



TV DIGITAL EN URUGUAY

¿Oportunidad productiva o recambio tecnológico?

Por Mariangela Giaimo

La Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica del Uruguay organizó un debate sobre la tecnología de televisión digital¹, para el cual reunió importantes actores locales de diferentes sectores vinculados a la Televisión Digital Terrestre (TDT). Con discrepancias y coincidencias, los participantes plantearon sus puntos de vista sobre el asunto desde el ámbito de las políticas de comunicación, desde la visión de la propia televisión local –pública y privada– y también desde la perspectiva de los productores de contenidos.

Con la nueva tecnología vienen promesas de desarrollo tanto económico como social. Alta definición de la señal, mayor número de canales, televisión móvil (en dispositivos como los teléfonos celulares), interactividad, impulso a las industrias culturales en la producción de nuevos contenidos, desarrollo de nuevos software específicos, posibilidad de acceso a los medios de nuevos actores sociales, expansión del servicio de Internet a segmentos de la población aún inmersos en la brecha digital, favorecer a las políticas públicas de desarrollo, entre otros, son algunos puntos positivos que ofrece la TDT. Pero, por otro lado, la implementación también podría generar condiciones para una mayor concentración de medios, una expansión del modelo tradicional de gestión televisivo, con su habitual recurso a contenidos importados, y una profundización de la exclusión de grupos sociales desfavorecidos. En este contexto de oportunidades y problemáticas que afectarán a los comunicadores —y telespectadores— tuvo lugar la discusión.

Sistema y regulación

Gabriel Kaplún, director de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República e investigador en políticas de comunicación, abrió el debate con la descripción de algunas características de las normas de televisión digital y haciendo referencia a la elección del sistema técnico nacional. Los tres sistemas más difundidos en el mundo son el norteamericano, el europeo y el japonés. El norteamericano hizo una gran apuesta a la alta definición; el europeo a la multiplexación de las señales (al aumento del número de frecuencias) y el japonés combina ambas propuestas, pero con un énfasis considerable en la movilidad. Sin embargo, en líneas generales todos los sistemas ofrecen lo mismo, explicó Kaplún. Con respecto a la televisión móvil —donde algunos ven el boom del futuro— hay ciertas diferencias de opciones.

En definitiva, el gobierno uruguayo optó por el sistema europeo² y fue pionero en elegir una norma en Latinoamérica. En relación a la interactividad, según Kaplún, el sistema europeo tiene la ventaja de ofrecer aplicaciones con código abierto —por ejemplo, el software libre— y esto lo cree interesante para las múltiples formas de desarrollo tecnológico. “Sobre este último aspecto han habido algunas reacciones tardías del gobierno uruguayo. Hay un consultor que en estos días está terminando el informe sobre este tema y en especial sobre la televisión digital para

Uruguay, y a fin de año habrá un curso para ingenieros y comunicadores”, comentó.

Sobre este punto, Gustavo Gómez, director del Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe (AMARC-ALC), también recalcó la indiferencia del Estado sobre la regulación. “Se abren las últimas oportunidades históricas para repensar las reglas de juego. Se abre la posibilidad de democratizar mucho más el espectro televisivo ya que se pueden abaratar muchos costos para otros actores sociales. Todo está en función del para qué. Un debate que ha faltado”, consideró Gómez. Planteó que esta es la oportunidad para tener una televisión con más diversidad de contenidos, más producción audiovisual nacional, desarrollo de software y más operadores.

