

**XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social
FELAFACS - Pontificia Universidad Javeriana
Bogotá, septiembre de 2006**

Mesa # 4 Política, nuevos productos y nuevos sujetos
MODERADOR: William Fernando Torres

Políticas de comunicación: cambios y resistencias

Gabriel Kaplún
Universidad de la República (Uruguay)
Montevideo, junio 2006

Gabriel Kaplún
gkaplun@chasque.net

Comunicador, Magíster en Educación, Doctor(c) en Estudios Culturales. Docente e investigador de la Universidad de la República, docente invitado de otras universidades latinoamericanas, consultor de organizaciones sociales, empresas, organismos gubernamentales y no gubernamentales en temas comunicación educativa y organizacional, políticas de comunicación, educación a distancia. Autor y coautor de artículos y libros sobre estos temas. Entre otros: *Comunicación popular: ¿diálogo o monólogo?* (Aportes, Montevideo 1994), *Empezar a trabajar.* (UNESCO, Santiago de Chile 1997), *Cursos y discursos - Comunicación y formación sindical en Uruguay* (Nordan, Montevideo 1999), *Comunicación organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse* (CIESPAL, Quito 2000), *Educación, comunicación y cambio* (Caminos, La Habana 2001), *Comunicação e movimentos populares: quais redes?* (Unisinos, Porto Alegre 2002), *Comunicación popular: ¿es o se hace?* (Nueva Tierra, Buenos Aires 2003), *Pensamiento crítico y matriz colonial* (UASB), Quito 2005, *Enseñar y aprender en tiempos de Internet* (CINTERFOR-OIT, Montevideo 2005).

Resumen

El caso uruguayo puede ser analizado como un pequeño laboratorio donde se ponen en juego las dinámicas del poder y las resistencias en torno a las políticas de comunicación.

El gobierno de izquierda iniciado en 2005 incluía en su programa una propuesta de democratización de las comunicaciones. Lo sucedido en poco más de un año muestra avances interesantes y también dificultades importantes en su aplicación, por presiones externas y –tal vez más aún- por debilidades internas. Pero al mismo tiempo diversos actores sociales han empezado a mostrar una acción mucho más importante que en otros momentos, percibiendo que se abren oportunidades nuevas. Esta acción “desde abajo” puede ayudar al gobierno a avanzar en su propio programa.

Por otra parte el escenario de la integración regional y el de la convergencia digital vuelven más complejas las decisiones a tomar, llevando incluso a que ciertas decisiones puedan tener efectos contrarios a los buscados.

El debate ausente

El debate sobre las políticas de comunicación ha sido escaso en Uruguay. Con contadas excepciones el tema no mereció una atención importante desde ámbitos académicos, políticos o sociales. Ni las propuestas de un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación (Mc Bride 1980) ni los intentos de reforma del sistema de medios de comunicación que vivieron varios países latinoamericanos en los 70 y 80 (Fox 1988) tuvieron repercusión ni equivalente en el nuestro. La dictadura militar (1973-1984) ubicó este tema en el marco de la doctrina de la “seguridad nacional”, practicando una censura informativa férrea pero sin tocar la estructura básica del sistema de medios. Los gobiernos democráticos posteriores, salvo algún tímido intento, tampoco impulsaron cambios de fondo.

En 2005 se produce un cambio político muy importante con la llegada al gobierno de la izquierda, tras un proceso de acumulación histórica de más de tres décadas. El nuevo gobierno asume en un marco de restricciones fuertes, especialmente por la severa crisis económica y social que tuvo su cúspide en 2002-3. Pero llega también con un apoyo electoral como no había tenido otro gobierno en el último medio siglo, incluyendo mayoría parlamentaria propia. Autodenominándose “gobierno del cambio” podía esperarse entonces que también propusiera cambios en las políticas de comunicación.

¿Cuál era la situación de partida y qué cambios se proponían?

