relación a los cuatro ejes que estructuran el análisis. Las mismas fueron categorizadas como “Favorables”, “Potenciales” o “Desfavorables”, en función de su aporte a la creación y consolidación de espacios integradores, plurales y diversos.

Las valoraciones categorizadas como “Favorables” son aquellas que manifiestan aspectos alineados a los ideales que vienen siendo estudiados, con especial énfasis en los relacionados a los conceptos de pluralidad y diversidad; las “Desfavorables” son las que limitan el desarrollo de estas premisas; mientras que las “Potenciales” expresan matices y posibilidades de desarrollo, sin ser percibidas del todo favorables o problemáticas.

Tabla 3)

Valoraciones en las entrevistas. Elaboración propia.

Televisión			Valoraciones	
Fragmentación	Centralidad televisiva	Identidad del canal	Verde	Favorables
Aumento de producción		Reconocimiento del servicio	Amarillo	Potenciales
Alcance			Rojo	Desfavorables
Ciudadanía				
Participación de sindicatos	Matices estratégicos	Consejos consultivos		
Voluntad inclusiva		Dificultades técnicas		
Voluntad de participación				
TV Pública				
Cambios impulsados	Desconocimiento	Obstáculos de identificación		
Índices de audiencia		Ficción		
Estrategias inclusivas				
Meses temáticos				
Franja infantil				
Evaluación				
Oportunidades de inclusión	Direccionamiento político	Presupuesto		
Acceso a espacios	Percepción del derecho	Administración pública		
		Representación de sectores		

Como puede apreciarse en la tabla elaborada, el total de valoraciones incluidas en la columna verde o “Favorables” supera a las rojas o “Desfavorables” y a las amarillas o “Potenciales”. Esto marca una tendencia moderada hacia la consolidación de un marco proclive al desarrollo del enfoque integrador, pluralista y diverso, no obstante, las limitaciones señaladas también sugieren carencias evidentes en este sentido. De esta manera las estimaciones categorizadas como “Potenciales”, abren la posibilidad o permiten titular distintas oportunidades de mejora y reflexión, cuyo abordaje permitirá seguir avanzando hacia el fortalecimiento de las estrategias democratizadoras y la optimización del servicio público.

Producto de las apreciaciones recogidas durante las entrevistas, pueden inferirse entonces una serie de características que facilitan un acercamiento hacia la actualidad de la emisora, en cuanto a sus vínculos con los sectores populares de la sociedad y su inclusión en las pantallas. A raíz de estos hallazgos se propondrá un ensamble con las derivaciones del análisis narrativo desarrollado en próximas páginas, cuyos resultados serán incluidos en las conclusiones finales, buscando constatar y problematizar las observaciones realizadas.

5 - Análisis narrativo

Contar historias es una de las principales formas utilizadas por las sociedades para transferir experiencias pasadas y expresar sus anhelos e imaginarios. Dependiendo de la época se ha recurrido a relatos orales, literarios, teatrales, cinematográficos y televisivos, para dar a conocer, rescatar o transformar leyendas, mitos y fábulas que dan significado al mundo que nos rodea. Dada la importancia social de las narraciones, especialmente de aquellas transmitidas por televisión y considerando que este trabajo explora los conceptos de diversidad y pluralidad de voces desde diferentes perspectivas, se ha optado por realizar un análisis narrativo sobre una muestra de producciones emitidas durante el periodo 2015-2024.

Dicho análisis está basado en aspectos claves de la enunciación televisiva, como la focalización narrativa, características de los personajes y ambientes donde se desarrollan las historias. La tarea permite una aproximación a los niveles de diversidad y pluralidad en la programación del canal, detectando la inclusión de expresiones que ponen en valor las vivencias e identidades de sectores populares y minoritarios de la sociedad y los mecanismos de representación utilizados.

5.1. 12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay

El programa 12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay fue estrenado sobre finales de 2015, se emitió los días lunes a las 21 horas y está compuesto por 13 entregas de 50 minutos de duración, aún disponibles en el canal de [YouTube](#) de TV Ciudad. Se trata de una coproducción entre la señal montevideana, el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES) y el Instituto Nacional de la Juventud (INJU), que concede espacio televisivo a adolescentes y jóvenes de entre 12 y 29 años, procedentes de diferentes departamentos del país, para que aporten e intercambien reflexiones sobre variadas temáticas de la realidad nacional.

Cada entrega es protagonizada por un grupo de seis panelistas que se renuevan semanalmente y aborda temáticas específicas establecidas por la producción, las cuales están principalmente orientadas hacia aquellos temas que de una u otra forma marcan el tránsito hacia la adultez. La conducción, moderación y producción periodística está a cargo de Ricardo Leiva y la dirección es del realizador Eduardo García Cardona.

A los efectos de establecer la pertinencia de incluir esta producción dentro de la muestra seleccionada, es importante señalar que se trata de una iniciativa que involucra la

participación de distintas instituciones gubernamentales, por lo tanto, está atravesada por la impronta comunicacional del canal departamental, pero también del Poder Ejecutivo (PE) a través del MIDES. En este sentido su salida al aire representa lineamientos políticos de carácter nacional, tendientes a promover el involucramiento de los sectores jóvenes de la población, en temas y problemáticas de carácter social, que tienen marcada incidencia en sus vidas cotidianas. El recorte etario establecido en el nombre del espacio –entre los 12 y los 29 años–, donde se determina la población adolescente y joven, responde a la denominación oficial definida desde el INJU.

Para comenzar el análisis se debe puntualizar que 12/29 pertenece al género denominado «panelismo», definido como una construcción discursiva híbrida, cuyos orígenes se atribuyen al ámbito académico y radiofónico (Heram et al., 2021), y que, desde hace varias décadas ocupa un lugar destacado en la televisión nacional e internacional. Bajo esta modalidad conviven variados géneros televisivos no ficcionales como el magazine, el debate o los espacios informativos y de entrevistas, constituyendo una atmósfera propicia al abordaje de temas generalmente vinculados a información general de actualidad, política, fútbol o espectáculos.

«Estos programas de panelismo se caracterizan por la polémica y el debate en torno a temas de la actualidad política y mediática en el que un conjunto de panelistas representan un abanico polifónico de voces, asumen distintos roles y diversidad de posturas.» (Heram, 2021).

Habitualmente estas producciones son protagonizadas por un conductor/moderador y un grupo de personas –entre 4 y 6– que integran el panel para exponer sus opiniones sobre temas diversos. La elección de los panelistas, que pueden ser expertos en el tema a tratar o no, resulta determinante a la hora de enriquecer el debate, ya que está abierta a la integración de diversos sectores de la sociedad y al intercambio plural de opiniones.

En este sentido las capacidades integradoras del género se transforman en terreno fértil para el reconocimiento social y la construcción de identidades diversas en torno a lo que Jesús Martín-Barbero definió como «nuevas figuras de ciudadanía». Según el autor esas identidades no están ligadas a la mera pertenencia a un grupo determinado, sino a «la expresión de lo que da sentido y valor a la vida del individuo» (2002: p. 17).

«Es al tornarse expresiva de un sujeto individual o colectivo que la identidad depende de, y por lo tanto vive del, reconocimiento de los otros: la identidad se construye en el diálogo y el

intercambio, ya que es ahí que individuos y grupos se sienten despreciados o reconocidos por los demás.» (Martín-Barbero, 2022: p. 16).

Además de sus potencialidades integradoras, las causas que pueden esgrimirse sobre la tendencia a incorporar este tipo de espacio a las grillas televisivas son variadas. En primer término no debe eludirse el factor comercial, ya que estas producciones asumen menores riesgos de inversión que otros géneros y a su vez tienen probada aceptación en el público. Desde el punto de vista televisivo, aunque es necesaria la adaptación a algunas características propias del género como la duración estándar de sus emisiones, la cantidad de participantes, la impronta del moderador o el perfil temático; su salida al aire no implica complejidades técnicas específicas, registra buenos niveles de adaptabilidad a las diferentes franjas horarias y dispone de la mencionada flexibilidad en la elección de los planteles de opinadores o protagonistas.

El panelismo ha sido estudiado desde diferentes perspectivas, abarcando sus formas discursivas o su habitual «construcción melodramática», (Heram, 2021) basada en la contraposición de opiniones o las formas de representación que asume. Sobre este último punto se han estudiado sus prácticas de consumo y producción, las miradas que son incluidas y que determinan las características de la pluralidad que se pretende manifestar y la explotación de las potencialidades del intercambio horizontal, dentro del propio género y desde su vinculación con otras plataformas.

En Uruguay se encuentran ejemplos de panelismo en distintas épocas y en todas las señales de aire, las cuales fueron y son emitidos en variadas franjas horarias y abarcan todos los géneros anteriormente enumerados. Entre los ejemplos pueden destacarse: Estadio Uno, programa deportivo de Canal 5, que se emitiera entre 1970 y 2017, siendo una de las propuestas con más tiempo al aire en la historia de la TV nacional; Esta Boca es Mía, espacio de debates de actualidad que se emite por Canal 12 desde 2008, constituida como una de las producciones nacionales de la actualidad con más tiempo al aire; Todas las Voces de Canal 4, programa de política emitido entre 2017 y 2022, que en 2024 se reestrenó; Gran Hermano: el debate, estrenado en Canal 10 a principios de 2024, programa derivado del renombrado reality en su versión argentina.

En el caso de 12/29, sus particularidades narrativas lo sitúan como un programa que, aprovechando los principales aspectos distintivos del panelismo, propone una versión adaptada al estándar ético de la radiodifusión pública y al nivel de precisión y confiabilidad

que se presume en la información proveniente de estudios sociológicos o fuentes estatales. En este programa las voces incluidas se renuevan en cada emisión, sustituyendo la lógica tradicional de estabilidad periódica de los paneles, mientras que las opiniones calificadas dejan su lugar a las vivencias de los protagonistas.

La propuesta narrativa de esta producción plantea una focalización predominantemente cero en video e interna múltiple en audio, exponiendo así una amplia variedad de puntos de vista correspondientes a los sectores jóvenes de la sociedad uruguaya, alternando el testimonio directo en piso con entrevistas breves realizadas en la calle; además de presentar resultados de estudios sociológicos cuyas conclusiones también se desprenden de técnicas de muestreo con énfasis en la población juvenil. La integración de los paneles es paritaria e incorpora participantes de distintos departamentos del Uruguay, dedicados al trabajo o al estudio en instituciones públicas y privadas, algunos de los cuales también integran colectivos o realizan actividades de voluntariado.

«¿Quién no participó de una organización social, política o cultural en algún momento de su juventud?, mucha gente. Los datos en Uruguay en los últimos años, hablan de que casi la mitad de los jóvenes no tuvo ningún tipo de participación, incluso si hablamos de participación en sentido amplio, incluyendo hinchadas de fútbol o concurrencia a toques de bandas musicales. Hoy en 12/29 vamos a hablar sobre participación, con seis jóvenes que nos acompañan aquí en los estudios de TV Ciudad.» (TV Ciudad, 2015).

Si bien el ámbito natural para el desarrollo del intercambio de opiniones es el estudio de TV Ciudad, cada emisión de 12/29 cuenta con al menos tres segmentos diferenciados, los cuales están compuestos por informes del Instituto Nacional de Estadística (INE), otras fuentes oficiales o consultoras privadas; entrevistas a jóvenes en diferentes barrios del país; y un espacio lúdico donde los participantes deben acordar conclusiones sobre los temas abordados, las que luego son comparadas con los resultados estadísticos.

La conducción está a cargo del periodista Ricardo Leiva, quien se encarga de presentar el tema principal y los diferentes fragmentos, pero además realiza puntualizaciones sobre los datos sometidos al análisis, facilitando su comprensión a quienes puedan no estar familiarizados con la interpretación estadística. Asimismo, Leiva asume el rol de moderador característico del género panelismo, para asegurar el equilibrio de voces y el cumplimiento de los tiempos estipulados, además de evitar que el intercambio se transforme en una disputa retórica.

Tanto la puesta en escena como la estética gráfica están diseñadas para brindar comodidad y cercanía con los protagonistas del programa, a partir de una escenografía despojada de las formalidades propias de los espacios de información y la utilización de una paleta de colores vivos y animaciones dinámicas. De esta forma las opiniones se expresan en un ambiente de intercambio ameno, que no pone empeño en confrontar posiciones y permite la exposición de ideas en lenguaje propio.

«Yo me considero también como una persona que alguna vez en su vida ha discriminado. Pero también va por el lado de que todos alguna vez discriminamos, alguna vez tiramos la piedra, por así decirlo. Ya sea de una manera consciente, señalar al otro y decirle no me gusta como actúas y por lo tanto te critico o te digo que sos malo o te desmerezco. Y por otro lado más inconsciente, más de ver a alguien y ya vos mismos dentro de tu mente por ver cómo actúa, cuál es su aspecto, ya decis esta persona no me gusta mucho y por lo tanto me alejo y la aislo, por lo tanto tampoco la hago parte de lo que es mi vida». (TV Ciudad, 2015).