La televisión pública nacional ya se está planteando el tema. Pero, según Sergio Araújo, asesor jurídico de Televisión Nacional del Uruguay (TNU), posee una gran desventaja de base que es la indeterminación sobre cuáles son sus funciones básicas. “La sociedad no ha tenido una discusión seria sobre el rol de la televisión pública nacional”, dijo, y esto es necesario “en la medida que se pueden tener varios contenidos y varias señales en un mismo canal. Eso implica saber qué contenidos vamos a tener. Y como no hay discusión sobre el tema y además existe una falta de normativa clara que viene de 1936, se hace difícil proyectarse hacia adelante”. El canal posee un plan de inversión económica propuesto al Poder Ejecutivo y actualmente está emitiendo en forma digital en algunas zonas de Montevideo, pero “chocamos con la ausencia del marco regulatorio y con grandes resistencias dentro del mismo canal”.

Producción nacional y contenidos

Iván Ibarra, productor y fundador de la productora Zur Infotainment, situó su discurso desde el rol de productor de contenidos ligado desde hace doce años a Canal 10. Su perspectiva sobre la producción de nuevos contenidos fue bastante escéptica. Primero declaró que el mercado interno es pequeño (“La torta está dividida en tres y no sé si da para más”) y no cree que haya operadores (de ningún tipo) interesados en hacer una inversión económica. “Para transmitir en digital hay que tener contenidos grabados y editados en forma digital, con empleados que estén capacitados para operar las nuevas herramientas”,

1::

La mesa de debate “TV digital en Uruguay: ¿oportunidad productiva o recambio tecnológico” se realizó el 6 de octubre de 2008 en la UCU bajo la coordinación del profesor Richard Danta.

2::

Decreto N° 315/007 del 27 de agosto de 2007. Se seleccionan las normas DVB-T/DVB-H para la implantación de la televisión digital terrestre en Uruguay.
<http://tinyurl.com/6hz7ns>



señaló y aclaró que no cree que exista esa posibilidad, “y sumando que estamos en un momento cien por ciento político”.

José Alonso, gerente de la Cámara Audiovisual del Uruguay, apuesta a que una de las salidas para la televisión digital sea la realización de contenidos nacionales para las nuevas señales: “la producción nacional es más barata que la extranjera. Les puedo asegurar que producir un documental en el exterior es varias veces más caro que hacerlo aquí. Igual que es más caro producir publicidad en el exterior que aquí. La calle está llena de cámaras todo el día.” Esta condición también fue compartida por Elisa Lieber, licenciada en Comunicación Social en la Universidad Católica y productora ejecutiva, quien afirmó que “como comunicadores y productores de contenidos podemos hacerlo de una manera mucho más barata que en otros lugares. Vengo de producir para Discovery y somos mucho más baratos en transporte, hotelería. Podemos producir para acá y para afuera a precios accesibles”.

Por su parte, Alexandra Morgan, licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica y gerente de producción de Canal 12, manifestó una realidad diferente: “no es más barato producir en el

país salvo excepciones. Hasta ahora es más barato porque no se cobran las locaciones (pero en cualquier momento lo van a hacer) así como sucede en Nueva York. Estas dos ciudades tienen similitudes. Pero es más barato porque los técnicos trabajan más horas que los norteamericanos. Acá no se para de trabajar. Somos relativamente e injustamente más baratos”.

Ibarra realizó un paralelismo con la entrada de la televisión en estéreo para explicar su desencanto sobre el tema: “me acuerdo del cambio a sonido estéreo”, contó, “en ese momento se planteaba como algo revolucionario, pero hoy en día te das cuenta que escuchas todo igual. En el fondo es manija. Lo de la televisión digital es algo que me parece que va a pasar dentro de quince años. No lo veo tan cercano. Recién lo están discutiendo y buscando aplicaciones en Europa”. Y dejó varias preguntas planteadas: “convivo con los problemas de un canal y con sus problemas para llenar la grilla de una programación, entonces, ¿los canales abiertos van a transmitir lo mismo de forma desfada? ¿Hay programación de calidad en los canales abiertos para utilizar en las nuevas señales? ¿Por qué el canal del Estado tiene que hacer la diferencia? ¿El Estado no debería dar ventajas económicas para que las pocas productoras independientes se puedan equipar con altas tecnologías?”.