La situación de partida: las ondas anchas y ajenas

El sistema de medios de comunicación uruguayo se ha caracterizado por ser básicamente de carácter privado-comercial, con un mercado oligopólico y una presencia débil de otros actores, tanto estatales como de la “sociedad civil”. Las políticas públicas en la materia -explícitas o tácitas- han oscilado entre la no intervención y algunas intervenciones decisivas que contribuyeron a preservar o consolidar esta situación.

El sector privado comercial tiene una buena cobertura geográfica y de audiencia y una alta concentración de la propiedad en algunas grandes empresas, que

centralizan la producción de contenidos en la capital del país (cfr. Stolovich 2003). Producción que es en verdad pequeña, en parte por el tamaño del mercado y en parte por las características del empresariado del sector, que lo han llevado a arriesgar e invertir poco, completando buena parte de la grilla de programación con producción importada. También han abundado las adjudicaciones de frecuencias a cambio de apoyos políticos y cuyos adjudicatarios alquilan espacios o incluso venden la onda que se les otorgó gratuitamente. La llegada de la televisión cable a comienzos de los 90 creó expectativas de mayor apertura, que se vieron frustradas en tanto se adjudicó la mayor parte de los servicios al mismo oligopolio que ya dominaba la televisión abierta (cfr. García Rubio 1998).

El sector social - comunitario ha tenido una presencia creciente en la última década con el surgimiento de las radios comunitarias (cfr. Bouissa et. al 1998, Curuchet et. al. 2006). Aunque muchas de ellas han ido ganando una audiencia interesante y una legitimidad social creciente, continúan en la ilegalidad.

La producción independiente, apoyada con mínimos programas de estímulo estatal, ha sido el sostén de la emergencia del cine nacional en la última década. Una producción modesta pero creciente en cantidad y calidad, que cosecha premios en festivales y tiene una audiencia local ávida de verse en la pantalla, pero con grandes dificultades de distribución y financiamiento.

Los trabajadores del sector han vivido una situación especialmente crítica en medio de la crisis económica y social de los últimos años, con una importante pérdida de empleos (alrededor del 40%) y una precarización laboral que conspira contra un ya deteriorado clima de trabajo profesional. Sobre éste influyen también las presiones gubernamentales, la desprotección legal y la legislación amenazante –como la del desacato-. La libertad de expresión e información tiene aquí uno de sus puntos más débiles (cfr. Gómez 2004).

El sector público - estatal de medios de comunicación fue históricamente débil. El canal de televisión estatal ha oscilado entre una programación “cultural” de escaso interés y la venta de espacios a coproductores de diverso tipo. Un panorama similar se encontraba en las cuatro emisoras radiales del estado. Una excepción ha sido el canal municipal de Montevideo, que ha mostrado que, aún con recursos modestos, sí era posible hacer una televisión

de calidad y con audiencia (cfr. Radakovich 2004). El hecho de estar acotado al cable limita sin embargo esta potencialidad. Por otra parte no ha habido en Uruguay radios ni canales universitarios, como es habitual en otras partes.

El acceso a *Internet* estaba relativamente más extendido que en otros países de la región, aunque las tarifas eran todavía bastante altas. Cientos de cibercafés a bajo costo compensan la escasez de accesos comunitarios. Los proyectos estatales de usos educativos han tenido desarrollo desigual -y algún fracaso espectacular-. La industria local de software ha tenido una pujanza singular, con una fuerte apuesta exportadora.

La *comunicación del gobierno* ha carecido tradicionalmente de un desarrollo profesional. La “cultura del secreto” ha sido la tónica de muchos organismos estatales, que guardan celosamente información que debería ser pública. En algunos períodos fueron también frecuentes las presiones gubernamentales sobre medios y periodistas para incidir en la agenda informativa. El uso de la publicidad estatal como subsidio encubierto a medios “amigos” y castigo a medios “enemigos” ha sido habitual.

