

FORMATS 2

La televisión americana y el dilema digital

(Conferencia extraordinaria en Barcelona)

Les Brown

La era digital de la televisión americana se abrió oficialmente hace pocos días, el 1 de noviembre, cuando 42 emisoras de televisión situadas en diferentes partes del país comenzaron a transmitir desde los nuevos canales terrestres. Hacía poco que los nuevos televisores digitales se encontraban en las tiendas, y además a unos precios altísimos, de manera que el público que ha visto estas primeras transmisiones -todas en televisión de alta definición- seguramente ha sido menos numeroso que las personas que llenan esta sala.

Pero se trata de una situación como la del huevo y la gallina. Ya la hemos visto otras veces con nuevas tecnologías, incluida la misma televisión. De aquí a un año la mayoría de emisoras del país estarán transmitiendo por las nuevas frecuencias digitales y a la vez con el sistema analógico habitual.

Según las investigaciones de algunas de las principales empresas consultoras, dentro de unos 20 años, más o menos el 90% de los hogares de Estados Unidos tendrán un televisor digital. Si es así, la televisión digital se habrá retrasado al menos una docena de años respecto a lo que se había propuesto el presidente Clinton: según su programa, la transformación completa al sistema digital -con el final de la transmisión analógica- se habría de haber conseguido para el año 2006.

¿Por qué el presidente de los Estados Unidos se implica en este asunto hasta el punto de poner unos plazos absurdos? Es poco habitual que nuestro gobierno se inmiscuya de esta manera en cuestiones comerciales. Desde los años 80, la época de Reagan, la manera de actuar americana ha consistido en dejar que los nuevos medios compitieran en el mercado con los antiguos, sin mediación del gobierno. El papel del gobierno consiste en establecer un campo de juego nivelado para las empresas que tomen parte, de manera que la competencia entre ellas sea justa. En la sociedad consumista en que nos hemos convertido, el mercado se considera el factor más representativo de la democracia, y la teoría es que cuando existe suficiente competencia no hay necesidad de intervención gubernamental.

Pero el motivo de que Clinton se involucre así es que la transformación a digital ya de entrada fue una idea que tuvo el gobierno hace diez años, durante la administración Bush.

La cuestión comenzó cuando algunos funcionarios del gobierno se dieron cuenta con preocupación de que el sistema japonés de TV analógica de alta definición, MUSE, desarrollado por NHK, parecía ser la televisión del futuro y podía llegar a ser adoptado a nivel mundial. Esto daría a las compañías japonesas el control de todas las importantísimas patentes globales para el material de televisión de alta definición desde los transmisores hasta los receptores. Los economistas calcularon que el valor de estas patentes se situaría en los trillones de dólares. Nuestro gobierno reaccionó de una manera muy poco característica, promocionando la investigación en centros americanos y europeos para encontrar un sistema de alta definición que superase al del Japón. La respuesta fue el sistema digital.

Tras un largo proceso de evaluación por parte de la Federal Communications Commission, durante el cual se eliminaron otros sistemas propuestos que eran más débiles, un grupo de laboratorios se organizaron en una gran alianza que había de combinar los mejores elementos de sus respectivos sistemas digitales y producir uno que finalmente fue aprobado por la comisión. El estándar aprobado por la FCC en diciembre de 1996 permite el uso tanto de exploración entrelazada como de la técnica de exploración secuencial paso que utilizan los fabricantes de ordenador. También prevé 18 posibilidades de exploración de vídeo -de 480 a 1080 líneas.

Mientras se desarrollaba esta tecnología, el gobierno se enfrentaba al problema de implementar la conversión a digital de las 1.572 emisoras de TV locales. El plan establecido por la FCC a principios de los años 90 era conceder a todas las emisoras terrestres existentes 6 megahercios adicionales de frecuencia en la banda UHF -de hecho un segundo canal- para que comenzasen con el servicio digital. Según el plan original, cuando todos los consumidores hubieran hecho el cambio a televisión digital, el gobierno se haría cargo de los canales analógicos para darles otros usos.

