Panorama de la TDT en los Estados Unidos

POR **EMILI PRADO Y NÚRIA GARCÍA-MUÑOZ**

La implantación de la televisión digital terrestre en los Estados Unidos da el protagonismo a los broadcasters, únicos habilitados para operar. La oferta de televisión de alta definición es la opción estratégica para la penetración. La intervención reguladora de la Administración adquiere un gran relieve en todo el proceso.

En el origen, el regulador

La televisión digital terrestre (TDT) inicia su recorrido en los Estados Unidos con el pistoletazo de salida dado por la *Federal Communications Commission* (FCC) en 1996, bajo la Administración Clinton, tras aprobar el estándar de televisión digital propuesto por el *Advanced Television Systems Committee* (ATSC) y establecer unos plazos de implantación que arrancaban con el inicio de emisiones para mayo de 1999 (www.fcc.gov). Se programa un proceso de cobertura progresivo que debe concluir con el «apagón» analógico establecido para el 31 de diciembre de 2006 o cuando el 85 por ciento de los hogares tenga capacidad de recibir la señal de la *Digital Television* (DTV), término que se ha impuesto en Estados Unidos sobre el de *Digital Terrestial Television* (DTT) .

Por imperativo legal los *broadcasters* norteamericanos se ven impelidos a migrar del tradicional sistema de difusión analógico hertziano terrestre a un sistema digital que emplea el estándar ATSC (www.atsc.org). Una norma que surge como fruto de una injerencia anterior de la Administración norteamericana al promover la creación de la Gran Alianza, para unificar los esfuerzos de investigación de la industria a la búsqueda de sistemas de mejora la televisión en color NTSC, el estándar norteamericano.

El propósito de la Administración es lanzarlos a la cooperación para obtener unos resultados que les permitan saltarse el estadio intermedio de tránsito del analógico al digital. Ese paso intermedio suponía la mejora de la televisión en color con los sistemas de televisión de alta

Fundación Telefónica
Telefónica

definición analógica, en la que japoneses y europeos les habían ganado la carrera y habían invertido ingentes presupuestos de dinero, nutridos en gran parte por el erario público. El solo anuncio, realizado por los norteamericanos en 1992, de su apuesta por el «todo digital» sirvió para desactivar la implantación en el mercado de los estándares de televisión analógica de alta definición que habían madurado japoneses y europeos (Larrègola, 1998), y devolvió a los norteamericanos el liderazgo en la carrera tecnológica en este sector.

Regulación interior versus desregulación exterior: en defensa de la hegemonía industrial

Parece indispensable subrayar la incesante injerencia reguladora del Estado en este sector, en paralelo a la exportación de la doctrina desreguladora como garante del sistema liberal de mercado para el resto del planeta. Y es que detrás de estos movimientos se encierran ingentes intereses de hegemonía económica e industrial, además de otros de carácter estratégico vinculados a las funciones militares de la tecnología y específicamente del uso de las imágenes de alta definición.

El tránsito de un sistema de televisión a otro supone una revolución para la industria electrónica manufacturera de equipos de producción y difusión, y sobre todo para la rama de electrónica de consumo, productora de equipos de recepción, un terreno, el de la fabricación de televisores, que la industria norteamericana había abandonado casi por completo en su territorio. Una buena parte del león de los beneficios del tránsito entre sistemas se deberá a la completa renovación del parque de receptores. De ahí la lógica falta de interés norteamericana por aceptar el paso intermedio de la televisión de alta definición de base analógica y su interés por pasar directamente al todo digital, terreno en el que su industria tiene el liderazgo. El escenario digital supone un relanzamiento de diferentes ramas de la industria electrónica norteamericana, incluido el suministro de componentes de base digital, necesarios para la nueva generación de receptores de televisión digital, y los periféricos asociados, de los *Set Top Box* (STB) a los *Personal Video Recorder* (PVR) o *Digital Video Recorder* (DVR) como se prefiere llamarlos actualmente.

Este cambio en el juego, marcado por la Administración norteamericana, le otorga a los Estados Unidos el liderazgo en la búsqueda de un estándar para la televisión digital y coge con el pie cambiado a sus competidores japoneses y europeos. Aunque en Europa se reacciona y se establece un completo estándar digital, el *Digital Video Broadcasting* (DVB), con una completa gama de especificaciones para todos los soportes, incluido el DVB-T para la televisión digital terrestre (www.dvb.org), la pugna de estándares digitales estaba servida y los diferentes países debían tomar sus decisiones respecto a cuál adoptar para establecer sus sistemas de TDT y promover la migración del analógico al digital. Por el momento las espadas están en alto, la inclinación por el estándar americano ATSC parece tendencia mayoritaria en el continente americano, mientras el europeo DVB, además de en Europa, está ganando adeptos en los países asiáticos más desarrollados y en Australia.