El cuanto al *estado como diseñador de política y regulador* su presencia ha sido también débil. Uruguay no tuvo nunca un ministerio de comunicación ni organismo equivalente. Hasta el 2001 sólo existía la Dirección Nacional de Comunicaciones (DNC), ubicada en el Ministerio de Defensa desde la época de la dictadura militar, época de la cual proviene también parte importante de la legislación en la materia, como la referida a radiodifusión. Pero la aplicación ha sido generalmente peor que la legislación, que contiene algunas regulaciones sobre concentración y calidad que no se han puesto en práctica. (cfr. Faraone 1998, Gómez 2003). En el gobierno anterior se dio un primer paso diferente al crearse la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación (URSEC), que realizó una labor técnica útil ordenando una serie de aspectos dispersos y comenzando a aplicar algunas de las normas “dormidas” .

La ciudadanía en tanto ejercicio y exigencia del derecho a la información y la comunicación también ha permanecido bastante “dormida”. Ha habido esfuerzos interesantes pero aislados de educación para la recepción crítica y para la comunicación, intentos de creación de observatorios desde la

sociedad civil y, recientemente, la creación de un Foro Ciudadano de Comunicación y Participación, que reúne a actores sociales académicos diversos, desde la Asociación de Periodistas a nuestra Universidad de la República, los productores independientes y las radios comunitarias.

Cuatro ejes para democratizar la comunicación

Una mirada crítica sobre esta situación fue el punto de partida para la elaboración programática realizada por la fuerza política que llegó al gobierno en 2005. A partir de un diagnóstico que enumera problemas como los planteados más arriba, la Unidad Temática de Medios de Comunicación¹ propuso en 2003 una estrategia que podría sintetizarse así:

- Fortalecer los actores público-estatales, tanto en lo que tiene que ver con los medios de comunicación públicos como en la comunicación gubernamental, el diseño de políticas de estado y la regulación.
- Promover la emergencia y el fortalecimiento del sector social-comunitario y de la producción independiente, eliminando trabas legales y potenciando los mecanismos de estímulo.
- Disminuir la concentración en el sector privado comercial, favoreciendo una mayor competencia y estimulando la calidad de sus contenidos. Para ello se proponía aplicar legislación “dormida”, preparar un nuevo marco regulatorio y generar mecanismos de estímulo a la diversidad cultural y a las industrias creativas locales.
- Promover una participación creciente de la ciudadanía en las decisiones sobre el tema, mediante acciones educativas, mecanismos consultivos y estímulos a la intervención ciudadana.

¹ Uno de los grupos asesores de la Comisión de Programa del Frente Amplio, actualmente gobernante. Los documentos de referencia son *Hacia una política nacional de medios de comunicación* (octubre 2003) y *El gobierno progresista y los medios de comunicación. Propuesta de medidas de gobierno e iniciativas políticas* (mayo 2004). Ambos se encuentran en Gómez (2004) y en diversos sitios de Internet.

La estrategia propuesta buscaba entonces generar, en el mediano plazo, un nuevo equilibrio en el sistema de medios que favoreciera una mayor diversidad, fortaleciendo el sector público y comunitario, estimulando una mayor competencia en el sector privado comercial y una participación social más activa. El objetivo central de esta estrategia se definía como una “democratización de la comunicación en un marco construcción de ciudadanía”, articulando las dimensiones tecnológicas y culturales de la comunicación.

Luego, en 2004, la Unidad Temática propuso un conjunto de medidas de corto plazo. Entre otras:

- Reestructura del sistema público-estatal de medios, con mecanismos de participación ciudadana.
- Regularización de las radios comunitarias.
- Apertura de la competencia en televisión para abonados.
- Racionalización de la publicidad estatal y criterios transparentes para su asignación.
- Medidas de apoyo a la producción local y estímulos a la calidad de los medios.
- Impulso al software libre y a los usos educativos y comunitarios de Internet.
- Ley de acceso a la información pública.
- Creación de un Consejo Consultivo de Comunicación con participación de la sociedad civil y creación de un organismo ministerial para el diseño de políticas para el área, reubicando a la Dirección de Comunicaciones en el Ministerio de Educación y Cultura o creando uno específico.