Tomando las virtudes de un género para nada ajeno a la televisión uruguaya, 12/29 explota las posibilidades y recursos característicos del panelismo para ofrecer una versión caracterizada por la originalidad de su encuadre narrativo, donde jóvenes imprimen análisis a datos objetivos de una realidad de la que forman parte. La propuesta coloca a los sectores juveniles de la sociedad en el centro del estudio televisivo y del debate, permitiendo un desdoble protagónico que llega a los hogares montevideanos en forma de texto televisivo de consumo generalizado. Un lugar tradicionalmente reservado a las opiniones calificadas de adultos expertos y a la polémica acalorada, logra constituirse de esta forma en sitio de pertenencia, conformación y reconocimiento de la diversidad identitaria juvenil.

Figura 2)

Fotogramas de 12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay. Elaboración propia.



5.2. Imaginarios (una pausa en la realidad)

El estreno del programa Imaginarios en las pantallas de TV Ciudad data del año 2016, cuenta con al menos 20 emisiones de aproximadamente 30 minutos de duración y se emitió los días jueves a las 21:30 h, sumando una repetición los sábados a las 18:00 h. Se trata de un espacio donde vecinas y vecinos de barrios montevideanos tenían la posibilidad de expresar ideas, deseos y preocupaciones, desde una cabina móvil que semanalmente recorría diferentes puntos de la ciudad.

Basándose en una propuesta narrativa simple y directa, donde se suceden entrevistas realizadas en diferentes esquinas de Montevideo, Imaginarios funciona como caja de resonancia del sentir ciudadano y posibilita la conexión de la audiencia con historias cotidianas desperdigadas por la capital.

Si bien ya transcurrieron algunos años desde la emisión televisiva de Imaginarios, una veintena de sus episodios continúa disponible en el canal de [YouTube](#), así como en la página de [Facebook](#) de TV Ciudad, permaneciendo al alcance de los suscriptores y seguidores del canal y del público en general. El espacio presentado como «La verdad y realidad del

ciudadano de a pie» (TV Ciudad, 2016) significa una oportunidad de expresión próxima y accesible, que puede analizarse desde distintas perspectivas que van en línea con los propósitos del presente trabajo.

Partiendo desde la propia denominación de este espacio televisivo, se recurre en una primera instancia a Cornelius Castoriadis quien ha dedicado una extensa obra a la definición de lo que entendemos o creemos entender como imaginario social. Desde la perspectiva filosófica, este autor estudia el rol de la imaginación en la conformación de las sociedades, estableciendo una serie de definiciones que son complementarias, las cuales han sido utilizadas infinidad de veces y aunque pueden no haberse considerado específicamente para la creación del programa, abarcan un espectro conceptual amplio que permite profundizar en algunas características destacables de esta unidad de análisis.

A priori puede suponerse que los conceptos de «imaginario social» e «imaginación» están estrechamente relacionados, pero se diferencian entre sí en tanto acción colectiva o individual, pese a ello, en lo expuesto por Castoriadis, el imaginario se define como un fenómeno donde se entrelazan componentes de la acción del individuo durante la socialización, por lo tanto en el proceso entran en juego cuestiones singulares y plurales al mismo tiempo. Según este enfoque el imaginario se establece como un «conjunto de imágenes mentales acumuladas por el individuo en el curso de su socialización» que funciona como «factor de equilibrio psicosocial» (Dittus, 2006: p. 173).

Al mismo tiempo, lo propuesto por Castoriadis complementa esta propiedad compensatoria del imaginario, que se desarrolla en momentos históricos específicos y cuya función es ocupar vacíos del conocimiento humano, con la «potencia creadora de la imaginación» que da lugar a la configuración de nuevas formas, o sea a la introducción de lo nuevo en las sociedades. Es desde este punto donde aparece la idea de «imaginario social instituyente» (Castoriadis, 1997: p. 1), concepto que puede ser aplicado para interpretar el cambio social en sus múltiples manifestaciones, ya sea que adopte la forma de movimiento revolucionario o de producción cultural innovadora.

Asociando esta perspectiva analítica al abordaje de una producción televisiva como Imaginarios, en una primera instancia debe destacarse la utilización de una cabina/estudio de grabación para recoger el sentir de la ciudadanía, recurso que funciona como metáfora aplicable a la lectura castoridiana de la dinámica social, donde conviven el interior (la psique)

o «imaginario radical» y el exterior al individuo (lo social/histórico), lo colectivo o «imaginario instituyente» (Castoriadis, 1997).

Cada testimonio u opinión personal grabada en el interior de la cabina, involucra lo personal con la vida social y no pocas veces está anclada en la denominada «fuente de sentido colectivo» mencionada por Jesús Martín-Barbero (2022, p:13) y que fuera incluida en el marco conceptual y teórico de este estudios, la cual está principalmente integradas por tres grandes instituciones: trabajo, política y escuela.

A modo de ejemplo se repasan fragmentos de entrevistas incluidas en el programa: «me pareció una buena oportunidad de poder transmitir algo diferente a cortar a cocer quirúrgicamente. En un block quirúrgico estás cerrado, tenés poca interacción y esto es una cosa totalmente diferente para mi» (Daniel, cirujano barrio Carrasco. TV Ciudad, 2016); «La escuela me gusta pero hay veces que me hago el vivo y no quiero ir. Invento que tengo dolor de panza, que me duele la cabeza» (Juan Manuel, alumno escuela pública Barrio Municipal. TV Ciudad, 2016); «Estábamos en una iglesia, porque había que hacer algo, mover la sociedad y llegó un camión repleto de botones (militares) a pedir cédula de identidad y el cura me sacó entre las cañas. Así que ya te das cuenta cómo fue la cosa.» (Lucila, docente barrio Cerrito, en relación a sus vivencias durante la dictadura. TV Ciudad, 2016).

Como complemento puede decirse que la idea del imaginario instituyente expuesta por Castoriadis, también está representada en esta producción del canal público montevideano, ya que la fuerza creadora o renovadora de la que habla el autor, se concreta desde la consolidación de un espacio dedicado a la difusión de historias simples cotidianas, protagonizadas por personas que, lejos de las luces de un estudio, del maquillaje y las escenografías montadas, ofrecen sus testimonios en medio del tránsito diario por la ciudad.

Este concepto disruptivo para el medio televisivo local, es protagonizado por empleadas domésticas, albañiles, técnicos de fútbol, cirujanos, serenos, músicos, estudiantes, desempleados, turistas, pintoras, comerciantes, docentes, jubiladas y amas de casa, de diferentes edades, con intereses, preocupaciones y deseos dispares. De esta manera uno de los atractivos para los enunciatarios pasa principalmente por descubrir o descubrirse en lo común o lo particular de cada historia, en la identificación u oposición inmediata al sentir de cada barrio y sus habitantes, aspectos que perfilan los ideales primarios de las señales en tanto públicas.

La estructura narrativa de *Imaginarios* y los elementos que la componen, van en sintonía con la autenticidad y espontaneidad de los testimonios recogidos de forma unipersonal o compartiendo la instancia con parejas, amistades o integrantes de la familia.

Cada entrevista parte de una inquietud o pensamiento propio, aunque en ocasiones pueda requerir de disparadores temáticos propuestos por el entrevistador, que dan pie o alientan la expresión libre: «es un programa que intenta rescatar lo que piensa la gente, sin ningún tipo de filtro»; la idea es «tomar la pulsión de lo que anda pensando y sintiendo la gente de Montevideo» (TV Ciudad, 2016). Estos son algunos de los recursos discursivos que utiliza el equipo de rodaje para aflojar las tensiones que genera enfrentarse a una cámara.

Los testimonios se recaban en un ámbito distendido y ameno, mediante un despliegue de recursos técnicos que no excede lo indispensable: cámara fija que toma al entrevistado en primer plano, cámara fija que registra el entorno a la entrevista, donde el equipo de producción aparece en un rol secundario; micrófonos para registro del audio al interior del pequeño set de grabación y audio ambiente. En la edición también se incorporan paisajes representativos de la zona, que funcionan como transiciones entre las entrevistas.

En ese entorno barrial, donde el canal público se vuelve cercano, pero no acapara protagonismo, se conforman historias narradas en un lenguaje coloquial, que luego son intercaladas y se vuelven espacio de cercanía con los televidentes, cumpliendo al mismo tiempo el objetivo de «rescatar el derecho y la posibilidad de la gente para meterse en las pantallas, promover que cada ciudadano se convierta en una celebrity» (Rincón, 2022: p. 46).

La focalización visual de *Imaginarios*, en sus diferentes niveles –ya sea afectivo, ético o, por supuesto, imaginado– es cero, mientras que en audio es de característica interna múltiple, ubicando al ciudadano o ciudadanos/focalizadores como sujetos de la enunciación y otorgándoles la posibilidad de manifestar sus puntos de vista sin limitaciones, para luego conformar una entrega semanal que agrupa los diferentes relatos barriales, poniendo en valor la construcción de la realidad montevideana desde la diversidad de expresiones. De acuerdo a lo que consignan estudios como el de Radakovich sobre los inicios del canal montevideano, este singular enfoque para la producción televisiva local puede asociarse a los propósitos generales de TV Ciudad desde su salida al aire:

«Tevé Ciudad constituyó un proyecto cultural que procuró transformar el imaginario social hegemónico, aportando a través de la desmitificación de la homogeneidad del país

frente a la exclusión social, la reconstrucción de la historia reciente y la diversidad de expresiones artísticas nacionales». (Radakovich, 2004: p. 141).

Sobre los desafíos estratégicos que presentan los canales de la órbita pública, cuyos objetivos apunten a trascender las lógicas del mercado, es importante que estos se propongan evaluar y fortalecer el vínculo con los espectadores en su conjunto, pero también individualmente, mediante iniciativas que contemplen procesos perceptivos donde entran en juego las condiciones personales del televidente, las temporales y las de su entorno social.

Ubicar al espectador en el centro del relato y lograr que se reconozca a sí mismo en la pantalla resulta siempre una estrategia favorable, «(P)uesto que los estados emocionales del espectador dependen, en gran medida, de la identificación narrativa, la utilización de recursos y elementos narrativos que propicien esta identificación está orientada –en numerosas situaciones– a suscitar su interés» (Gordillo, 2009: p. 59-60).

A modo de conclusión la narrativa desarrollada en *Imaginarios*, asume el rol de puente comunicacional entre el estudio televisivo –como centro de producción simbólica– y lo más simple y cotidiano de las realidades barriales. Mediante relatos en primera persona de ciudadanos que aprovechan la oportunidad de ubicarse al otro lado de la pantalla y de esta forma se hacen escuchar por el resto de la población, la diversidad de paisajes urbanos montevideanos queda también representada en términos de perspectivas y experiencias. Si bien los testimonios emitidos en cada uno de los episodios son mediados por el equipo responsable de la salida al aire, esta modalidad es una práctica efectiva para fomentar la identificación y el intercambio de opiniones sin jerarquías, además de la participación ciudadana en espacios generalmente reservados a otros actores sociales.

En un paisaje mediático como el local, donde las iniciativas televisivas de carácter comunitario no tienen lugar, experiencias innovadoras como *Imaginarios* se establecen como un punto cercano a la comunicación directa con las comunidades. Ubicar el canal público en cada esquina y abrir el espacio a vecinas y vecinos, son estrategias que extendidas en el tiempo pueden contribuir a su apropiación por parte de la ciudadanía y al mismo tiempo dan lugar a nuevas formas de imaginar la ciudad, porque como manifiesta Washington, albañil del barrio Peñarol «me gusta el hecho de que tomen a cualquier persona y escuchen su testimonio y qué sabés, capaz que por ahí encontrás un genio» (TV Ciudad, 2016).

Figura 3)

Fotogramas de Imaginarios. Elaboración propia.



5.3. Serie Música Urbana

La serie transmedia Música Urbana estrenada por TV Ciudad en setiembre de 2022, consta de diez episodios unitarios de aproximadamente 20 minutos de duración, nueve de ellos dedicados a diferentes artistas de la escena local, mientras que la entrega final es un resumen con fragmentos de cada programa. Las emisiones televisivas son complementadas con contenidos digitales extra, como página web, podcast, mapa interactivo, videos cortos y fotografías, materiales que están disponibles en la [web de la serie](#) y [YouTube](#). La dirección está a cargo del reconocido realizador uruguayo [Aldo Garay](#), quien tiene una extensa trayectoria en televisión y cine –principalmente documental– donde recibió varios premios a nivel nacional e internacional.

Los episodios de Música Urbana son protagonizados por: Peke 77, Davus, The la Planta, Mario la Moña, Knack, Jotape, Soyturista, SAK (Se Armó Kokoa) y eliz4ldee, este último votado por el público en las redes sociales del canal, en un segmento denominado «Buscando

al nuevo artista urbano», que «buscó retratar al/la nuevo/a artista urbano desconocido para sumar su episodio». (TV Ciudad, 2022) tal como indica la página web de la serie.

