

“No solo no hay avances, lo que hemos visto es la detención y hasta un retroceso”, criticó el ex director nacional de Telecomunicaciones, Gustavo Gómez, quien recordó que la “democratización de los medios de comunicación” fue un compromiso asumido por el Frente Amplio

El gobierno pone el “acento” en desarrollar servicios de *streaming* y relega el pasaje hacia la televisión digital impulsado por Mujica

escribe Matías Larramendi

El pasaje de la televisión analógica a la digital fue una de las apuestas fuertes del gobierno del ex presidente y actual senador José Mujica (2010-2015) en materia de telecomunicaciones. Además de mejorar la calidad de la señal, la digitalización incrementa la cantidad de canales que pueden emitirse en una misma frecuencia, lo que habilita a aumentar la oferta televisiva. Ese, de hecho, era uno de los principales objetivos de la iniciativa, que buscaba ampliar un mercado restringido a unos pocos medios de comunicación.

Pero la actual administración, encabezada por el presidente Tabaré Vázquez, parece haber dejado de lado ese proyecto o, al menos, está apuntando sus energías en otra dirección: la difusión de los servicios *streaming*, que se basan en ofrecer contenidos audiovisuales directamente desde Internet y sin la necesidad de descargarlos.

Al ser consultada al respecto, la ministra de Industria, Energía y Minería (MIEM), Carolina Cosse, dijo a **Búsqueda** que actualmente, en lugar de la televisión, es “usual” mirar contenidos como películas o partidos de fútbol en celulares, computadores, *tablets* o dispositivos similares. “Es lo que está pasando en el mundo sin que uno pueda dejar de verlo. A veces está muy bueno ser los primeros en algo, y a veces es mejor dejar que las cosas avancen y ser los segundos o los terceros. Capaz que es mejor que no avanzamos lo suficiente en televisión digital porque avanzamos por otros rumbos que en realidad son los que llevó adelante el mundo”, analizó la jerarca.

Las plataformas de *streaming* han crecido en popularidad en los últimos años. YouTube, por ejemplo, recibe diariamente a unos mil millones de usuarios y más de la mitad de esas visitas se realizan a través de dispositivos móviles, según datos de la compañía.

Netflix, que ofrece películas y series a un precio mensual del entorno de los US\$ 10, ya se instaló entre el público uruguayo. De hecho, Antel realizó un acuerdo con Netflix por el cual, contratando determinados planes de Internet, el usuario recibe el servicio de *streaming*

de forma gratuita por tres meses. A su vez, en 2016 Antel hizo una importante inversión para adquirir los derechos de transmisión de los Juegos Olímpicos y de los partidos de la selección uruguaya de fútbol. En ambos casos, la transmisión la realiza a través de Vera TV, su propio portal de *streaming*.

Además, el ente está apostando al desarrollo de contenidos propios. “Los contenidos juegan un rol fundamental y me parece que es ahí donde tiene que poner el acento Uruguay”, explicó Cosse.

En cambio, el ex titular de la Dirección Nacional de Telecomunicaciones (Dinatel), Gustavo Gómez, quien fue uno de los principales impulsores de la televisión digital, sigue considerando que la expansión de esa tecnología es de suma importancia para Uruguay. Gómez dijo a **Búsqueda** que pese a que está de acuerdo con que hay cambios en la forma en que se consumen los contenidos audiovisuales, considera que “la anunciada muerte de la televisión no solo no está sucediendo en Uruguay sino que tampoco en el mundo”.

Como muestra de ello mencionó “la enorme cantidad de negocios que están ocurriendo desde Norteamérica hasta Argentina”, tales como la fusión de la gi-

gante de las telecomunicaciones AT&T con Time Warner. “Afirmar que hay un dilema del tipo ‘Internet se va a comer a la TV’ es una equivocación que cada vez menos gente comete en el mundo. Se trata de ‘otra’ televisión y los empresarios desarrollan nuevas estrategias multipantalla para distribuir contenidos audiovisuales, pero la televisión sigue ahí, como uno de los contenidos más importantes del negocio”, argumentó.