Comunicadores y caminos digitales

Morgan también concordó con que la preocupación de los canales sobre el tema de la transición a lo digital no es inmediata. Aseguró que “la tecnología avanza y llega un momento en que se impone. Eso es lo que va a suceder aquí. La tecnología se nos va a caer encima y vamos a quedar digitalizados”. En este sentido Gabriel Guzzo, licenciado en Comunicación Social y productor de la corresponsalía de CNN en Uruguay, apoyó la idea de Morgan: “Hay que imaginarnos a nosotros en una montaña de nieve y alguien que grita que se viene la bola. Ya que estamos en el baile, hay que hacerlo lo mejor posible. Lo académico tendría que articular las dudas y desarrollar caminos y salidas posibles”.

Alonso también afirmó que los comunicadores y las productoras audiovisuales deben unirse y crear lo que él denominó un modelo de negocios que sea “colaborativo” y de señales muy segmentadas en su público (canal de nicho). Así “podemos ganar todos y convencemos a los legisladores para que pongan dinero en este ámbito”, porque hasta que no se vea que detrás de la televisión digital hay negocio, no va a haber inversores. “Se pueden diseñar contenidos prepagos o pay television (con tarjeta). Y a esto hay que sumarle el esfuerzo narrativo”, explicó. Otras de las salidas laborales para los comunicadores, además de la televisión digital, son la televisión por Internet y

la realización de contenidos para móviles. Lieber abrió la cancha por este lado. “Si esperamos por los canales o el Estado vamos a esperar sentados veinte años. Recordemos que los canales ya tienen señales en el cable y no hacen nada” y apuntó que “hay posibilidades de mirar al exterior y hacer un canal de televisión en Internet. Hay mucha gente que es capaz de ver la televisión por Internet o por celular. Tenemos un gran mercado para trabajar”. Propuso empezar a trabajar en contenidos para televisión por Internet ya que con esta tecnología la señal ya está y no es necesario mediar con una empresa televisora. De esta manera, además, se estaría posicionando los contenidos para el exterior: “hablo de pequeñas productoras para pequeños contenidos para millones de canales digitales que tienen su público. La esperanza está por ahí”. Mientras que el dispositivo televisor no sea más amigable y barato que las computadoras “la carrera tecnológica la gana Internet”, señaló Kaplún.

Por ahora hay más interrogantes que respuestas. Y a la falta de discusión pública se le suma la situación internacional. “Con la reciente crisis financiera, ¿quién va a explicarle a los anunciantes que vamos a aumentar la torta de espectadores? ¿Sobre qué van a resolver los políticos si nosotros que estamos en el tema no sabemos qué va a pasar?”, expresó Morgan.

Mariangela Giaimo:: (Montevideo, 1975). Es licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica del Uruguay (UCU). Posee un Postgrado en Educación Universitaria en la misma institución, donde desde 2005 es profesora titular de “Teorías I”. En 2003 obtuvo una beca de investigación en Italia: “El consumo desde una mirada sociosemiótica”, departamento de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Bologna, bajo la tutoría del profesor Roberto Grandi. Fue responsable de la secretaría de *Brecha*, semanario donde actualmente se desempeña como periodista.

Referencias:
<http://www.televisiondigital.es/Herramientas/Glosario/>
<http://www.univision.com/content/channel.jhtml?secid=23225>
<http://www.tdtzone.com/glosario-tdt.html>

Glosario TV digital

Convergencia Refiere, entre otras cosas, a la capacidad de una misma red para transportar diferentes servicios como el teléfono, Internet y la televisión. La convergencia se manifiesta a nivel de la distribución, de las redes de telecomunicaciones, dispositivos (teléfono celular), contenidos (sonido, video y datos), servicios y empresas.

Descodificador o set top box Equipo que, en conjunción con una tarjeta inteligente, permite al usuario el acceso al servicio. En el caso de la recepción digital, el descodificador se encuentra integrado en el receptor.