Antes de ingresar al desglose de esta serie, cabe mencionar que el concepto “música urbana” (en minúsculas para diferenciarlo del nombre de la serie en cuestión) tiene la particularidad de implicar algunas características funcionales a los intereses del presente trabajo, ya que como se verá, supone diversidad, en este caso asociada a géneros y estilos musicales. Además las letras de sus exponentes en muchas ocasiones expresan realidades de sectores juveniles populares.

Sobre finales de los años 90, Néstor García Canclini planteaba la dificultad de definir lo urbano de forma unitaria, entendiendo que las múltiples aproximaciones sobre el tema «no se pueden articular fácilmente» (1997). Este autor analiza la transformación de ciudades en megaciudades y a raíz de este proceso de conurbación, el pasaje de la cultura urbana a la multiculturalidad. Si bien Montevideo y la zona metropolitana –que incluye parte de Canelones y San José– no entrarían dentro de la categoría de megaciudad, donde sí figuran ciudades como San Pablo o Buenos Aires, es posible visualizar allí manifestaciones híbridas típicas de este entrelazamiento cultural que menciona el autor y que la serie musical pone de manifiesto.

«Pareciera que en la actualidad la búsqueda no es entender qué es lo específico de la cultura urbana, qué la diferencia de la cultura rural, sino cómo se da la multiculturalidad, la coexistencia de múltiples culturas en un espacio que llamamos todavía urbano» (García Canclini, 1997: p. 77).

La mencionada multiculturalidad analizada desde la escena contemporánea local o en otros contextos espacio-temporales, expone un dinamismo y una capacidad de producción que dificulta su abordaje integral, pero esto no significa la imposibilidad de detectar generalidades o características específicas, siempre asumiendo que lo local es un espacio de «diálogos, apropiaciones e hibridaciones musicales que los conectan con otros lugares y que evidencian el carácter translocal de la escena local» (Pedro et al, 2018: p. 69).

El fenómeno cultural alrededor de la música urbana expone entonces una serie de tensiones de lo local y lo global muy propias de esta época, donde algunas fronteras culturales parecieran ir perdiendo nitidez. Si bien no es objetivo de este trabajo caracterizar o delimitar musicalmente el alcance del movimiento, los géneros y estilos que la serie registra como

parte del paisaje urbano local, pasan por el hip hop, el reguetón y el trap, cuyos orígenes se atribuyen a la comunidad afroamericana que reside en los barrios pobres de Estados Unidos, además de Puerto Rico y República Dominicana. Con su llegada a Sudamérica estos ritmos fueron incorporando estilos representativos de la zona como por ejemplo la cumbia y el candombe en el caso de Uruguay.

En lo que respecta los contenidos de las letras de los artistas urbanos se destacan la autenticidad, el natural uso del habla coloquial asociada a sectores populares, la recurrencia del spanglish –neologismo utilizado para referir al lenguaje híbrido que contiene elementos del español y el inglés– y la utilización de códigos callejeros y delincuenciales, también conocidos como “malianteo”.

En un lenguaje explícito y en ocasiones obsceno, sus temáticas centrales refieren a fiestas, diversión, disfrute, amor y conquistas amorosas, las cuales puede decirse que son comunes a distintos sectores sociales. Por otro lado, las letras también hablan de superación personal, delincuencia –desde la voz del delincuente–, drogas, violencia y en ocasiones también asumen una postura crítica de la sociedad, a través de un discurso de resistencia y defensa de los derechos de las minorías. A continuación se exponen algunos ejemplos que aparecen en la obra de los autores incluidos en la serie de TV Ciudad:

«Ya se cansó de siempre la misma situación
Pelea' desde la mañana
Que siempre terminan en nada
Sabe qué hacer
Llamar a todita' sus amigas
Que están puesta siempre pa' la gira
Poner el celu en "no molestar" pa' salir a janguear».
(The La Planta, 2022. Con El Alcohol. Sencillo).

«A mí no me mires, 'toy loco, me abro si veo una moto
Se rompe todo lo que toco

Los PADO² me quieren ver roto
Vengo de abajo, ¿sabé'?, sé cómo es
Este momento 'e mi ley, estuve fuera de la ley».
(Peke 77, 2020. Coronando I. Sin Prontuario).

«Al 911, llamen al forense
Aquí los carro' no usan patente
Oro en los diente', pegao' a lo' 20
Los Jordan 4 y también una jersey
Bitchie' me entregan su pussy, le doy sin excusa, yo la mato exclusi
Tenemos pila de lassie y la caja 'e tiro pa' la mini Uzi».
(Mario La Moña, 2022. Peine Banana (feat. Ecco). Sencillo)

«Las distancias hoy se acortan fuck para el caradurismo
Represento yo a mi gente, no al que miente y su cinismo
Se inventó el imperialismo, pal' reparto de mundo
Nuestras voces mestizaje, más allá del origen
Pujante con la lucha del negro, del aborígen
Arrancados de sus tierras por la colonización
Con sus venas hoy abiertas, hoy esperan redención
La misión: seguir sembrando semilla
Que crezcan y se esparzan como la fiebre amarilla».
(SAK Se Armó Kokoa, 2018. Levántate)

Los artistas urbanos que participan del ciclo emitido en TV Ciudad, transitan un proceso de crecimiento en su popularidad, el cual se ve favorecido por las posibilidades de difusión que ofrecen las nuevas tecnologías y las plataformas digitales. Esta corriente cultural tiene una fuerte influencia tecnológica que también queda evidenciada con la progresiva sustitución de

² PADO: Programa de Alta Dedicación Operativa, creado en el ámbito del Ministerio del Interior en la Ley 19355, Artículo 151.

instrumentos musicales tradicionales por tecnología digital, las redes comunicacionales en línea y las grabaciones de calidad realizadas en estudios domésticos, aspectos que son determinantes de sus estéticas e identidades.

Este estrecho relacionamiento del movimiento urbano con los avances tecnológicos y su impronta multiplataforma se replican en la serie Música Urbana de TV Ciudad, donde la estrategia narrativa integra lenguajes de diversos dispositivos tecnológicos. La utilización del modelo transmedia para retratar historias callejeras detrás de la música, permite el acceso a territorios donde habita esta subcultura y al mismo tiempo pone sus contenidos a disposición de una audiencia amplia y heterogénea.

La diversidad cultural que nace de los sectores jóvenes populares de la ciudad, emitida desde múltiples lenguajes y formatos, queda representada a partir de una narrativa fragmentada, no lineal. Esta fragmentación es propia de la televisión contemporánea, que como ya se aclaró, atraviesa una fase que fue definida por la investigadora española Inmaculada Gordillo como «hipertelevisión». Esta autora introdujo una tercera etapa a la categorización propuesta por Umberto Eco, donde se distinguían dos momentos cronológicamente distintos en la historia de la TV: paleotelevisión, hasta mediados de la década del 80' y neotelevisión, hasta fines de los 90'. La hipertelevisión aparece entonces sobre finales de los 90', con los denominados reality show y debe su denominación a Gilles Lipovetsky «que califica de tiempos hipermodernos al comienzo del S. XXI» (Gordillo, 2009: p. 24-25).

«...la nueva etapa en el desarrollo del medio televisivo posee una serie de rasgos de identidad que lo separan de momentos anteriores. Entre esos rasgos destacan elementos de convergencia, la continuidad, la disgregación y multiplicación de formatos a partir de la hibridación de géneros y la aparente contradicción entre fórmulas viejas reiteradas y nuevas creaciones, o entre lo global y lo local.» (Gordillo, 2009: p. 15).

Las historias detrás de los protagonistas de la serie Música Urbana y los rasgos que caracterizan sus estilos de vida, intereses y activismos, se narran en primera persona, ya que el director o entrevistador no es registrado por las cámaras y por tanto sus intervenciones no ocupan el foco de atención. Si bien en algún episodio la mezcla de audio incluye preguntas o prepreguntas puntuales, la focalización narrativa es principalmente interna fija, donde la información la proporciona el entrevistado, alternando acotadas intervenciones de personajes secundarios. En video prevalece una focalización cero, producto de escenas montadas especialmente para la ocasión, aunque por momentos la imagen adopta la focalización

externa, derivada del entorno o registro de lo real, ya sea en recitales o situaciones específicas del hogar o barrio del protagonista.

Debe remarcar también que entre los personajes secundarios de la serie figuran familiares, amigos y productores que rodean al artista, cuyas historias funcionan a modo de subtramas, presentados o directamente incluidos a pedido de quien protagoniza el episodio: «De República Dominicana, bien negrito. Son mi sangre. Con mi compañero el Rata, este se crió en el mismo barrio que yo: Villa Mella City, y hoy en día estamos en Uruguay representando la bandera», aclara Mario La Moña mientras presenta al grupo de amigos que lo acompañan desde su infancia. (TV Ciudad, 2022). En el noveno episodio eliz4ldee interrumpe la entrevista y mientras corre una cortina colocada en la puerta de su casa, expresa: «Ustedes tienen que escuchar a mi compañero. Vení, pasá, ¿cómo se ve?, ¿se ve bien acá adentro o no?, vení Papo, ¿cómo es que dice?» (TV Ciudad, 2022). Una vez presentado, Papo dedica algunas rimas a su madre.

Las entrevistas pueden definirse como abiertas o no estructuradas, ya que se desarrollan a modo de charla informal, favoreciendo la espontaneidad, fluidez y naturalidad del diálogo. Como complemento, cada episodio expone rasgos identitarios de los artistas, en medio de los paisajes urbanos que los representan y una estética gráfica inspirada en el arte callejero del graffiti. Los testimonios van intercalando videoclips y grabaciones de actuaciones en vivo, contribuyendo a la inmersión en la obra y vivencias propias de los personajes, quienes transitan sus hogares, barrios, estudios de grabación, shows y locaciones de sus producciones audiovisuales.

En resumen, Música Urbana es una serie televisiva transmedia que explora diversas manifestaciones juveniles provenientes de las calles montevidéanas, exponiendo un estilo narrativo focalizado en la voz de sus protagonistas. Sus episodios documentan aspectos identitarios del movimiento, y por consiguiente, del contexto sociocultural que los alberga, a partir de una aproximación despojada de moralidad y prejuicios, que además se constituye en canal difusor de sus expresiones.

En un contexto de hibridaciones donde las prácticas culturales se transforman al ritmo de los procesos sociales y a su vez los condicionan, la serie pone de manifiesto dinámicas de significación que implican la participación de diversos actores con diferentes grados de incidencia y alcance. Es en el transcurso de este proceso en permanente transformación donde

las políticas desarrolladas desde medios públicos tienen la posibilidad de ocupar un papel determinante.

Figura 4)

Fotogramas de Música Urbana. Elaboración propia.



5.4. Serie La Cocina Cooperativa

La Cocina Cooperativa estrenada el 18 de enero de 2023 en TV Ciudad, es una serie que exhibe características del movimiento cooperativo local a través de la gastronomía, cuya primera temporada abarca 13 episodios de aproximadamente 50 minutos de duración. Se trata de una propuesta producida por la cooperativa [Kreativa](#) donde conviven televisión tradicional y contenidos para redes sociales y plataformas digitales.

Cada episodio de La Cocina Cooperativa se divide en segmentos de recetas tradicionales y económicas, cooperativas destacadas, entrevistas a figuras de diferentes ámbitos y un bloque lúdico donde los invitados compiten por un premio en productos que podrán donar a una institución u organización social a elección. Las diferentes secciones del programa derivan en videos de corta duración donde se promocionan emprendimientos asociativos y se recorre la historia de los invitados. Tanto los programas completos, como las recetas y los fragmentos

destacados se encuentran disponibles en la página [web del programa](#), [YouTube](#), [Instagram](#) y [Facebook](#).

Previo al análisis de La Cocina Cooperativa, es importante repasar brevemente algunos aspectos que hacen a la tradición de los espacios de cocina en la televisión uruguaya, que encuentran sus primeras referencias en la década del 60' y se extienden hasta la actualidad, abarcando innumerables propuestas, géneros y formatos. En una primera época, los espacios gastronómicos generalmente integraban magazines matutinos, luego comenzaron a formar parte de la grilla con producciones en horarios periféricos, para posteriormente pasar a ser referencia y éxito de audiencia en horario central, principalmente de la mano de formatos internacionales adaptados a la realidad local (El Observador, 2021). Un ejemplo reciente de esta modalidad es la primera edición de MasterChef Uruguay en 2017, con picos de audiencia inusuales para la época y para la televisión nacional, donde se superaron los 200.000 televidentes (El Observador, 2017).

El éxito de las propuestas televisivas relacionadas a la cocina no es un fenómeno circunscrito a la televisión local o que puede explicarse desde un único punto de vista, ya que involucra una combinación de factores, seguramente relacionados a su versatilidad y capacidad de proporcionar entretenimiento, educación, identificación, creatividad, conexión cultural y experiencia participativa.