Esta última alternativa fue motivo de polémicas durante la campaña electoral. Actores políticos y medios de comunicación se apresuraron a calificar la idea como un anuncio de censura o control gubernamental sobre los medios. Visto en perspectiva el incidente es un buen indicador de las resistencias que la idea misma

de una política explícita de comunicación podía despertar (cfr. Viscardi 2005). En efecto, para las corrientes dominantes hasta ese momento en el escenario político y en los medios, “no hay mejor política de comunicación que la que no existe”. Aún cuando, como ya quedó dicho, la intervención estatal ha sido clave en Uruguay para la preservación del sistema actual, que no se hubiera mantenido exclusivamente por la acción libre del mercado.

También se proponían temas de mediano plazo pero en los que se entendía necesario tomar rápidamente iniciativas: ley de radio y televisión, ley de prensa, radio y televisión digital.

Vuelo corto y empuje desde abajo

A poco más de un año de asumido el nuevo gobierno se puede hacer un primer balance. Entre lo hecho hasta el momento cabe mencionar:

- Mejora de la cobertura y reestructura del sistema estatal de radio y televisión, con una programación renovada de fuerte énfasis informativo. No se incorporaron en cambio mecanismos de participación social.
- Algunas acciones que apuntan a transparentar la gestión gubernamental y a poner en contacto directo al gobierno con la ciudadanía, como los Consejos de Ministros abiertos.
- Una reducción fuerte de los gastos en publicidad estatal, acabando con los manejos poco transparentes tradicionales, aunque sin establecer aún con claridad los nuevos criterios que se utilizarán.
- **Una baja en las tarifas de banda ancha y algunas consultas a la sociedad civil en torno a la “sociedad de la información” . Las políticas para el sector educativo siguieron ligadas a las multinacionales del sector y el software libre aparece bloqueado más bien por los empresarios locales.**
- La supresión de la Dirección de Comunicaciones del ministerio de Defensa, pasando algunas de sus competencias clave –como la adjudicación de

frecuencias- al Ministerio de Industria, Energía y Minería (no al de Educación y Cultura como se esperaba). Allí se crearía también una Dirección de Comunicaciones, aparentemente sólo para abordar los aspectos “técnicos” de las políticas, sin entrar en la cuestión de “contenidos”.

- Tras un demorado nombramiento de las nuevas autoridades de la URSEC, éstas anunciaron su intención de impulsar una democratización de los medios e iniciaron consultas informales a organizaciones de la sociedad civil. Tomaron además algunas medidas sobre televisión para abonados que pueden abrir la competencia pero también generar nuevas situaciones monopólicas, tema sobre el que volveré luego.

El conjunto parece mucho menos que lo que los documentos programáticos proponían. Esto puede ser interpretado como una postergación del tema dada la urgencia de otros o, al menos, una mayor lentitud de la planteada. Pero también parecen estar jugando otros factores:

- La inexistencia previa de ámbitos institucionales claros para el diseño de políticas de comunicación y la inercia de los existentes, dispersos en distintos ministerios y reparticiones. Podría decirse que no había ningún ministerio de comunicación y a la vez, había varios, con superposiciones y vacíos en áreas clave.
- Las dificultades de gestión, especialmente en los medios de comunicación estatales, con infraestructuras débiles, personal mal pago y no siempre capacitado.
- Las previsibles presiones del sector privado comercial, que defienden el mantenimiento del statu quo.
- Una tradicional dificultad de la(s) izquierda(s) para comprender y priorizar los temas de comunicación, un desconocimiento colectivo sobre la estrategia propuesta y/o una falta de convicción sobre ella.
- Una confusión entre comunicación política y políticas de comunicación, lo que lleva a reducir las preocupaciones en esta área sobre todo a “cómo comunica el

gobierno”, con mucho menor espacio para pensar cómo se comunica la sociedad, cómo es su sistema de medios y cómo transformarlo.