Digital Tecnología que transmite señales binarias (0 y 1) y, por tanto, puede ser comprimida y recibida en los televisores con mayor fidelidad.

HDTV *High Definition Television*. Sigla en inglés de la Televisión de Alta Definición. La televisión digital cuenta con tres niveles de calidad de imagen: HDTV, EDTV y SDTV. La transmisión HDTV es la imagen digital de mejor calidad; es capaz de exhibir una imagen 16x9, además cuenta con tecnología (Dolby) digital de sonido envolvente.

Multiplexación Sistema que permite la combinación de varios canales previamente comprimidos, de forma que ocupan un único transponedor si se trata del satélite y de un canal para varios programas en la televisión digital.

Operador Empresas públicas o privadas que emiten señales de televisión de libre recepción o paga, creado por ellos mismos o comprados a terceros. También pueden ofrecer sus servicios a otras empresas.

PPV Pago por visión o *pay per view* Es un sistema de televisión en que cada usuario elige mediante pago, la emisión de un programa u otro servicio emitido —en directo o diferido— por un operador.

Servicios digitales adicionales Son aquellos servicios que, desde el punto de vista del operador, pueden ofrecer junto al

servicio de televisión: video bajo demanda, correo electrónico, Internet o juegos interactivos.

Servicios interactivos Supone la provisión de servicios, asociados o no a la programación tradicional, que requieren un canal de retorno para la comunicación con el proveedor de servicios.

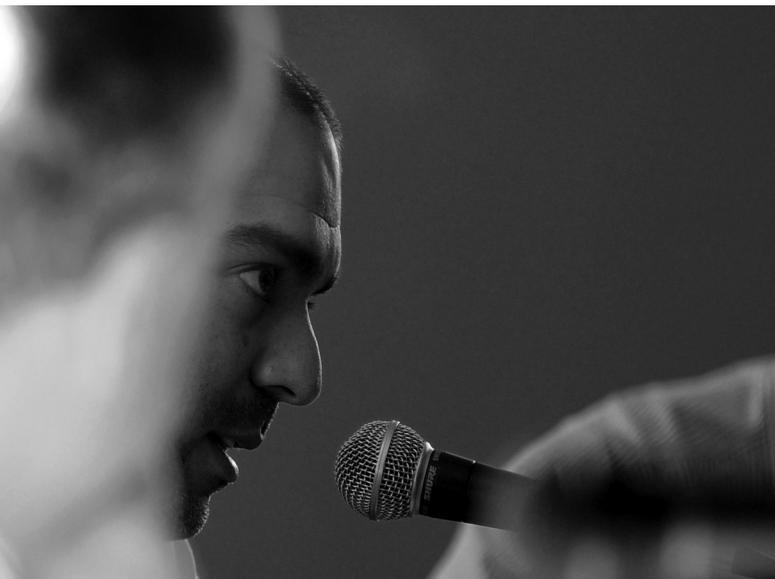
Sistemas digitales Hay tres sistemas de televisión digital: el norteamericano (ATSC), el europeo (DVB) y el japonés (ISDB). Este último puede tener desarrollos específicos a partir de su implantación en Brasil, por lo que algunos lo llaman nipobrasileño. También está en desarrollo un sistema chino, y tal vez, uno indio.

Software libre Es aquel que posee su código fuente abierto y que permite que los usuarios tengan la libertad de ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software. Suele estar disponible de forma gratuita.

Televisión analógica Sistema actual de transmisión que posee una señal que varía continuamente representando fluctuaciones de color y brillo. Transmite ondas, y no señales binarias como el sistema digital.