Formatos de la TDT

Fundación Telefónica
Telefónica

La televisión digital terrestre es un sistema de televisión que afecta al conjunto de los elementos implicados en el proceso televisivo, equipos de producción, equipos de difusión y equipos de recepción. Consiste por tanto en digitalizar todo el proceso, lo que implica la renovación de las infraestructuras de producción, la de los equipos de emisión y la de los equipos de recepción. Los dos primeros capítulos van a cargo de los *broadcasters* y el último repercute sobre los usuarios, que deben dotarse de televisores digitales o de STB adaptadores de la señal digital a sus viejos televisores analógicos. La televisión digital terrestre puede aprovechar la red de difusión de la televisión analógica, con el obligado cambio de emisores, y los usuarios podrán seguir utilizando sus antenas analógicas para la recepción de la TDT.

El estándar americano ATSC contiene diversas especificaciones. «Los formatos de transmisión, dentro del estándar desarrollado para la televisión digital, están definidos por el número de líneas que componen la imagen y por la forma en que las líneas son presentadas en la pantalla de forma interlazada o progresiva. La lógica para el resultado es: a más líneas mejor definición de imagen e imágenes de mayor calidad para la presentación progresiva que para la interlazada. Los guarismos identificativos de los formatos serían 480-I, 720-I, 1080-I y 480-P, 720-P o 1080-P. En principio se consideraba que las 1.080 líneas marcaban la frontera de la televisión de alta definición (HDTV) dentro de los formatos digitales. El punto de partida para el desarrollo de la HDTV a nivel mundial se centraba en las 1080-I, puesto que el interlazado es la forma de presentación tradicional de la televisión. Y así se empezaron a desarrollar los equipamientos en este formato. Más recientemente en el mercado americano se acepta la calidad que suministra el formato 720-P también como televisión de alta definición» (Pradoy Franquet, 1998).

Al final, en la práctica se han ido decantando estas posibilidades y sus correspondientes nomenclaturas. Así, en Estados Unidos se refieren a la *High Definition Television* (HDTV) cuando se utiliza tanto la norma de 1080-I como la 720-P, y un aspecto de pantalla de ratio 16:9; y a la *Standard Definition Televisión* (SDTV) cuando se utilizan cualquiera de los otros formatos y un aspecto de pantalla de ratio 4:3 ó 16:9 indistintamente.

El estándar ATSC permite la transmisión de diferentes programas simultáneamente sobre un canal de 6 MHz, que era el ancho de banda ocupado por un canal analógico de NTSC. Esa capacidad de transmisión permite la inclusión de uno o, según las características del contenido, hasta dos programas de HDTV, hasta cinco de SDTV, varias combinaciones de HDTV y SDTV y servicios interactivos y transmisión de datos, conocidos también como *Enhanced TV* o *Datacasting.*

Todo el protagonismo para los broadcasters

Los Estados Unidos están decididos a marcar el ritmo de la migración de la televisión analógica a la digital, y ya en 1997 la FCC determina qué canales se destinarán a la transmisión digital. Se apuesta decididamente por un modelo de implantación de la TDT que se soporta sobre los *broadcasters* existentes. Para eso, se le atribuye a cada uno de los que tienen una licencia para explotar un canal analógico, un canal digital de 6Mhz, gratuitamente y sin que medie ningún nuevo proceso concesional. La única condición es que implementen el servicio a los

Fundación Telefónica
Telefónica

ritmos y plazos preestablecidos para cumplir con el objetivo de llegar al apagón analógico en el plazo o condiciones ya mencionados. En ese momento los *broadcasters* devolverán al Estado las frecuencias que ocupaban para sus emisiones analógicas, con lo que la administración podrá destinar esa parte del espectro para nuevos usos y servicios.

En estas condiciones, y aunque la migración digital no respondiera a una demanda o necesidad objetiva de los *broadcasters*, éstos se entregan a la toma de decisiones que debe conducirlos a la emigración hacia el todo digital. Pese a que los requerimientos de la FCC situaban el inicio de la implantación de la TDT para mayo de 1999, éstos aceleraron el proceso y para finales de 1998 ya emitían señales digitales 22 estaciones en los 10 mayores mercados televisivos norteamericanos(www.digitaltvzone.com), año en el que llegaron al mercado los primeros televisores digitales.