- La inexistencia o debilidad de actores sociales con claridad programática y presencia pública importante en el tema.

En este último sentido, sin embargo, comenzaron a producirse hechos que son independientes del gobierno, pero que encuentran en éste –o en su fuerza política de sustento- una mayor receptividad que en los anteriores. Por ejemplo:

- La constitución del Foro de Participación y Comunicación Ciudadana, que reúne a un conjunto de actores sociales y académicos y que, aún antes que asumiera el nuevo gobierno, empezó a pronunciarse en torno a estos temas y más tarde a dialogar sobre ellos con las nuevas autoridades. Su visibilidad pública es, sin embargo, todavía escasa y no siempre encuentra interlocutores oficiales claros.
- La presentación en el parlamento de dos proyectos de ley claves, elaborados por instituciones académicas y de la sociedad civil: el de radiodifusión comunitaria y el de acceso a la información pública. Su aprobación no parece sencilla, pero ambos fueron avalados por todos los legisladores de izquierda.
- La iniciativa de la central de trabajadores de crear un canal de televisión propio, que aspira además a ampararse a la nueva legislación de radiodifusión comunitaria. Aunque el proyecto está aún en elaboración, el sólo lanzamiento de la idea estimuló el debate sobre el sistema de medios y colocó el tema de “lo comunitario” más allá de “lo local”, donde suele ubicárselo. También la iniciativa de la Universidad pública de solicitar dos frecuencias radiales para sendos proyectos de comunicación amplía la discusión en esta área y en la de los medios públicos.

Dependiendo en parte de su éxito, iniciativas como estas pueden ayudar mucho a que el gobierno avance en su propio programa. En verdad, podría decirse que resultan necesarias para hacerlo social y políticamente viable. Porque si bien el empuje “desde arriba” resultó mucho menor del esperado, es probable que sin uno “desde abajo” un programa de este tipo no pueda concretarse.

Desafíos tecno-globales

Pero aunque se avanzara decididamente en este programa, orientaciones estratégicas como las planteadas no pueden desarrollarse sin una revisión y ajuste continuo.

En este sentido conviene ubicar el tema en un marco geográfico y temporal más amplio. Por un lado en el contexto regional del MERCOSUR: lo que hacen o dejan de hacer los gobiernos y sociedades vecinas es clave, especialmente en un país pequeño como Uruguay. Por otro lado los cambios tecnológicos en curso hacen que muchas decisiones en este terreno caduquen rápidamente o, incluso, puedan tener efectos contrarios a los objetivos que se proponen.

La digitalización de los servicios de televisión y la convergencia digital en general son los ejemplos de esto. Porque abren un conjunto de oportunidades que pueden desaprovecharse y un conjunto de riesgos que pueden convertirse en problemas serios si no se trabaja bien en lo previo.

La digitalización permite ampliar el número de señales, en tanto en el mismo espacio del espectro en que hoy cabe un canal puede haber hasta cuatro. Pero también puede optarse por usar ese espacio para un solo canal, por ejemplo con televisión de alta definición. Aquí ya hay que empezar a tomar decisiones técnicas, pero con fuerte impacto social y político. Por ejemplo: ¿se le da preferencia a la televisión de alta definición, a ampliar la gama de señales o a alguna combinación de ambas? Los tres sistemas que disputan hoy el mercado mundial –el norteamericano, el europeo y el japonés- no se adaptan del mismo modo a cualquier decisión que se tome al respecto. Pero esa decisión debe ser previa (cfr. Barbosa et. al. 2005)

En cualquier caso todo indica que habrá más canales de aire disponibles. Aparece entonces otra decisión clave a tomar: ¿cómo y a quién se adjudicarán las nuevas señales? Esta es una excelente oportunidad para democratizar el espectro, dando espacio a lo público y a lo comunitario y no sólo a lo privado comercial. También una oportunidad para dar un espacio prioritario a la producción nacional y local de contenidos. Claro que se corre el riesgo de que –como ya sucedió con el cable en los 90- las mismas empresas amplíen su área de acción y que los contenidos que

se agreguen sean básicamente “más de lo mismo” y casi todos de producción externa.