En el periodo temporal delimitado para el presente trabajo todos los canales públicos y privados de Uruguay cuentan en su programación con diversos espacios de cocina y TV Ciudad no ha sido la excepción. La programación de la señal montevideana ha alternando propuestas como por ejemplo Cocinemos, programa orientado a la alimentación saludable y la educación alimentaria; Boca a Boca, donde se recorre la gastronomía internacional de la mano de inmigrantes que residen en Montevideo, la cocina de autor y propuestas gastronómicas que ofrece la ciudad; La Vuelta al Plato, que ofrece elaboraciones de todo el mundo y ¿Qué hay de comer?; serie que se mantuvo al aire durante varias temporadas dónde reconocidos chefs asumen el desafío de elaborar un menú familiar con un monto acotado de dinero.

La creciente presencia de la gastronomía en las grillas de los canales y la diversificación de sus propuestas ha sido abordada por la academia desde la multiplicidad disciplinaria y de perspectivas. A modo de ejemplo y como antecedentes para el presente análisis se mencionan los trabajos de Gustavo Laborde y Fernando Andacht. quienes han investigado en

profundidad y desde distintas dimensiones el vínculo existente entre la producción audiovisual relacionada a la cocina y la sociedad que esta refleja y representa.

En el caso del antropólogo Gustavo Laborde, quien ha integrado equipos de producción en programas gastronómicos de TV Ciudad, su obra indaga en la identidad culinaria de Uruguay y las connotaciones simbólicas que se desprenden de sus discursos. A grandes rasgos Laborde analiza las resignificaciones históricas de la acción de cocinar, la expansión de los libros recetarios y la creciente importancia de la imagen como factor determinante en la creación de estilos de vida y por tanto de distinción social.

De esta forma expresa que «Las pantallas de los móviles, televisores, ordenadores y otros dispositivos se han convertido en el plasma proyectivo en el que comensales y cocineros pueden exhibir en la comunidad digital su estilo de vida» (Laborde, 2020: p. 494). En tal sentido las funciones mediáticas formativas o representativas de las grandes audiencias quedan desplazadas a un segundo orden o canceladas definitivamente, transformando la experiencia cotidiana relacionada a la elaboración de alimentos, a partir de un imaginario muchas veces apartado del alcance popular.

Como ya se desarrolló anteriormente las narrativas televisivas juegan un papel protagónico en la transmisión de experiencias y en la fabricación de esos imaginarios sociales, sus manifestaciones y alcances, tema que también es estudiado, pero desde la perspectiva semiótica por Fernando Andacht, e integra las líneas de investigación del grupo de la FIC denominado [Identidades de consumo. Imaginarios y estilos de vida cultural en el Uruguay contemporáneo](#), coordinado por este autor. En su obra se desarrolla el concepto de «imaginario» para después abordar el fenómeno de popularidad que logró el ganador de MasterChef Uruguay en 2017, programa transmitido en televisión abierta por Canal 10, donde se manifiesta la «representación de la sociabilidad uruguaya que tiene ya un siglo de existencia, y que corresponde al concepto propuesto por Real de Azúa (1964) en un pionero estudio de ciencia política, a saber, la mesocracia nacional» (Andacht, 2018: p. 67).

La denominada mesocracia refiere al legado de José Batlle Ordóñez, construido durante sus dos presidencias (1903-1907 y 1911-1915), que entre otras cosas es destacado por una fuerte presencia del estado por sobre la impronta individual, la preponderancia social y política de la clase media y a su vez por «un gran orgullo disimulado de modestia causado por la excepcionalidad del pequeño país modelo» (Andacht, 2018: p. 77). Es esto último lo que según el análisis expresivo, gestual y tonal realizado por Andacht encarna el ganador del

certamen de cocina, un joven policía del departamento de Florida, de origen humilde, cuya identificación popular es heredada del Uruguay batllista que aún permanece como rasgo identitario en el imaginario local.

Planteadas algunas muestras de manifestaciones simbólicas e identitarias que derivan de la producción televisiva nacional vinculada a la gastronomía, será tiempo de exponer aspectos de la estructura narrativa del programa *La Cocina Cooperativa*, que son funcionales al análisis de las voces incluidas en sus diferentes entregas. En este caso el abordaje se realiza sobre características expuestas en cada segmento del programa ya que la división y definición de los elementos que organizan el discurso televisivo y el desglose de su fisonomía proporcionan un acercamiento a las estructuras que guían el proceso de construcción discursiva.

La fragmentación recurrente en los textos televisivos actuales, donde el discurso se despliega desde diferentes plataformas, parte de una segmentación primaria que tiene lugar en la interna de cada producción. Descomponer y jerarquizar las unidades de significado en distintos niveles, como episodios, secciones y bloques, favorece el análisis general, «Porque para la observación y la comprensión de la arquitectura y diseño de cualquier relato, será necesario contemplar los fragmentos de un rango menor que la globalidad de un determinado texto y así acceder a su composición sintáctica» (Gordillo, 2009: p. 45-46).

Para comenzar se recurrirá a un fragmento de la introducción al primer episodio, donde el presentador expresa que este «es el primer programa realizado por cooperativas, mostrando cooperativas» (TV Ciudad, 2023), frase que resume de forma certera la focalización cero que predomina durante toda la primera temporada y a su vez el principal interés que persigue la producción: dar a conocer el cooperativismo local desde adentro del movimiento.

Su conductor, Andres Brian Iuliano apodado “el tano”, asume el rol de figura central del espacio, llevando el hilo conductor, guiando y presentando las diferentes secciones, elaborando recetas, realizando las entrevistas y también siendo la cara visible en las instancias de difusión del programa. Como se verá más adelante, concentrar la atención en una figura única no contradice ni condiciona el espíritu colectivo del espacio, ya que al prevalecer la focalización cero en video y la interna fija en audio, se logra trascender al conductor, mediante la integración de la huella cooperativa en cada segmento del espacio.

«Hoy es un programa muy especial ya que lo hacemos con muchas cooperativas presentes, ya van a estar viendo más adelante. La Cocina Cooperativa para nosotros es un proyecto muy, pero muy pasional ya que muchas de las cooperativas que están acá, conocen la idea desde 2018 y además pudimos llegar a muchas cooperativas de Uruguay. Hoy por hoy La Cocina Cooperativa muestra productos cooperativos a todo el Uruguay, de Canelones, San José, Colonia, Rocha, Maldonado, Salto, Tacuarembó, Paysandú y me voy a olvidar de algún lugar más...» (Kreativa, 2023).

El movimiento cooperativo plantea la asociación como forma de lograr mejores resultados para la satisfacción de necesidades de sus integrantes, desde una perspectiva donde se trabaja y resuelve en común. En Uruguay los tipos de cooperativa pueden ser de trabajadores, productores, usuarios o consumidores y dentro de estas categorías se presentan un sinnúmero de modalidades. Esta variedad de asociaciones está integrada por un elevado número de personas, generalmente provenientes de los sectores trabajadores y populares de la sociedad, que encuentran en los proyectos colectivos una forma de vida, en el amplio sentido de la palabra.

Aunque los programas gastronómicos sean espacios ideales para promocionar productos alimenticios, en cada episodio de La Cocina Cooperativa también aparecen como anunciantes emprendimientos de diferentes rubros, ya sea en tanda o por emplazamiento (insertos en el contenido). En general se trata de productos, comercios o servicios de todo el país que no acceden a publicitarse en otros canales de televisión y en el caso de los productos muchos de ellos tampoco están disponibles en las grandes cadenas de supermercados. Sobre este costado promocional del espacio se debe tener en cuenta que «La publicidad es el mecanismo más potente para generar estilos de vida en nuestra sociedad.» (Rincón, 2006: p. 134).

La identificación del programa con sectores populares de la sociedad, no solo está determinada por el origen de las cooperativas, sino también por las preparaciones, sus ingredientes, formas de elaboración, así como por la procedencia de los invitados. En primera instancia una de las consignas que rigen la labor del cocinero/conductor es que cada preparación para cuatro personas sea elaborada con productos de emprendimientos cooperativos, no supere los 400 pesos uruguayos de costo (aproximadamente U\$S 10), además de requerir elementos o utensilios que puedan encontrarse en cualquier cocina familiar. A modo de ejemplo en el primer programa se elaboran sorrentinos a partir de un molde profesional, uno heredado de la familia o un vaso de vidrio. Por su parte los

entrevistados residen o se criaron en diferentes departamentos o barrios de Montevideo, se dedican a la música, la televisión, el modelaje, el carnaval y el fútbol.

El intercambio entre el conductor del programa con la figura que protagoniza la entrevista central, adopta un tipo de focalización interna variable en audio, que se va intercalando con los otros bloques narrativos que componen el episodio y sus preguntas disparadoras están ligadas a la herencia gastronómica de los invitados. Esta es otra muestra de cómo la cocina se constituye en el principal factor de sentido y cohesión discursiva, ya que entrelaza relatos que emergen de vivencias personales, muchas veces asociadas a tradiciones culinarias de las poblaciones migrantes que llegaron a nuestro país.

El legado multicultural que en definitiva conforma los rasgos identitarios de la gastronomía local, se entrelaza con historias familiares, barriales y al mismo tiempo fortalece nexos con la tradición cooperativa. Es a partir de este costado conciliador donde el espacio también logra conectar con lo emocional.

«Mi abuela materna es egipcia, nació en Alejandría, es judía y cocinaba que era una maravilla. Los mejores banquetes fueron cuando vine a Uruguay y conocí las festividades judías, las comidas típicas, el baklava, los postres y te hacían comer, bien al estilo judío» (Kreativa, 2023).

Además de la promoción de emprendimientos, La Cocina Cooperativa no se aparta del costado formativo o didáctico de la televisión, ya que en el bloque denominado “La cooperativa destacada”, se propone un estilo publicitario que intenta ir un poco más allá del tradicional spot o corto, tanto en lo relativo a su duración como en la elección de un formato más bien asociado a la tradición del publireportaje, donde son incluídas historias detrás de la comercialización y se profundiza en las características específicas de los procesos colectivos.

Esta estrategia se complementa con la utilización de elementos gráficos esporádicos que incluyen datos generales del cooperativismo local e internacional, como cantidad de emprendimientos a escala nacional, cantidad de personas involucradas en el movimiento, las diferentes formas que adopta el cooperativismo o su incidencia en economías de diferentes países.

En conclusión La Cocina Cooperativa incorpora a la programación de TV Ciudad un marcado perfil fragmentado que se desdobra desde varias dimensiones. Su producción inicialmente pensada en lógica streaming, donde interaccionan el público, otras plataformas y

conviven aspectos de diversos géneros; también se amolda a la pantalla del canal público capitalino ofreciendo una mirada gastronómica construida sobre las bases del hacer y sentir colectivos.

A partir de una narrativa desarrollada en un lenguaje fragmentado, simple y espontáneo, se promueven y difunden diferentes modalidades de cooperativismo, se entrelazan historias y emociones de la mano de figuras populares y se resalta el valor de la cocina como espacio de identidad y encuentro familiar y social.

La promoción de emprendimientos asociativos tanto urbanos como rurales se expone en formatos publicitarios tradicionales pero también adopta formas de cercanía e identificación con el público y por tanto con posibles consumidores. En este sentido la apuesta por incrementar el valor cultural y la calidad de la televisión pública donde se «interpela al ciudadano», en contraposición a la televisión comercial que «le habla al consumidor» (Rincón, 2006: p. 197), puede integrar una interesante variable intermedia donde modalidades económicas sociales/solidarias y la televisión pública resultan mutuamente enriquecidas.

Figura 5)

Fotogramas de La Cocina Cooperativa. Elaboración propia.



5.5. Observaciones generales del análisis narrativo

Finalizado el análisis de estas cuatro producciones, de allí derivan una serie de componentes que contribuyen a los objetivos del presente estudio. En este sentido el conjunto de observaciones realizadas en esta fase analítica exponen características de la voluntad inclusiva del canal montevideano y por lo tanto facilitan un acercamiento al tipo de televisión que la señal propone y a sus niveles de pluralidad y diversidad.

Primero debe expresarse que el desarrollo narrativo de las producciones analizadas está caracterizado por la fusión de géneros y lenguajes, aspectos que como bien se dijo son propios de esta época, pero que también definen la orientación hacia un enfoque plural y diverso, que propende a la integración de diferentes puntos de vista e incluye formas de pensar, narrativas, personajes y entornos representativos de sectores populares y minorías. La sucesión de historias cotidianas y la alternancia de escenarios que transitan los estudios del canal y las esquinas de la ciudad, funcionan como factor de cercanía y estímulo de apropiación ciudadana, respecto al servicio comunicacional público.

Por otra parte, las historias tienden a elaborarse desde la propia voz de sus protagonistas, quienes encuentran en la pantalla de la emisora pública un espacio para darse a conocer, difundir creaciones, emprendimientos, opinar y expresarse. En tal sentido la coexistencia de focalizaciones cero e internas en audio y video que se presenta en estos relatos, es también representativa de la configuración de mensajes integradores que ocupan la grilla del canal, donde el sujeto de la enunciación oscila entre el discurso institucional de la emisora y las voces populares.