Pero, pese a este entusiasmo madrugador el camino no iba a ser de rosas. Sea por el alto coste de los equipos de producción y transmisión, sea por dificultades técnicas específicas, algunas estaciones, especialmente aquellas más modestas o que operan en mercados demográficamente pequeños, topan con muchas dificultades para cubrir los plazos marcados por la FCC. Según las previsiones del regulador, 1.288 estaciones comerciales tenían que estar transmitiendo a primeros de mayo de 2002 con lo que se hubiera alcanzado una cobertura del 95,8 por ciento de los hogares norteamericanos. Pese al crecimiento importante de estaciones que instalan sus equipos digitales, cerca del 70 por ciento de las estaciones comerciales no llegaron a cumplir con el plazo establecido de iniciar su difusión en digital (www.ce.org). La mayoría de éstas eran estaciones de pequeños mercados que pedían aplazamientos porque tenían dificultades para levantar las torres de transmisión o dificultades económicas para asumirlo. De todas maneras la FCC, en 2001, ya les había echado una mano a las estaciones que se encontraban con serias dificultades económicas o técnicas para cumplir con los plazos.

El regulador flexibilizó las exigencias y aplazó a finales de 2004 la obligación de replicar en su totalidad el área de difusión de NTSC con la señal digital. Además también se relajan los plazos de la proporción de la programación analógica que debe ser emitida simultáneamente en digital (*simulcast*) que estaban establecidos en el 50 por ciento para el primero de abril de 2003, el 75 para 2004 y el 100 por cien para 2005. Las estaciones comerciales sólo están obligadas ahora a operar en *simulcast* en la franja de *prime time*. Los plazos para las estaciones públicas también fueron modificados y, si en principio estaban obligadas a estar transmitiendo en digital para el primero de mayo de 2003, ahora disponen de tiempo hasta finales de 2005.

Digitalización intensiva

De todas maneras, el proceso no se detiene y el índice de digitalización de las cadenas comerciales es elevado y además sigue un ritmo acelerado dentro de las dificultades. Según los datos de la *National Association of broadcasters* (NAB), a principios de septiembre de 2003 se ha superado el millar de estaciones comerciales que están emitiendo a través de su estación digital terrestre. Las 1003 estaciones digitales operan en 201 mercados y dan una cobertura de TDT al 90,17 por ciento de los hogares norteamericanos (www.nab.org) (cuadro (1)).

Fundación Telefónica
Telefónica

Aunque lejos de los objetivos marcados inicialmente por el regulador, las cadenas comerciales han acelerado sus instalaciones digitales en el presente año y han alcanzado una alta penetración con la TDT. De hecho, según los datos de la NAB, el 80 por ciento de los hogares televisivos norteamericanos está ubicado en mercados con cinco o más estaciones emitiendo en digital terrestre y el 52 por ciento tiene disponibles ocho o más estaciones de TDT emitiendo en su área.

Estos datos confirmarían que la escasa penetración de la TDT en el mercado no podrá ser atribuida, en adelante, a la falta de cobertura de las emisiones, sino a otras razones, entre las cuales destaca sobremanera la peculiar configuración del mercado televisivo norteamericano respecto a sus sistemas de difusión. Cuando la FCC da el pistoletazo de salida para la implantación de la TDT, el 65 por ciento de los hogares recibe las señales de las estaciones de los grandes *networks* generalistas (ABC, CBS, Fox y NBC), además de las de los emergentes, las independientes y las emisoras públicas de la PBS que emiten vía hertziana en el ámbito de operación del cableoperador y sólo un 26 por ciento recibe la señal de los *broadcasters* vía antena.

La falta de must carry es un obstáculo insalvable

Si sólo uno de cada cuatro hogares recibía las señales de las cadenas comerciales analógicas terrestres por medio de su antena en el momento del lanzamiento de la TDT, los *broadcasters* se encontraban con un problema añadido para su penetración con la TDT: la mayoría de sus espectadores les recibían a través de otros soportes de difusión multicanal. Por ello desde el inicio reclamaron que una norma *must carry*, similar a la aplicada a sus emisiones analógicas, se aplicara a las digitales. La norma *must carry* obliga a los cableoperadores a incluir en su paquete básico de abono las señales de las estaciones *broadcaster* que difunden su señal en su área de cobertura. De tal modo los abonados dejan de utilizar su antena ordinaria para tomar las señales aéreas de los *broadcasters* y esta señal les llega por el mismo cable al que están suscritos.