Y luego criticó: “Me llama mucho la atención la posición del actual Ministerio de Industria sobre televisión digital, ya que se trata de una política pública y un marco regulatorio impulsado por el anterior Ministerio”.

● **“No crece”.** La idea de apuntar a la televisión digital tuvo sus esbozos iniciales en el primer gobierno de Tabaré Vázquez (2005-2010), pero el impulso definitivo se realizó en la siguiente administración, encabezada por Mujica. Uno de los principales objetivos de la transición era aumentar la oferta de canales abiertos para ampliar el esquema tradicional compuesto por Teledoce, Monte Carlo, Saeta y el estatal Canal 5. Por otro lado, la meta era desarrollar la televisión “interactiva”, para que los usuarios pudieran acce-

der a información complementaria acerca de los programas e incluso realizar trámites usando el control remoto.

La intención inicial era instalar un sistema interactivo llamado Ginga, pero luego, con la expansión de la fibra óptica —una tecnología que permite tener una conexión a Internet de gran velocidad— en los hogares uruguayos, el gobierno decidió que la interactividad se haría directamente a través de la red de redes.

El proceso, sin embargo, estuvo lleno de idas y venidas, promesas incumplidas por parte del gobierno y complicaciones normativas. El resultado es que, al día de hoy, ninguno de esos dos objetivos centrales se concretaron. Por ejemplo, los dos canales privados que ganaron el llamado para tener una señal de televisión digital —Giro y VTV— no solo no están operando sino que perdieron la adjudicación por no cumplir con los plazos establecidos para comenzar a emitir.

En el interior del país también hubo empresas que perdieron su adjudicación por el mismo motivo, y ninguna de las señales concedidas a las Intendencias cumplió con el plazo establecido para empezar a emitir (**Búsqueda** N° 1.861). A la vez, el canal otorga-

do al PIT-CNT está al aire pero no emite ningún contenido.

En 2012, en plena discusión sobre el tema, un especialista contratado por el gobierno para asesorarlo sobre la televisión digital, Eladio Gutiérrez Montes, ya había advertido sobre el tema: multiplicar la cantidad de canales es una “torpeza”, dado que el mercado “no crece” con el aumento de la oferta, afirmó en entrevista con **Búsqueda** (N° 1.694).

El pasado gobierno también había anunciado que realizaría campañas para proveer a los ciudadanos de decodificadores de señales digitales a bajo costo, de forma que todos los usuarios pudieran, aun con televisores analógicos, acceder a la nueva tecnología. Además anunció que haría campañas de comunicación para informar a los ciudadanos, y en 2015 apagaría las señales de televisión analógicas.

Pero esos anuncios no se cumplieron. Y para complicar aún más el panorama, en 2016 el Tribunal de lo Contencioso Administrativo anuló por razones de forma el decreto firmado por Mujica que regulaba el pasaje a la televisión digital.

El nuevo gobierno decidió entonces no realizar el anunciado “apagón ana-

lógico” y en su lugar optó por hacer un “encendido digital”, por lo que hoy conviven ambas tecnologías. El pasaje definitivo a la tecnología digital quedó postergado.

Los canales privados gastaron en el entorno de US\$ 5 millones en la adquisición de tecnología y equipos para la televisión digital (**Búsqueda** N° 1.836). Sin embargo, pese a que no se concretó el pasaje definitivo, hoy los canales emiten su programación de forma digital, que tiene mejor calidad de imagen. Las señales digitales solo puede ser sintonizadas con los televisores más nuevos o con receptores especiales.

“No solo no hay avances, lo que hemos visto es la detención y hasta un retroceso en materia de TV digital”, dijo Gómez, y luego agregó: “Esto me preocupa, aunque estamos a tiempo para una revisión, porque lograr una democratización de los medios de comunicación en Uruguay no solo es una bandera histórica de la izquierda sino un compromiso asumido por el Frente Amplio ante la ciudadanía en su Programa de 2014, que valoraba el avance que tenía el concurso para el ingreso de nuevos operadores de TV digital (comunitarios, públicos, pero también comerciales)”.