Desde la propia nominación de los programas observados son referenciados grupos sociales o facetas específicas de la sociedad montevideana, que representan a las anteriormente mencionadas «comunidades de sentido» (Rincón, 2002) y cuya caracterización está determinada por rasgos etarios, ubicación territorial, medios de subsistencia y formas de pensar, sueños y anhelos comunes. Estos atributos no necesariamente definen al grueso de la población capitalina, sino que están principalmente asociados a los grupos de interés del presente análisis

Con el fin de sintetizar los resultados obtenidos en esta etapa, se elaboraron dos tablas ilustrativas de los tipos de focalización y de los marcos narrativos donde se desarrollan las historias. En el primero se diferencian las cuatro posibilidades planteadas por Gordillo

respecto al ángulo de la información que se expone en cada narración: óptica, saber, suponer e ideológica y los tipos de focalización; ya sea cero, interna o externa, manifestadas tanto en la banda de audio como en la de video. Es importante aclarar que durante el proceso analítico fueron observados los atributos generales de estas producciones, ya que la focalización suele ser dinámica y los límites entre por ejemplo, la focalización cero y la externa, pueden no presentarse del todo claros.

Tabla 4)

Tipos de focalización. Elaboración propia.

Programa/Focalización	Óptica	Saber	Suponer	Ideología	
12/29	c i e c i e c i e c i e				a
	c i e c i e c i e c c i e				v
Imaginario	c i e c i e c i e c i e				a
	c i e c i e c i e c i e				v
Música Urbana	c i e c i e c i e c i e				a
	c i e c i e c i e c i e				v
Cocina Cooperativa	c i e c i e c i e c i e				a
	c i e c i e c i e c i e				v
Tipo de focalización	c	cero			
	i	interna			
	e	externa			
Bandas	a	audio			
	v	video			

Como puede apreciarse en este primer cuadro, los tipos de focalización que predominan en la muestra seleccionada son las definidas como cero, en el caso de la banda de video e interna en la banda de audio, mientras que la focalización externa sólo es observada en dos oportunidades. Esto se debe a que independientemente del género, los registros de todas estas producciones son resultado de una puesta en escena a cargo de los realizadores, pero la información incluida no es definida en la etapa de guión, sino que la aportan los propios personajes durante la grabación.

En el caso puntual de La Cocina Cooperativa, la focalización cero en video además tiene la particularidad de establecerse desde la mirada del propio movimiento retratado, ya que la realización está a cargo de una cooperativa audiovisual y cuenta con el aporte de diversos

emprendimientos asociativos. En el caso de los ejemplos categorizados a partir de su focalización externa, los mismos responden a registros reales de intercambios entre los integrantes de paneles de discusión y de situaciones de la vida cotidiana de artistas urbanos, donde la cámara aporta un punto de vista objetivo.

La incorporación de perspectivas ciudadanas principalmente en la banda de audio, cumple de forma literal el propósito de dar voz a los distintos sectores de la población y se concreta desde una impronta plural, respetuosa de la diversidad de expresiones y de escenarios, que además reserva espacios a sectores populares como trabajadores, cooperativistas, músicos urbanos y jóvenes estudiantes, cuyas apariciones resultan poco frecuentes en el resto de los canales. Sobre este punto resta preguntarse si los niveles de inclusión alcanzados todavía tienen margen de mejora y si se generan oportunidades para que las etapas de producción, que recaen casi exclusivamente en los equipos técnicos del canal, también pueden transformarse en espacios ciudadanos. Respecto a este tema es necesario recordar la experiencia de TV participativa denominada [Árbol](#), que fuera emitida por TV Ciudad desde el año 2003 y que si bien no llegó a extenderse hasta el periodo analizado en estas líneas, ofrece un interesante ejemplo de difusión y producción audiovisual comunitaria.

La segunda tabla se elaboró a partir de los marcos narrativos mencionados por Émile Benveniste y por lo tanto contiene las categorías: género o subgénero del programa, tipo de conducción, características de los personajes incluidos, quién lleva adelante el hilo conductor o relato y el escenario donde las historias tienen lugar.

Debe aclararse que en el caso del género se trata de un concepto complejo que ha variado de forma permanente y que su aplicación al discurso televisivo no está del todo definida. De esta manera se optó por incluir dimensiones tradicionales provenientes de la etapa definida como paleotelevisión, cuya categorización es heredada de la literatura y la radio, y que en esta oportunidad viene a complementarse con definiciones actuales que son representativas de la hipertelevisión y de la hibridación de géneros y estilos.

Esta complejidad conceptual en torno al género televisivo no limita su aporte a los objetivos de este estudio ya que como plantea Gordillo «Numerosos autores, desde Todorov a Martín-Barbero, relacionan el concepto de género con las manifestaciones de la cultura popular como la literatura de masas (novelas policiales, románticas o de ciencia ficción, por ejemplo).» (Gordillo, 2009: p. 105).

Tabla 5)

Marcos narrativos. Elaboración propia.

Programa/marco	Género	Conducción	Personajes	Hilo conductor	Escenario
12/29	Periodístico/panelismo	Periodista/moderador	Jóvenes	Conductor	Estudio TV
Imaginario	Periodístico/entrevistas	Entrevistador invisible	Vecinos/as	Entrevistador	Estudio/calle
Cocina Cooperativa	Gastronómico/entrevistas	Conductor/entrevistador	Conductor/entrevistado	Conductor	Cocina/locación
Música Urbana	Documental/musical	Entrevistador invisible	Músicos urbanos jóvenes	Entrevistado	Variable

Tal como se aprecia en la tabla correspondiente a los marcos narrativos, las cinco categorías allí definidas registran buenos niveles de diversidad, aunque en las columnas correspondientes a género, conducción e hilo conductor, los resultados puedan evidenciar mayores similitudes. Para el caso del género será importante señalar que las producciones incluidas dentro de la muestra tienden a ser análogas, por la frecuente presencia de contenidos informativos y documentales en la programación de TV Ciudad, lo cual puede asociarse a sus características de realización y a su potencialidad integradora, ya que registran hechos de la realidad y sus protagonistas.

En lo referido a personajes y escenarios, los resultados son más heterogéneos que en el resto de las categorías y al mismo tiempo manifiestan el tipo de perspectivas que da forma a la diversidad propuesta desde la señal, ya que allí conviven lo urbano, la juventud, el cooperativismo y los vecinos que transitan por las esquinas de la ciudad. Estos elementos vienen a completar las intenciones definidas por el tipo de focalización, ya que la inclusión se hace extensiva a sectores sociales específicos y algo que no es menor, se concreta desde las propias vivencias y anhelos de sus protagonistas.

Por último será necesario subrayar que a pesar de los obstáculos de acceso a la programación, el recorte realizado arrojó una serie de valiosos resultados. En tal sentido debe reconocerse que el recorrido primario por las grillas de programación de TV Ciudad entre 2015 y 2024 también detectó otras producciones con potencial de análisis, las cuales no estaban disponibles en su totalidad, pero a priori podrían ser incluidas en futuros estudios sobre la temática.

A modo de ejemplo se enumeran algunas de estas producciones que como puede apreciarse abarcan distintos géneros y temáticas: Crónica animal, programa infantil realizado por la productora A la raíz Films (2018) donde un grupo de animales se apoderan de un estudio de

televisión para conducir un informativo; Complejos (2019) serie documental producida por TV Ciudad sobre los complejos habitacionales de Montevideo; Comuneras (2021) serie documental que recorre la historia de mujeres víctimas de violencia de género y El juego del carnaval (2022) programa de entretenimientos basado en preguntas y respuestas sobre el carnaval uruguayo.

6 - Conclusiones, discusión y posibilidades de profundización

Este estudio evalúa el desempeño de TV Ciudad, poniendo énfasis en la inclusión de sectores populares y minorías en la programación, dado que este es un factor clave para determinar sus niveles de calidad como servicio público. El análisis se basa en principios teóricos democratizadores, respaldados y sistematizados internacionalmente (UNESCO, 2012), que ubican a la comunicación en el epicentro de las relaciones sociales. Como punto de partida se ponderan las particularidades de la realidad mediática local y se problematizan las derivaciones del proceso de reubicación de la TV en el contexto actual; y a su vez, los retos y dificultades que deben afrontar movimientos ciudadanos y políticas públicas, para incidir en el desarrollo democrático.

Entender la comunicación y la enunciación como derechos (Rincón, 2022), ya sea de forma implícita o explícita, redefine los roles sociales de las televisoras públicas y de los espectadores, así como el carácter y consecuencias de sus interacciones. Desde esta perspectiva, el predominio de determinados sectores (Gerbner, 1996), cede espacio en favor del establecimiento de ámbitos de práctica ciudadana (Mata, 2006) y de nuevas formas de ciudadanía (Martín-Barbero, 2001), siempre y cuando, los sistemas mediáticos se mantengan en equilibrio y logren tender puentes de diálogo entre las distintas formas de percibir e imaginar el mundo.

En un entorno televisivo local marcado por el dominio empresarial, donde las iniciativas transformadoras de sectores políticos, sociales y académicos, han colisionado repetidamente contra los intereses privatizadores, la TV comunitaria no logra establecerse y los medios públicos permanecen débiles y sin rumbo definido; TV Ciudad surge como una alternativa dispuesta a desafiar lógicas estructurales históricas. Considerando este escenario, las orientaciones del canal montevideano sirven para analizar de qué manera aquellos sectores políticos que levantan la bandera de la democratización y el derecho a la comunicación, trasladan sus ideales al diseño y ejecución de políticas públicas comunicacionales.

El periodo 2015-2024 abarca una de las etapas más fermentales y desafiantes de la historia de TV Ciudad, ya que el contexto tecnológico ha resultado fundamental para que la señal transite hacia la “adulthood”, confrontando algunas de las lógicas del sistema de medios local. La apertura hacia la televisión abierta y el enfoque multimedia (Scolari, 2013), hacen que las medidas implementadas para aumentar el volumen de producción audiovisual y los niveles de audiencia, reflejen logros significativos.

En función de los objetivos trazados para el análisis, la estrategia metodológica integra perspectivas directrices y de movimientos ciudadanos, dado que estos temas a menudo son estudiados según apreciaciones de autoridades o periodistas, pero difícilmente incorporan la necesaria apertura hacia el resto de los protagonistas de los intercambios comunicacionales. Aun cuando se expresan concepciones y juicios compartidos, el abordaje desde una mirada plural, en diálogo directo con las organizaciones populares, profundiza aspectos de significativa importancia y revela distintas facetas de las problemáticas tratadas.

Posteriormente, la observación sobre las estrategias narrativas empleadas por la emisora pública, constata y complementa las valoraciones que emergen de los testimonios y, a su vez, proporciona una aproximación a la construcción identitaria transmitida desde sus diferentes pantallas.

El empleo de una selección de los indicadores de UNESCO para las emisoras públicas, a partir de una combinación de métodos cualitativos, también favorece el análisis exhaustivo y detallado, ya que suministra un marco formal y ordenado. Esto, a su vez, permite abordar el problema de investigación desde diferentes planos y ofrece una visión generalizada que enriquece las observaciones y minimiza los sesgos específicos de cada técnica de investigación.

Las ideas expuestas y articuladas con el marco teórico y conceptual pueden dar lugar a abordajes amplios y profundos; no obstante, se debe reconocer que no son las únicas que emergen de las entrevistas y del análisis narrativo. La necesidad de integrar los conceptos de forma ordenada y cohesiva, deja al margen o limita ciertos elementos que podrían ampliar el alcance de este trabajo o servir para estudios futuros, como por ejemplo los modelos de gobernanza y financiación en la TV pública, las modalidades participativas y de coproducción, la ficción en la TV local y el vínculo de las organizaciones con los canales privados.

Este último capítulo brinda respuestas a las interrogantes formuladas para el análisis, así como a las incluidas en el marco de los indicadores de UNESCO. Aquí se detallan las conclusiones generales y se reorganizan los factores que definen las características de los vínculos de la emisora con la sociedad y sus consecuencias. En base a los resultados, también se reflexiona sobre las orientaciones teóricas, buscando potenciar y problematizar las ideas que guiaron el trabajo. Por último, se realizan recomendaciones y se plantean posibilidades de exploración temática, a partir de interrogantes que fueron surgiendo y otras que aún quedan sin responder.

6.1. Valoración de TV Ciudad

Acerca de la pregunta de investigación que orientó el presente trabajo: ¿Cuál es la valoración del desempeño de TV Ciudad en el periodo 2015/2024 respecto a la inclusión de sectores populares y minorías a su programación?, se concluye que el estudio proporciona resultados generales moderadamente positivos, que aún en las circunstancias de mayor adversidad, pueden ser valorados como aceptables. Esto es así, tanto se los analice en relación a los ideales de pluralidad y diversidad definidos por UNESCO, integrados al contexto mediático local; como en comparación con las apreciaciones desarrolladas en esta tesis sobre los canales públicos regionales y la emisora televisiva pública de alcance nacional.