Este plan parecía razonable en el momento en que se ideó, pero eso sucedió dos años antes de que el gobierno tomara de decisión de subastar parcelas del espectro electromagnético para telefonía sin hilo. Los resultados de la subasta fueron una revelación sorprendente. La primera subasta, que tuvo lugar en 1994, aportó más de un billón de dólares al tesoro público, y las seis que se hicieron posteriormente reunieron 23 billones de dólares. De pronto había aparecido una manera relativamente rápida y sencilla de reducir la deuda nacional, y el espectro se convirtió en el bien más valioso del país.

Muchos congresistas encontraron indignante que las emisoras, que tienen ánimo de lucro, recibieran gratis una cosa tan valiosa. Pero en el debate posterior el argumento que prevaleció fue el de que la conversión a digital de la televisión libre era de interés público y que el gobierno habría de permitir que continuara adelante sin aumentar los

costes de las emisoras.

El presidente Clinton propuso un plan de compromiso: las emisoras habrían de pagar para obtener el espectro adicional, pero no en dinero sino en forma de servicio público. Se designó un grupo consultivo especial para que estudiara qué era razonable exigir como servicio público -ya fuera tiempo libre para candidatos políticos, programas educativos para niños, u otras cosas- y para que hiciera las recomendaciones al cabo de un año de haber sido convocado, lo cual sucederá esta misma semana.

El presidente, entonces, añadió otra complicación: en su empeño por elaborar un proyecto de ley que le permitiera llegar al año 2002 con el presupuesto federal equilibrado, propuso acelerar la conversión a digital de manera que los canales analógicos originales se subastasen todos en ese año, aunque las emisoras no las cediesen físicamente hasta el 2006. La idea de que un cambio masivo a digital por parte de los consumidores pudiera ocurrir en un plazo tan corto, cuando la adopción mayoritaria de la televisión en color tardó 15 años, fue rechazada por el Congreso, con razón, como totalmente falta de realismo. El Congreso también era consciente de la alienación ocasionado por las carencias de equipamiento digital y por la necesidad de muchas cadenas de aumentar o reconstruir las torres.

A pesar de esto, la FCC sigue un programa para acelerar la transición. Según su plan, es necesario que los afiliados a la red de las diez áreas metropolitanas más grandes comiencen a transmitir en formato digital este mes, para que los establecimientos comerciales puedan empezar a vender aparatos de alta definición en Navidad. Antes del próximo noviembre, los afiliados a la red de las treinta ciudades más grandes han de haber comenzado la transmisión digital, y el 2002 todas la emisoras comerciales han de estar utilizando el espacio digital que les pertoca. Las emisoras no comerciales tienen hasta el 2003.

Este mismo año, el 2003, al menos el 50% de la programación analógica de una emisora ya ha de ser transmitida digitalmente, el año siguiente el 75%, y el abril del 2005 el 100%. La FCC espera haber reconvertido las emisoras analógicas en el 2006, pero parece muy poco probable que la conversión por parte de los consumidores vaya tan de prisa.

El cambio a digital no es otra cosa que la reinvencción de la televisión, y pasa por un momento interesante -justamente ahora que las redes no obtienen ganancias a causa de la competición de unos 50 canales de cable. El cambio a digital podría convertirse en la salvación de las redes, porque les da diversas opciones: pueden usar la plena capacidad del canal para obtener emisiones de alta fidelidad si el público mostrara una preferencia por una imagen y un sonido muy superiores -comparables a los que se obtienen en cine-, o bien pueden, mediante compresión digital, crear múltiples canales (hasta cinco o seis) en definición estándar en la nueva frecuencia. Así, las redes podrían ofrecer servicios múltiples: un canal sólo de noticias, por ejemplo, o incluso un canal de televisión de pago.