La televisión digital permite también incorporar muchas funciones de “interactividad”. Es decir, se podrá hacer con el televisor cosas muy parecidas a las que hoy se hacen con una computadora conectada a Internet. Dependiendo de un conjunto de decisiones técnicas a tomar –otra vez con consecuencias sociales enormes-, esta puede ser una vía de acceso a información, servicios y comunicaciones para mucha gente que hoy usa poco Internet, por barreras de costos y culturales. Para muchos el televisor doméstico, con algunos agregados (por ejemplo un “control remoto” con los comandos adecuados), puede ser mucho más amigable que la computadora. Aquí se abren además oportunidades para producción de software local... siempre y cuando se tomen las decisiones adecuadas para ello.

Tanto en la producción de los nuevos receptores como en la de las cajas convertoras para los actuales, se abren también oportunidades industriales, al menos de algunos componentes. Pero también esto depende de decisiones técnicas y políticas que deben adoptarse y de la capacidad para negociar en el contexto global y regional.

Precisamente lo regional es clave aquí. Lo ideal sería que el tema fuera objeto de acuerdos entre los países del MERCOSUR, por ejemplo. Lamentablemente, igual que en otros planos, la integración regional renguea. Brasil y Argentina están avanzando en sus propias decisiones, descoordinados entre sí y sin conversar con los socios “chicos” del bloque. En el caso brasileño el actual gobierno estableció en 2003 una estrategia para tomar las decisiones en este terreno del mejor modo posible, con un mecanismo de diálogo social amplio y una inversión importante en estudios técnicos y desarrollo tecnológico. Llegó incluso a tener pronto, a fines de 2005, el Sistema Brasileño de Televisión Digital que, aunque toma elementos de los ya existentes, los adapta a las necesidades específicas de Brasil. Pero TV Globo y sus socios presionaron de modo tal que finalmente el gobierno decidió, en junio de 2006, abandonar ese proyecto y adoptar el sistema japonés, con grandes negocios para las empresas de Globo (cfr. Taveira 2006). Algo similar ya ocurrió en México, donde la llamada “Ley Televisa” privatizó por adelantado el espectro digital, en este caso adoptando el sistema norteamericano (cfr. Corral 2006).

Entre las decisiones a tomar otro aspecto clave es la fecha en que se dejará de emitir en las señales analógica actuales (el llamado “apagón digital”), el tiempo en que convivirán los dos sistemas, la forma en que se hará la transición, quiénes y cómo asumirán sus costos. En Estados Unidos, Europa y Japón el “apagón” está previsto para fechas distintas, que van del 2009 al 2012.

Pero también importa el momento en que la transición comienza. De hecho en Uruguay la transición ya comenzó, sin que hubiera una discusión pública. Y comenzó por un caso que muestra lo complejo de las decisiones a tomar. Se trata de una pequeña empresa de televisión para abonados, casi la única que no integraba el oligopolio de la capital del país, que emitía sin cable físico, en la banda de aire de alta frecuencia (UHF, los canales “altos” del 14 en adelante), codificando su señal y cobrando alquiler por el decodificador. Recientemente fue comprada por el poderoso grupo argentino Clarín y anunció la digitalización de sus señales, con el sistema europeo. Pidió además extender sus servicios más allá de la capital, donde la señal ya era captada (y muchas veces decodificada en forma “pirata”). La URSEC autorizó tanto la digitalización como la extensión del área de cobertura con dos condiciones: que dejara libres los canales del 20 al 40 y que, una vez que el país definiera su sistema digital, deberían adaptarse a él. Lo primero, se podría dejar espacio para nuevos canales, incluidos los comunitarios, universitarios, municipales, etc. Lo segundo parece dudoso, en tanto tras la fuerte inversión realizada es altamente probable que la empresa presione porque el sistema del país sea el que ella ya eligió. La extensión de cobertura, por otra parte, amenaza de muerte a varias pequeñas empresas de las cercanías de la capital del país, en general con servicios modestos, en varios casos también ligadas al oligopolio capitalino. Este último, a su vez, ve con alarma la entrada de un competidor extranjero poderoso. Incluso, y

antes de este episodio, las empresas del sector han insistido en demorar lo más posible la digitalización, con argumentos de defensa de soberanía (cfr. Criscio 2003).