Esta valoración parcialmente favorable, respecto al desempeño de la señal pública montevideana, a una década de haberse integrado a la oferta de TV abierta digital, está fundamentada en la apreciación del impulso pluralista e inclusivo en los testimonios de sus responsables, luego respaldada por diversos movimientos y también reflejada en su programación. Acerca de este último punto, las limitaciones de acceso a las producciones de TV Ciudad durante el estudio, no impidieron que la muestra seleccionada permitiera corroborar la inclusión de diversos grupos representantes o actores representativos de sectores juveniles y adultos, inmigrantes, cooperativistas, vecinas y vecinos de diferentes barrios y músicos urbanos, por mencionar algunos de los casos más evidentes.

En paralelo se detectaron ejemplos que también sirven para confirmar que esa inclusión y las intervenciones de estos actores sociales en la pantalla de la señal capitalina, a menudo se concretan en primera persona, y por lo tanto, desde la propia voz de sus protagonistas. A propósito, se deben resaltar aquellas instancias donde el canal adopta una postura desprejuiciada y respetuosa de las distintas expresiones, como en los casos de la serie Música

Urbana y el espacio denominado Imaginarios; propiciando de esta forma la consecuente ubicación de los sectores populares en el lugar de sujetos de enunciación (Gordillo, 2009).

Pese a estos resultados moderadamente favorables, se identifican áreas complejas, susceptibles de mejora y otras que deben atenderse con mayor urgencia y eficacia, con el fin de transformar este conjunto de buenas intenciones y prácticas, en un enfoque democrático formal y consolidado.

6.1.1. Indicadores: Diversidad Cultural

Además de responder la pregunta central de investigación, las observaciones realizadas ofrecen respuestas a las siguientes interrogantes, que forman parte del eje «Diversidad cultural» de los Indicadores de UNESCO: «¿Incluye la grilla programas destinados a públicos de diferentes edades?», «¿Incluye la grilla programas destinados a públicos de diferentes regiones geográficas?», «¿Refleja la grilla la diversidad de las identidades étnicas, religiosas, populares, etarias, de orientación sexual, de preferencias estéticas, etc. que componen la sociedad?» y «¿Existe una orientación o manual relacionado con el tema de la diversidad?» (UNESCO, 2012: p. 28).

En esta dimensión se infiere que la inclusión de grupos recién enumerada, se caracteriza por diferencias de procedencia, etarias, territoriales y ocupacionales, pero en el transcurso del análisis también se observan acciones aperturistas y prácticas de producción, que abarcan diversidades raciales, estéticas, sexuales, además de la incluir sectores específicos, con escasa visibilidad en el resto de los medios, como las infancias y la ciencia. Estos casos comprenden entornos, vivencias, formas de sentir y estéticas de los distintos actores sociales, a través de propuestas audiovisuales adaptadas a diferentes géneros, tanto tradicionales y comercialmente exitosos como 12/29 Adolescentes y Jóvenes en Uruguay, como disruptivos, innovadores y fragmentados, como Música Urbana, en mayor sintonía con las tendencias actuales.

La elaboración de procedimientos, guías o manuales claros y accesibles para la población, que permitan sintetizar las particularidades y alcance de las acciones inclusivas que el canal lleva adelante, permanece entonces, como una de las áreas pendientes de desarrollo.

6.1.2. Indicadores: «Cobertura geográfica y oferta de plataformas»

De manera adicional se incorporan referencias a otras áreas de los indicadores de UNESCO, las cuales se asocian a los estándares técnicos, innovación, cobertura geográfica y oferta en distintas plataformas, ya que la accesibilidad también es un componente clave de la democratización. Estos temas son tratados por el siguiente cuestionario: «¿Puede la emisora ser sintonizada en todo el territorio de cuya población recibe recursos?», «¿Tienen entrada en la programación las poblaciones de las diversas regiones?»; «¿Aparecen en la programación personas de las diferentes regiones?»; «¿Tiene la emisora convenios con otras emisoras públicas nacionales?», «¿Tiene la emisora convenios con otras emisoras públicas internacionales?», «¿Existen canales digitales?», «¿Son de acceso gratuito?», «¿Tiene la emisora uno o más portales abiertos en Internet?» y «¿Tiene la emisora una política definida para el uso de nuevas tecnologías y logra mantenerse actualizada en ese campo?» (UNESCO, 2012: p. 28-29)

En cuanto a estos temas se debe enfatizar que TV Ciudad se incorporó a la televisión abierta digital hace diez años, luego de transmitir exclusivamente a través de TV para abonados durante casi dos décadas. Desde entonces la señal es gratuita y accesible a toda la población de Montevideo y el área metropolitana. Tal como se desprende de las entrevistas y de las propuestas audiovisuales analizadas, el canal ofrece programación diversa también desde el punto de vista territorial, ya que en sus pantallas son incluidas personas y expresiones de distintos barrios y zonas montevideanas.

En referencia a los convenios con otras emisoras, se destaca la participación de TV Ciudad en la Red TAL, unión que agrupa a los canales públicos y culturales de América Latina. Por medio de este intercambio, las producciones de la televisora montevideana expanden su alcance a toda la región, lo que a su vez, fortalece su identidad a nivel internacional. Gracias a estos acuerdos, la pantalla capitalina también se nutre de producciones extranjeras, incluyendo géneros como la ficción, que prácticamente no es producida por las televisoras nacionales.

Acerca de los medios digitales, el canal expone una intención manifiesta de explotar las herramientas tecnológicas actuales para, de esta forma, mejorar la llegada a la población y diversificar la oferta. La idea de integrar un laboratorio multimedia a su estructura, donde se generan propuestas alineadas a las características de producción contemporánea, viene

arrojando interesantes resultados, que parecen estar transformando las lógicas predominantes en el sistema de medios local.

Dichos logros se sustentan en el desarrollo del perfil pluralista y generalista, aumento del volumen y diversificación de sus producciones; y se materializan en los registros de audiencias, la expansión de las comunidades y en el incremento de las interacciones y reproducciones en redes sociales, plataformas multimedia y página web.

6.1.3. Indicadores: «Nivel de diálogo con la sociedad»

La división y selección de indicadores planteada, reconoce el impacto que tiene la esfera administrativa sobre el resto de la gestión, en especial en la producción, pero se entiende que por diferentes motivos. principalmente asociados a las voluntades políticas, las perspectivas de cambios en la gobernanza no aparecen como prioritarias y esto no debe impedir la evaluación de otros aspectos no menos trascendentes. Tanto la necesidad de mejorar estos componentes, a partir de la búsqueda de alternativas de participación y autonomía; como las debilidades detectadas durante el análisis, provocan que la valoración del servicio no alcance niveles superiores, y que además de resaltar logros, también introduzca nuevas interrogantes y posibilidades de mejora.

El bloque de indicadores seleccionados relativos a estos puntos son los siguientes: «¿Se estimula la participación de la ciudadanía?», «¿Existen criterios objetivos para la participación de la población en el proceso de evaluación?» y «¿Existe alguna forma de interacción con el público en los noticieros?». (UNESCO, 2012: p. 27).

Según lo señalado, la participación ciudadana es un objetivo de las direcciones y se llevan adelante iniciativas integradoras dirigidas a diversos sectores de la población, algunos de los cuales resaltan el rol inclusivo del canal. A su vez, las narrativas también exponen la vocación integradora, dando lugar a variadas expresiones culturales, intercambio de experiencias y opiniones. En cambio, así como no existen pautas o procedimientos claros para estas acciones inclusivas, tampoco se cuenta con una definición formal y objetiva sobre las posibilidades de participación y evaluación del servicio por parte de la población.

Por otro lado, aunque la interacción con el público en los noticieros no fue objeto de análisis específico en este estudio, las características de la producciones que se analizaron y las expresiones de directores y colectivos, con visiones favorables a las posibilidades de

integración a la programación del canal, pueden ser trasladadas a los espacios de noticias, aunque con los mismos desafíos de expansión.

6.2. Conocimiento, reconocimiento e integración

Explorar los rasgos de diversidad y pluralidad de TV Ciudad, supuso prestar atención a las características vinculares del canal con la sociedad, proceso que identificó tres componentes centrales: conocimiento pleno de derechos y responsabilidades, reconocimiento político y social de las diferentes identidades e integración de los distintos actores al intercambio simbólico que se desarrolla desde sus pantallas. Cumplidas estas fases se abrió una cuarta categoría o subcategoría analítica determinada por las formas de integración y sus derivaciones.

En primer lugar, conviene señalar que los ideales democratizadores sintetizados por UNESCO no están anexados a marcos reglamentarios formales y, por tanto, no son obligatorios para quienes ejercen responsabilidades de dirección. En el caso de TV Ciudad los mismos se abordan de forma parcial en los compromisos del gobierno departamental. Sin embargo, los propósitos de servicio no llegan a ser identificados con claridad por el grueso de los movimientos populares, cuyos integrantes se esfuerzan por ganar lugar en la agenda mediática y en la esfera pública (Habermas, 1986), pero sin demandar tratos especiales por parte de la emisora pública.

Si se avanza algunos pasos y los vínculos son analizados desde la perspectiva comunicacional garantista de derechos y orientada al ejercicio ciudadano, donde la democratización esté formalizada y regulada, estos ideales se perciben como una alternativa positiva por parte de las direcciones, pero condicionada a voluntades políticas; mientras que en el caso de las organizaciones directamente no están contempladas. En consecuencia, la integración de voces a la señal pública permanece más asociada a orientaciones estratégicas e ideológicas circunstanciales, que a derechos o requisitos imprescindibles.

De este modo, las prácticas integradoras generalmente se establecen a partir de lógicas alineadas a la idea de complementariedad, donde se conjuga el esfuerzo y las limitaciones operativas de las organizaciones para ganar espacios en la conversación pública y la voluntad inclusiva del canal, quedando en un plano secundario la necesidad de posicionamiento de estos sectores como sujetos de demanda (Mata, 2006) ante el canal público. Se reafirma entonces que tanto directores, como integrantes de colectivos tienen un conocimiento

limitado de sus obligaciones y derechos; los primeros actuando bajo lineamientos de carácter político y los segundos procurando acceso a espacios de difusión, que los ayuden a complementar el desarrollo de canales propios.

Otro aspecto importante a tener en cuenta sobre este punto, es que el reconocimiento de las capacidades inclusivas de TV Ciudad de parte de algunos colectivos, no dista demasiado de las percepciones sobre las oportunidades de integración que brindan los canales privados, al menos de la forma que puede esperarse.

Respecto al reconocimiento identitario en torno a estos ideales, en especial al de TV Ciudad, el mismo se manifiesta subordinado a las prácticas inclusivas que promueven las direcciones y a ciertas menciones favorables por parte de colectivos; pero también se revelan desajustes en torno al rol enunciador del canal, ya que algunos entrevistados no lo vinculan con sus derivaciones multimedia y en otros casos –los menos– ni siquiera conocen la existencia de la emisora. Dichas características no están en sintonía con el significativo aumento en los registros de audiencias del canal en los últimos años, ni con el alcance de la emisora montevideana en plataformas y redes sociales, exponiendo derivaciones de la actualización tecnológica que deberán ser atendidas.

Vinculado a este asunto no debe obviarse que el predominio de las narrativas televisivas en las sociedades actuales (Gordillo, 2009) y sus capacidades para construir significados y fortalecer identidades, también vienen evolucionando y requieren un trabajo de recomposición por parte de los diferentes actores (Scolari, 2013). Los hábitos de consumo son dinámicos y aunque las posibilidades de expansión se incrementan, el proceso de identificación del enunciador no está libre de complejidades, ni interferencias. En tal sentido, la televisión y particularmente las señales públicas, también requieren validación por parte de la ciudadanía para, entre otras cosas, sumar elementos que justifiquen su existencia.

En cuanto al análisis de los mecanismos de integración de los diferentes sectores a las pantallas de TV Ciudad, se exponen las dificultades de establecer vínculos desde una orientación que reconoce la necesidad de su puesta en práctica, pero no necesariamente contempla el intercambio directo, ni la reciprocidad. Durante los procesos de inclusión, las prácticas que se reconocen como las más efectivas, siempre son aquellas que se basan en un ida y vuelta horizontal y auténtico, construido sobre la base del respeto hacia la diversidad.

Es cierto que el permanente esfuerzo realizado por las organizaciones sociales para marcar agenda con discursos propios, requiere ser complementado con espacios consolidados en medios de alcance masivo, pero esto no significa que deba ser el objetivo final del intercambio entre estos colectivos y los servicios públicos. La necesaria complementariedad debe ubicarse a medio camino de la construcción de espacios reales de pertenencia y participación, donde las propuestas desde la televisión pública no estén limitadas a responder a necesidades puntuales o definir una mirada oficial sobre determinadas problemáticas, sino a fortalecer la interrelación de intereses y expresiones.