El mundo empresarial actual clasifica las nuevas tecnologías en dos tipos, llamados "push" y "pull". Una *tecnología pull* es aquella que toda empresa ha de adoptar para sobrevivir, porque la tienen sus competidores y aumenta la eficiencia. Los cajeros automáticos que hay en bancos y cajas son un ejemplo de tecnología pull. Por otro lado, una *tecnología push* es aquella que no responde a una necesidad inmediata clara, y que se ha de ofrecer a los consumidores o a las industrias. Una tecnología push representa una oportunidad para las compañías que la fabrican y la distribuyen, pero si fracasa puede resultar ruinosa.

El dilema al que se enfrentan las emisoras americanas en lo referente a la televisión de alta definición es que de momento no se sabe si se trata de una tecnología push o pull. Como todavía no se ha difundido entre el público, no hay manera de saber si se puede prescindir de comercializar la TV de alta definición o si, contrariamente, será vital para la supervivencia de las cadenas. Hasta que esto no pueda aclararse, casi todas las emisoras esperan explorar diversas combinaciones de multicadenas y transmisión de alta definición. Sea como sea, cada red decidirá cómo actuar, y en general sus afiliadas locales les seguirán.

Pero aún existe otra complicación bastante grave: en tres cuartas partes de los hogares americanos, lo que une a las emisoras y al consumidor es el cable. Para tener éxito en cualquiera de las dos opciones digitales, las emisoras terrestres necesitan la colaboración de los sistemas de cable, porque si estos se niegan a llevar las nuevas señales la mayoría de las casas no las podrán recibir de la manera habitual. Las emisoras habrán de hacer uso del anticuado sistema de las antenas.

Resulta, sin embargo, que la industria del cable no tiene ningún deseo de cooperar y, de hecho, tiene planes propios que no coinciden con los de las emisoras. Los operadores tienen la intención de proveer a sus suscriptores con nuevas cajas digitales que les permitirán ampliar los sistemas hasta 175 canales de definición estándar, ya que creen que la gente preferirá tener más programas y no una imagen mejor. Además, quieren neutralizar la posible competencia de los sistemas DBS que ofrecerán 175 canales. Con tal de llevar a cabo una sola transmisión en TV de máxima definición, es decir con 1080 líneas de exploración, un sistema de cable habría de sacrificar seis de sus propios canales comprimidos. En ciudades como Nueva York, que tiene diez emisoras, el cable habría de renunciar a 60 canales comprimidos.

De este modo, queda en manos del gobierno decidir si interviene para forzar al cable a llevar todas las nuevas señales o si deja a las emisoras en la estacada con las enormes inversiones que han tenido que hacer para la conversión.

La FCC nuevamente se encuentra en la tesitura de haberse de pronunciar a favor de una o de otra industria, y tome la decisión que tome es casi seguro que será contestada en los tribunales federales. La directriz básica que sigue la comisión siempre es el interés público, pero en este enfrentamiento de estrategias comerciales es difícil saber dónde se encuentra el interés público.

Lo que todavía tendrá más peso, sin embargo, serán las consideraciones referentes a la Primera Enmienda. La primera enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, que garantiza la libertad de expresión, tanto oral como escrita, quizá sea el rasgo más distintivo de la democracia americana, y hace muy difícil regular los medios de comunicación electrónicos. Actualmente el poder de la Primera Enmienda consiste en prohibir el gobierno interferir en el contenido de obras periodísticas o de creación. Los tribunales pueden decidir, si no lo hace la FCC, que el gobierno tiene tan poco derecho a imponer el contenido que ha de dar la televisión por cable como a imponer las informaciones que ha de contener un periódico.

Así, el paso a la era digital en los Estados Unidos ha llegado a una intersección sobre la cual planea una sombra, y el nivel de visibilidad más allá del cruce es muy bajo.

Dejadme desear que vuestro país, así como todos los demás, disfruten de un paso más suave y feliz a la era digital.