Como se ve el mapa de las comunicaciones ya se empieza a mover, con todos sus riesgos y oportunidades. Los uruguayos tenemos una oportunidad para hacer más democráticas nuestras comunicaciones. El gobierno nacional, que incluye la democratización de las comunicaciones en su programa, tiene un deber. Que, a mi juicio, implica convocar a un debate amplio sobre el tema, apoyado en sólidos estudios técnicos y en orientación política y prioridades sociales claras.

Referencias bibliográficas

Barbosa Filho, André; Castro, Cosette; Tome, Takashi (2005) *Mídias digitais. Convergência tecnológica e inclusão social* Paulina, São Paulo.

Bouissa, Alfredo, Curuchet, Eduardo y Orcajo, Oscar (1998) *Las otras radios. Entre legitimidad y legalidad*. Nordan, Montevideo

Bustamante, Enrique (comp.) (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de la comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Gedisa, Barcelona.

Corral Jurado, Javier (2006) "Regalará el senado más de mil millones a Televisa. Entrevista de Andrea Becerril, en *La Jornada* 27.3.06, México. <http://www.jornada.unam.mx/2006/03/27/012e1pol.php>

Criscio, Néstor (2003) "Transición a las nuevas tecnologías digitales para radiodifusión mediante modulación numérica/digital". En *World Electronic Media Forum.*, Ginebra.

Curuchet, Eduardo; Girola, Mariella; Orcajo, Oscar (2006) *Radio o ruido comunitario*. Tres Monos Comunicación, Montevideo.

Faraone, Roque (1998). *Televisión y Estado*. Cal y Canto, Montevideo.

Fox, Elizabeth (1988) *La política de reforma de la comunicación en América Latina*. En *Dia-logos de la Comunicación* N° 21. Felafacs, Lima.

García Rubio, Carlos (1998). *El Uruguay cableado. Actualidad de la televisión de pago*. Zeitgeist, Montevideo.

Gómez, Gustavo (2003) *Políticas públicas de comunicación. El ausente imprescindible*. Fesur, Montevideo.

Gómez, Gustavo (2004) *Dossier Información, comunicación y medios*. Fesur, Montevideo. <http://legislaciones.amarc.org/CD/Dossier2005.htm>

Kaplún, Gabriel (2005) "Hacia una agenda académica y política de la comunicación en el MERCOSUR". En *Eptic on line - Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Vol VII N° 5 www.eptic.com.br

Kaplún, Gabriel (2006) "La batalla digital". En *Voces* N° 81, Montevideo.

Mastrini, Guillermo y Bolaño, César (1999) *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación*. Biblos, Buenos Aires.

McBride, Sean (1980) *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México.

Radakovich, Rosario (2004) *Territorios televisivos. De la ciudad imaginada a Tevé Ciudad*. Cal y Canto, Montevideo.

Stolovich, Luis (2003) *Mapa del Poder Económico en los Medios Masivos de Comunicación en el Uruguay*. FESUR, Montevideo.

Taveira Cabral, Eula (2006) "Golpe final no/do Governo: definição do sistema de TV digital às vésperas da eleição?" En *Sete Pontos* N° 35 <http://www.comunicacao.pro.br/setepontos>.

Viscardi, Ricardo (2005) "La discusión pública de la comunicación en Uruguay". Ponencia en *Seminario Políticas Públicas de Comunicación en el Cono Sur*. Universidad de la República-FELAFACS, Montevideo.