Las cuatro producciones observadas, demuestran que el desarrollo de prácticas verdaderamente democratizadoras, no implica esfuerzos extraordinarios, ni grandes inversiones, sino tendencias aperturistas hacia la creatividad y capacidad para producir o adaptar a los lineamientos del ámbito público, métodos que hayan funcionado en la órbita comercial, como los formatos culinarios o los paneles de discusión.

Asimismo la reproducción de estos modelos debe tomar en consideración que es posible que aparezcan falencias en la representación de determinados sectores, las cuales responden a la réplica de acciones subjetivas, que no logran reflejar la esencia de las manifestaciones sociales, ya que ponen énfasis en el cumplimiento de cuotas, en lugar de reforzar el impulso integrador. Estas dificultades tienden a desaparecer en la medida que las diferentes expresiones se representan desde miradas propias y no a partir de estereotipos o perspectivas externas.

6.3. Para profundizar y mejorar

Además de analizar la inclusión de los sectores populares de la población a la programación de TV Ciudad, este abordaje también cumple una serie de propósitos secundarios que consisten principalmente en integrar perspectivas ciudadanas al estudio de fenómenos relacionados a la comunicación, adaptar herramientas de diagnóstico y evaluación a la realidad local, y aportar al delineamiento de estrategias y políticas a futuro.

Dentro de las interrogantes incluidas de forma secundaria también se profundiza en aspectos tales como las derivaciones de las reubicaciones y reconfiguraciones de la televisión en las sociedades actuales, las consecuencias de los cambios que se están experimentando, las concepciones de la TV pública en la sociedad uruguaya, además de la definición de los modelos aplicados y sus proyecciones.

En el conjunto de resultados alcanzados se logra un acercamiento concreto hacia estas temáticas y se disparan otras dimensiones que podrán ser estudiadas o complementadas en el futuro, cumpliendo de esta forma con los requisitos formales de este análisis, referidos a producir conocimiento y realizar aportes al debate sobre las necesidades y preocupaciones en torno a la comunicación en nuestra sociedad, a partir de una mirada crítica.

Se entiende que en este caso concreto se profundiza sobre un tema de especial relevancia, integrado casi que de forma permanente a la agenda política y mediática desde hace algunas décadas, relacionado a las políticas implementadas en torno a un servicio público cuyos direccionamientos y alcances no logran encontrar consensos, ni definir estrategias claras de desarrollo.

Por supuesto que el alcance de los aportes a la discusión presentados en este trabajo queda supeditado al criterio de quienes muestren interés por el mismo, ya sean integrantes del colectivo de la FIC, de otras universidades, responsables de delinear y ejecutar políticas públicas o ciudadanos en general. Asimismo las recomendaciones que se realizan deben ser consideradas como disparadores, sin pretender exponer conclusiones definitivas o recetas mágicas.

Bajo esta perspectiva es necesario reiterar y subrayar la necesidad de ampliar las prácticas comunicacionales democratizadoras que corrigen asimetrías del sistema mediático local, desde una perspectiva plenamente inclusiva. Esto permitirá que TV Ciudad se establezca como ese punto en el espacio desde donde se puedan atestiguar, desde todos los ángulos posibles, el ser y sentir de la sociedad montevideana. En esta suerte de observatorio propio y de los otros, el televidente podrá verse reflejado, constatar y sorprenderse con las distintas formas de concebir la vida en sociedad y a su vez se verá enriquecida la propia conformación identitaria de la emisora pública.

De acuerdo a lo anterior es importante que el espíritu de las producciones que aquí se analizan sea replicado y que estas experiencias se integren de forma permanente a la grilla del canal. De esta forma aumentan las posibilidades de generar beneficios en relación a la inclusión ciudadana y a la difusión del canal en el cara a cara con la población.

En el transcurso del trabajo se destaca la voluntad de alcanzar nuevos públicos e implementar modelos mixtos que incorporan modalidades más bien asociadas a los canales comerciales. En este marco, la búsqueda de espacios comunes con la población puede ser equiparable a la

implementación de acciones de comunicación directa provenientes del ámbito privado, las cuales deberán hacer a un lado su costado promocional, para adaptarse a la perspectiva inclusiva, como en el ejemplo del programa Imaginarios. En resumidas cuentas, una de las estrategias a fortalecer es la que promueve ese contacto directo del canal con el público, principalmente en espacios habitualmente concurridos.

En relación a las instancias participativas y dado que las posibilidades de modificar la gobernanza de TV Ciudad no se perfilan como prioritarias, sería oportuno revisar nuevamente la puesta en práctica del grupo o grupos asesores, así sea a modo de estrategia piloto, para de esta forma poder corroborar su funcionamiento en la práctica e ir perfeccionando su alcance y potestades asignadas. En primera instancia esto podría ser aplicado en la toma de decisiones generales, pero también en casos bien concretos, como por ejemplo la integración de jurados en llamados a producciones independientes. La integración de estas comisiones podría ser rotativa y contar con la participación de representantes de sectores populares, lo cual impactaría positivamente en las percepciones del derecho a la enunciación y de participación en el espacio comunicacional público.

Estas últimas ideas plantean algunas opciones que podrían ser valiosas para consolidar las prácticas efectivas que fueron identificadas y también para colaborar en la búsqueda de soluciones en aquellas áreas que aún denotan ciertas falencias, contribuyendo de este modo a afianzar el posicionamiento de la emisora ante la ciudadanía.

Teniendo en cuenta el rol que cumple la televisión en nuestra sociedad, las necesidades de equilibrio de propuestas televisivas, las potencialidades democratizadoras de las emisoras públicas y la disputa de intereses que se manifiestan en torno a sus definiciones, la discusión sobre cometidos, valoraciones y características de sus vínculos con los diferentes estratos sociales, seguirá siendo un campo indispensable para la producción y profundización de conocimiento impulsado desde el ámbito universitario.

Anexos

Los cuestionarios utilizados en las entrevistas no son cerrados, ya que las preguntas se incluyeron, adaptaron y organizaron según el desarrollo de la conversación. Además fueron complementados con interrogantes incluidas durante la propia entrevista, con el fin de aportar contexto a la actualidad de las organizaciones.

Pauta de entrevistas a directores de TV Ciudad (2015-2024)

Cuestionario base.

Respecto a la definición estratégica y de objetivos

- 1 - ¿Cómo define los objetivos de gestión?, ¿quiénes participan de las definiciones?
- 2 - ¿Se toman en cuenta los programas de gobierno?, ¿la intendencia establece objetivos o los aprueba en base a las propuestas de la dirección?
- 3 - ¿Se elaboran documentos con los objetivos trazados?, ¿están disponibles?
- 4 - ¿Cuáles han sido los principales objetivos de su gestión?

Respecto a los indicadores UNESCO

- 5 - ¿Se toman en cuenta los indicadores de UNESCO?, ¿en qué sentido?
- 6 - ¿Qué opina sobre estos indicadores?

Respecto a la pluralidad y diversidad

- 7 - ¿Cree que TV Ciudad es un canal plural y diverso?, ¿estas características están entre los objetivos de gestión?
- 8 - ¿Cómo es el relacionamiento con las organizaciones y colectivos?, ¿se comunican para solicitar cobertura de actividades?
- 9 - ¿Se busca integrarlos a la programación?, ¿de qué forma?
- 10 - ¿Qué producciones cree que representan a la sociedad, en especial a aquellos grupos populares o minoritarios?
- 11 - ¿Cómo se construyen narrativas representativas de estos sectores de la ciudadanía?

Respecto a la participación

- 12 - ¿Existen mecanismos formales o proyectos de participación?
- 13 - ¿Cree que tanto la participación como la inclusión de la ciudadanía deberían estar reglamentadas?
- 14 - ¿Funcionarios/as del canal presentaron una propuesta para reglamentar la participación?, ¿por qué no se reglamentó?

15 - En caso que el gobierno departamental fuera de otro partido político ¿cree que los niveles de participación o la inclusión de la ciudadanía mejorarán o empeorarían?

Respecto a la evaluación

16 - ¿Hay una evaluación interna o evaluación de desempeño?

17 - ¿Qué tipo de canal público es TV Ciudad?

Pauta de entrevistas a representantes de organizaciones y colectivos sociales

Cuestionario base.

Respecto a la organización

1 - ¿Cuántos integrantes tiene el colectivo?, ¿abarca todo el país?, ¿presencia en zona metropolitana?

2 - ¿Cómo se estructura la organización?

3 - ¿Qué herramientas de comunicación interna utilizan?, ¿qué herramientas de comunicación externa utilizan?

4 - ¿La organización a veces está asociada a determinados partidos políticos?, ¿de qué manera tratan el tema de la identificación con sectores políticos?

Respecto a la TV

5 - ¿La organización convoca a los canales de TV?, ¿en qué ocasiones?

6 - ¿A qué canales se convoca?, ¿los canales responden a las convocatorias?, ¿por qué cree que asistieron o no asistieron?, ¿qué actividades despiertan mayor interés de los canales?

7 - ¿Se ha emitido información del colectivo en TV?, ¿en qué canal o canales?

8 - ¿Los canales públicos responden a las convocatorias?

9 - ¿Hay programas donde el colectivo se vea o se haya visto representado?

Si la respuesta es afirmativa: ¿cuáles son esos programas?, ¿cómo valora esa representación?

Respecto a TV Ciudad

10 - ¿Las convocatorias a medios incluyen a TV Ciudad?, ¿qué respuesta han obtenido?, ¿el canal convoca al colectivo?, ¿en qué circunstancias?

11 - ¿Cómo puede definir el relacionamiento de la organización con TV Ciudad?

12 - ¿Creen que TV Ciudad incluye información de organizaciones sociales?

(En caso de respuesta negativa: ¿por qué cree que no incluye esta información?, si la respuesta es afirmativa: ¿cómo valoran esta inclusión?)

13- ¿Si se convocara a las organizaciones a participar de la producción de contenidos de TV Ciudad, cree que su organización tendría interés en sumarse?

Bibliografía y referencias

- Andacht, F. (2018). El irresistible ascenso de un cocinero mesocrático: revistando el imaginario social a través del reality show gastronómico y glocal MasterChef Uruguay. En D. Araujo (Ed.), A. Tais (Ed.), M. P. Barros (Ed.), M. Contreras (Ed.) y R. de Melo Rocha (Ed.), IMAG(EM)INÁRIO: imagens e imaginário na Comunicação (p: 67-90). Editora Imaginalis / Página 42.
- Arendt, H. (2008). La promesa de la política. Paidós Ibérica.
- Barranquero, A., Martínez Martín, M. (2021). Participación ciudadana, servicio público y convergencia digital. La percepción de los profesionales de Radio Nacional de España. adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 2021, no22.
- Beltrán, M. (1986) “Cinco vías de acceso a la realidad social”. En El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza, p. 8-40.
- Benveniste, E. El aparato formal de la enunciación. Problemas de lingüística general, II, Siglo XXI, México, 1979, (3ª edc.), pp. 82 – 91.
- Buquet, G. (2018). Reforma de la comunicación en Uruguay: balance largo y tareas cortas. En Gómez, G. (coord.) Una Ley de Medios a medias, PP. 23-26. FESUR, Montevideo.
- Castoriadis, C. (1997). El Imaginario Social Instituyente. PP. 1-9. Zona Erógena. No 35.
- Dittus, R. (2006). El imaginario social y su aporte a la teoría de la comunicación: seis argumentos para debatir. Cinta moebio 26: 166-176.
<https://www.moebio.uchile.cl/26/dittus.html>
- Eco, U. (1973). La estrategia de la ilusión. Titivillus.
- Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. (2015). Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina.
comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2015/12/Informe-calidad-tv-p%C3%BAblica.pdf
- Franco, F. (Ed.). (2013). Medios públicos: la audiencia y el nuevo escenario público de comunicación audiovisual. ¿Cómo medir esa relación?. ¿Por qué tenerla en cuenta?. Friedrich-Ebert-Stiftung Uruguay.