Televisión móvil Se recibe en receptores portátiles como puede ser un teléfono celular. La tecnología *Digital Video Broadcasting Handheld* (DVB-H), es una de las normas que hace compatible la recepción de la TV terrestre en los dispositivos móviles. Es desarrollada por la *Digital Video Broadcasting* (DVB), organismo de más de 270 instituciones y empresas que promueve estándares de televisión digital aceptados internacionalmente. Con este sistema entran en competencia por los contenidos las empresas tradicionales de televisión con las telefónicas.

Televisión por Internet Es la que utiliza como medio la web. Se puede ver a través de la computadora, así como desde un teléfono celular. Se divide en gratuita y paga. Ofrece que el espectador pueda seleccionar un programa para ver en un momento determinado (*Video on Demand*).



A MI MANERA

Televisión digital en Europa: el cross-media

La experiencia de desarrollo de la televisión digital en los cinco mayores mercados europeos podrían haber definido los pasos a seguir en el ámbito latinoamericano. Sin embargo, si bien todos utilizan la misma plataforma tecnológica *Digital Video Broadcasting* (DVB), cada uno de los países realiza su transición a la televisión digital a su manera y con la interacción de otras tecnologías de la información. Esto lo explica David Fernández Quijada, doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad Autónoma de Barcelona e investigador del *Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi* (GRISS), en su trabajo “Un estándar para múltiples modelos: la experiencia europea en la transición a la televisión digital terrestre (TDT).”¹

La televisión europea surge en un contexto monopolístico de servicio público. Es a partir de la década de los ochenta que éste comienza a quebrarse hasta que en los noventa, con la aparición del cable y del satélite, se abre la cancha a actores privados. Sin embargo, en los cinco países analizados por Fernández Quijada (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y España) el monopolio continúa, pero trasladado al satélite (BSkyB en Reino Unido, Premiere en Alemania, CanalSat en Francia, Sky en Italia y Digital+ en España), y casi es lo que sucede con el cable (Numericable en Francia, Ono en España o Virgin Media en Gran Bretaña).

Reino Unido, Francia y España se caracterizan por los servicios interactivos y televisión paga e Italia por el impulso a la televisión en movilidad (celulares). El único factor en común es la multiplicación de canales y que todos comparten la tecnología DVB. La implementación es diferente y no se siguen las normas

establecidas en la Comisión Europea sobre los servicios que se deben brindar a la llamada sociedad de la información. De esta manera, explica Fernández Quijada en su trabajo, la televisión digital se aplica en contextos *cross-media*. Es decir que se instaura a través de otras tecnologías.

El especialista desarrolla el ejemplo de Italia, donde el fútbol es un contenido que se puede acceder a través de la televisión digital pero la plataforma sigue siendo el satélite Sky. “En este sentido, se observa un cierto rol subsidiario de la TDT en la televisión de pago, condicionado al control de los derechos de los contenidos más atractivos por parte de operadores de plataformas alternativas” analiza, y confirma que “otro tipo de subsidiariedad se observa con la implementación de la televisión móvil, en este caso respecto de los operadores de telecomunicaciones y unos modelos de negocio que niegan la condición de red abierta atribuida a la TDT como vehículo de expansión de los servicios de la Sociedad de la Información”.

Los cinco países se caracterizan por una recepción televisiva mayoritariamente terrestre, excepto en Alemania donde las transmisiones por cable y satélite son la principal opción de consumo de televisión. La lucha por obtener las licencias ya ha comenzado, entre operadores de telecomunicaciones y cadenas de televisión así como entre empresas públicas y privadas, como describe Enrique Bustamante de la Universidad Complutense de Madrid en “Modelos internacionales de TDT. La política de los lobbies puede frustrar las expectativas de diversidad”.² Esta es una contienda que se realiza sin saber los contenidos ni el alcance de rentabilidad del negocio. ■■

1::
Diálogos de la comunicación,
Nº 77, julio-diciembre 2008.
david.fernandez@uab.es

2::
Diálogos de la comunicación,
Nº 77, julio-diciembre 2008.
ebr00001@teleline.es