- Fuenzalida, V. (2002). La televisión pública en América Latina: reforma o privatización. De lo estatal a lo público. Medios: ¿de quién y para qué?. PP.19-53
- García Canclini, N. (1989): Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Editorial Grijalbo.
- García Canclini, N. (1997): Imaginarios Urbanos. Buenos Aires. Editorial Universitaria de Buenos Aires: Amorrortu.
- Gerbner, G. et al (1996): “Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación” en Bryant, J. y Zillmann, D. (comps): Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Barcelona. Paidós.
- Gordillo, I. (2009): Manual de Narrativa Audiovisual. Madrid: Síntesis.
- Gordillo, I. (2009): La hipertelevisión: géneros y formatos. Quito: Intiyan Ediciones Ciespal.
- Guber, R. (2001). La etnografía: método, campo y reflexividad. Grupo Editorial Norma.
- Habermas, J. "La esfera de lo público". Revista de Ciencias Sociales [en línea] 1986, n. 1, pp. 7-10.
- Hall, S. (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. CIC (Cuadernos de Información y Comunicación), PP. 210-236.
- Hall, S. (2010). Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Envión (Colombia).
- Heram et al. (2021). De los paneles al panelismo: medios, política y pandemia en el escenario postbroadcasting. Entrevista con José Luis Fernández. La Trama de la Comunicación, vol. 25, núm. 2, pp. 183-193. Universidad Nacional de Rosario
<https://www.redalyc.org/journal/3239/323970059008/html/>
- Heram, Y. (2021). El panelismo en la televisión de aire metropolitana de Buenos Aires. Cuad. Fac. Humanid. Cienc. Soc., Univ. Nac. Jujuy no.59 San Salvador de Jujuy.
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-8104202100010008
- Kaplún, G. (2015). ¿TV o no TV? El gobierno progresista y la televisión digital en Uruguay. En
- Kaplún, G. (2018). Reforma de la comunicación en Uruguay: balance largo y tareas cortas. En Gómez, G. (coord.) Gobierno del Frente Amplio y políticas de comunicación

- 2010-2014. Libertad de expresión y regulación de medios audiovisuales en la era Mujica, PP. 24-32. FESUR, Montevideo.
- Laborde, G. (2020). De los recetarios al foodporn: exhibicionismo, fetichismo, placer vicario y otras aventuras gastronómicas en la era digital. En P. Gatti (Ed.) y G. Tabakian (Ed.), *Antropologías hechas en Uruguay* (p: 489-496). Asociación Latinoamericana de Antropología.
- Lindblom C. (1959). “The Science of Muddling Trough”, en *Public Administration Review*; no. XXXIX, PP. 201-225. Traducción al español de Margarita Bojalil.
- Lineamientos programáticos para el gobierno 2005.
<https://www.frenteamplio.uy/documento/lineamientos-programaticos-para-el-gobierno-2005/>
- Mariluz, G. (2021). Pluralidad y diversidad. En *Parlamento Futuro. Reflexiones conceptuales para los desafíos del siglo XXI*. Instituto de Capacitación Parlamentaria (ICaP) Secretaría Parlamentaria HCDN. Editorial Teseo, Buenos Aires, p. 45-49.
- Martín-Barbero, J. (2001). Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la intervención. En Rincón, O. (coord.) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, P. 37. FESUR. Bogotá.
- Martín-Barbero, J. (2002). *Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo*. Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO. *Diálogos de la Comunicación*, N° 64.
- Mata, M. C. (1994). Públicos, identidad y cultura. *Aproximaciones culturales. Estudios sobre la Cultura Contemporánea*, vol. VI, núm. 17, PP. 255-267. Universidad de Colima.
- Mata, M. C. (2006), *Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación*, revista *Fronteiras – estudos midiáticos*. Unisinos.
- Morley, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Pedro J., Piquer R. y Del Val F. (2018): *Repensar las escenas musicales contemporáneas: genealogía, límites y aperturas*. Cuadernos de Etnomusicología. N°12. SIBE, Sociedad de Etnomusicología.
https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/35569/repensar_pedro_CM_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Pritsch, F. (2017): Cine documental y subalternidad. Niveles de enunciación y modos documentales. Revista Cine Documental. N°16. Buenos Aires.
<https://revista.cinedocumental.com.ar/cine-documental-y-subalternidad-niveles-de-enunciacion-y-modos-documentales/>
- Programa Departamental de Montevideo 2010-2015 del Frente Amplio
<http://www.impo.com.uy/diariooficial/2010/08/31/otrosavisosdeldia.pdf>
- Programa Departamental de Montevideo 2020-2025 del Frente Amplio
https://impo.com.uy/informacionelectoral/documentos/2015/2015_Montevideo_FrenteAmplio_CardozoMart%C3%ADnezTopolansky.pdf
- Programa Departamental de Montevideo 2020-2025 del Frente Amplio
<https://www.frenteamplio.uy/documento/programa-departamental-de-montevideo/>
- Programa Nacional de gobierno 2010-2015 del Frente Amplio
<https://www.frenteamplio.uy/documento/programa-2010-2015/>
- Programa Nacional de gobierno 2015-2020 del Frente Amplio
<https://www.frenteamplio.uy/documento/programa-nacional-fa-2015-2020/>
- Propuesta Bases Programáticas 2025-2030. Tiempos de esperanza, tiempos de la gente.
https://www.frenteamplio.uy/wp-content/uploads/Propuesta_Bases_Programaticas-2025_2030.pdf
- Propuesta inicial aprobada por el Gabinete de la Intendencia de Montevideo para Tevé CIUDAD. Intendencia de Montevideo. Junio de 2012.
<https://montevideo.gub.uy/sites/default/files/teveciud1.doc>
- Radakovich, R. (2004). Territorios Televisivos: de ciudad imaginada a Tevé Ciudad. FHCE – Cal y Canto, PP. 143-144. Montevideo.
- Rincón, O. (2001). La televisión: lo más importante de lo menos importante. En Rincón, O. (coord.) Televisión pública: del consumidor al ciudadano, PP. 9-35. FESUR. Bogotá.
- Rincón, O. (2006): Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Editorial Gedisa. Buenos Aires, 2006.
- Rincón, O. (2011): Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. Comunicar, no 36, v. XVIII, 2011, Revista Científica de Educomunicación.

- Rincón, O. (2022). TV Pública Cool. Programa de medios y comunicación de la Friedrich–Ebert–Stiftung para América Latina y El Caribe. Buenos Aires.
- Robledo N. (2019). Sin pantalla. Políticas fallidas y movimientos de televisión comunitaria en Uruguay. Tesis para defender el título de la Maestría en Información y Comunicación (Udelar).
- Sierra Sánchez, J. y Gomes Pinto, J. (2021). Audiovisual e Industrias Criativas. Presente e Futuro. Volume 2. Mc Graw Hill. PP. 45-62. Madrid.
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Grupo Planeta. PP. 23-27. Barcelona,
- Subirats, J. (2013). Internet y participación política. ¿Nueva política?, ¿nuevos actores?. Revista de Ciencias Sociales, DS-FCS, vol. 26, n.o 33, diciembre 2013.
- Tarantino, Q. (2023). Meditaciones de cine. Reservoir Books. Barcelona.
- Taricco, V. (2022) Lo público en las pantallas públicas. La televisión del estado en Argentina. Revista Razón Plebeya. Contenidos Públicos S.E.
<https://razonplebeya.gob.ar/lo-publico-en-las-pantallas-publicas/>
- TV Ciudad, (2020). Memoria de Gestión 2015-2020. Estrategias de modernización de la televisión pública de Montevideo. Intendencia de Montevideo.
- Unesco (2008). Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social. Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación.
- Unesco (2012) . Indicadores de Calidad de las Emisoras Públicas. Evaluación Contemporánea.
- Unesco (2021). Desarrollo mediático en Uruguay: diagnóstico, perspectivas y desafíos.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000378456.locale=en>
- Universidad Autónoma de Nuevo León (2021). Informe de resultados de estudios cualitativo y cuantitativo sobre la percepción del trabajo periodístico en México. Trabajo de Investigación para UNESCO México.
- Uranga, W. (2021). Comunicar para la participación y la incidencia. Punto Cero vol.26 no.42 Cochabamba.
- Valles, M. S. (1999). Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Editorial Síntesis, P. 177-232

Normativa y leyes

Centro de Información Oficial, IMPO. Artículo 29, Sección II - Derechos, deberes y garantías. Capítulo I. 02/02/1967, Uruguay.

Centro de Información Oficial, IMPO. Ley N° 18381, Ley sobre el derecho de acceso a la información. 07/11/2008, Uruguay.

Centro de Información Oficial, IMPO. Ley N° 19307, Ley de Medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual. 14/01/2015, Uruguay.

Centro de Información Oficial, IMPO. Ley N°19355, Artículo 151. Presupuesto Nacional de Sueldos Gastos e Inversiones. Ejercicio 2015 - 2019. 30/12/2015, Uruguay.

Sitios web

Árbol Televisión Participativa. <https://arbolteveparticipativa.wordpress.com/arbol/>

Real Academia Española. (2024). Diccionario panhispánico de dudas (DPD) [en línea], TV Ciudad (2016). Imaginarios. <https://www.tvciudad.uy/programa/imaginarios/>

Facultad de Información y Comunicación. Identidades de consumo. Imaginarios y estilos de vida cultural en el Uruguay contemporáneo. <https://fic.edu.uy/grupo/identidades-de-consumo-imaginarios-y-estilos-de-vida-cultural-en-el-uruguay-contemporaneo>

Artículos y comunicados de prensa

El Observador. (24/07/2017). La final de un gran éxito. <https://www.elobservador.com.uy/nota/la-final-de-un-gran-exito-2017724500>

El Observador. (23/07/2020). TV Ciudad batió su récord de rating y le ganó a canal 4 con La letra chica. <https://www.elobservador.com.uy/nota/tv-ciudad-batio-su-record-de-rating-y-le-gano-a-canal-4-con-la-letra-chica-202072316160>

El País. (11/08/2024). Picos de rating, renuncias y 7,6 millones de dólares en presupuesto: directora de TV Ciudad defiende gestión.

<https://www.elpais.com.uy/que-pasa/picos-de-rating-y-tensiones-tras-los-anos-mas-polemicos-de-tv-ciudad-casablanca-dice-que-no-creo-en-sesgos>

La Diaria. (04/05/2020). TV Ciudad cuadruplicó su audiencia con la transmisión especial del 1° de Mayo.

<https://ladiaria.com.uy/politica/articulo/2020/5/tv-ciudad-cuadruplico-su-audiencia-con-la-transmision-especial-del-1-de-mayo/>

El Observador. (21/08/2021). De Cordon Bleu a Fuego Sagrado y MasterChef: la historia de la cocina en la televisión uruguaya.

<https://www.elobservador.com.uy/nota/de-cordon-bleu-a-fuego-sagrado-y-masterchef-la-historia-de-la-cocina-en-la-television-uruguaya-202181716200>

Unesco. (23/05/2024). Opinión técnica sobre el Proyecto de Ley de Medios de Medios de Comunicación aprobado por el Senado de la República Oriental del Uruguay el pasado 14 de mayo. Link observacom.org

www.observacom.org/wp-content/uploads/2024/05/Opinion-de-UNESCO-y-Naciones-Unidas-sobre-el-proyecto-de-Ley-de-Medios.pdf

Universidad de la República, UDELAR. (12/12/2023). CDC expresó su preocupación sobre el nuevo proyecto de “Ley de Medios”.

<https://udelar.edu.uy/portal/2023/12/declaracion-del-cdc-sobre-el-proyecto-de-ley-de-medios-audiovisuales-de-difusion/>

Universidad de la República, UDELAR. (27/06/2024). Claustro de la Udelar rechaza cambios en el Proyecto de Ley de Servicios de Difusión de Contenido Audiovisual.

<https://udelar.edu.uy/portal/2024/06/claustro-de-la-udelar-rechaza-cambios-en-el-proyecto-de-ley-de-servicios-de-difusion-de-contenido-audiovisual/>

Universidad de la República, UDELAR. (16/07/2024). Mesa de diálogo sobre el Proyecto de Ley de Servicios de Difusión de Contenido Audiovisual.

<https://udelar.edu.uy/portal/2024/07/mesa-de-dialogo-sobre-el-proyecto-de-ley-de-servicios-de-difusion-de-contenido-audiovisual-2/>

Contenidos audiovisuales

TV Ciudad (2016). Imaginarios visita Barrio Municipal. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=O7vg0XsjEQ4>

TV Ciudad (2016). Imaginarios visita Carrasco. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=zKq01vJIGNc&t=102s>

TV Ciudad (2016). Imaginarios visita Cerrito. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=kSzYN4ngW4A>

TV Ciudad (2022): Música urbana I Ep. 04 Mario La Moña. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=YYTSPTNp3sY&list=PLST4zdr192bkPDG5S7vjcyj-gi01NRgzj&index=4>

TV Ciudad (2022): Música urbana I Ep. 09 eliz4ldee. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=bWTK9v6uLHg&list=PLST4zdr192bkPDG5S7vjcyj-gi01NRgzj&index=9>

La Cocina Cooperativa Uy (2023): E1 - Sorrentinos Cooperativos con Yessy López. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=rSol-RH2IXw&t=421s>

La Cocina Cooperativa Uy (2023): E12 - Tallarines con Leticia Feijoo. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=GNnkjRAufwc&t=122s>

La Cocina Cooperativa Uy (2023): E6 - Empanadas de cordero y papas bravas con el Pato Sosa. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=5uQxA_3Q7wc&t=1067s

12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay (2023) - Programa 6 - Participación. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=q0OCjhZOfZA&t=2751s>

12/29 Adolescentes y jóvenes en Uruguay (2023) - Programa 7 - Discriminación y Bullying.

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DT-TAP8d-HQ>