La FCC no dispuso una norma *must carry* similar a la analógica para las emisiones de TDT, con lo que los cableoperadores interpretaron que la norma precedente sólo les obligaba a cargar la señal analógica de los *broadcasters*. Este déficit está protagonizando todo el proceso de tránsito y, pese a las reiteradas protestas de la NAB, los cableoperadores siguen mayoritariamente resistiéndose a cargar la señal digital de los *broadcasters* y la FCC no se ha decidido a emitir una norma explícita de *must carry*. En su lugar el presidente del organismo regulador, Michael Powell, emitió en 2002 su *Proposal for Voluntary Industry Action to Speed the Digital Television Transition* con la que pretende comprometer a todas las ramas de la industria en la aceleración de la migración hacia el «apagón» analógico (www.fcc.gov).

En este documento se proponía a los cableoperadores que tuviesen un sistema con capacidad de 750 MHz o más que cargaran gratuitamente al menos las señales digitales de cinco *broadcast* o otros servicios digitales que incluyan programación digital con valor añadido en al menos la mitad de su parrilla de *prime time*. Los cableoperadores no han abrazado con ilusión esta propuesta y según el presidente de la NAB, Edward O. Fritts (2003), sólo algunas

Fundación Telefónica
Telefónica

estaciones digitales está siendo cargadas, «en base nacional, menos de un 10 por ciento de cableoperadores cargan las estaciones digitales de los *broadcasters* locales. Para ser exactos, sólo 75 estaciones de TDT son difundidas por el cable y 55 de ellas lo son por los sistemas de Time Warner».

Con este escaso compromiso por parte del cable es difícil que puedan alcanzarse los objetivos de penetración efectiva de la TDT marcados por el Congreso y la FCC, que como se recordará establece en 85 por ciento la penetración de la televisión digital para que los *broadcasters* tengan que devolver el espectro que ocupan con sus emisiones analógicas. Como señala el presidente de la NAB, «Cuando el 70 por ciento de los hogares accede a los canales *broadcast* a través del cable, sabemos que la carga de las señales de DTV por parte del cable debe ser parte de la solución. Para alcanzar el 85 por ciento, tenemos que alcanzar al 70 que son hogares cableados» (Fritts, 2003).

Lenta actualización del parque de receptores

Con ser trascendente, la falta del *must carry* no es el único obstáculo para la penetración de la TDT en Estados Unidos. Pareja importancia, al menos, tiene la disponibilidad de equipos de recepción en el mercado. Su disponibilidad, en cualquiera de las modalidades que habilitan para la recepción de TDT, sean monitores con STB, sean televisores con sintonizador integrado, sean proyectores con sintonizadores externos, es todavía escasa. De hecho, basándose en los datos de las ventas realizadas hasta septiembre de 2003, la Consummer Electronics Association (CEA) calcula que a finales del presente año el 8 por ciento de los hogares dispondrá de equipos de visionado digitales, una pequeña porción para las ingentes inversiones efectuadas por los *broadcasters* en la migración. Pero, además, sólo una pequeña proporción de estos equipos está adecuada para la recepción de TDT directamente (www.ce.org) (cuadro (2)).

A falta de un trimestre para finalizar el año 2003, las previsiones de ventas se verifican y además se produce un incremento de adquisición de equipos capaces de recibir la televisión digital terrestre, con lo que los mismos alcanzan una talla de 701.512 unidades preparadas para sintonizar la TDT del estándar ATSC en los Estados Unidos, contando los televisores con sintonizador de televisión digital terrestre integrado y STB con sintonizador de TDT para monitores y proyectores digitales. Un escaso parque que pone de relieve la extraordinaria importancia de obligar a los sistemas de cable a cargar las estaciones de TDT si se quieren alcanzar los objetivos de penetración en un tiempo razonable.

Otro empujón del regulador

Entretanto, la FCC, sin responder a la exigencia de *must carry*, ha dado un importante impulso a la multiplicación de televisores con sintonizador de TDT incorporado, al aprobar el 10 de septiembre de 2003 la propuesta que los fabricantes y los cableoperadores le habían hecho de común acuerdo para fabricar televisores digitales preparados para recibir señales de televisión

Fundación Telefónica
Telefónica

digital conectados directamente al cable sin necesidad de conectarse a un STB.

Se trata de la producción de televisores *plug and play* que la FCC aprueba, ya que a su juicio harán más fácil la transición a la televisión digital, promoviendo la competencia, la conveniencia y la simplicidad para los consumidores. El regulador acepta la propuesta que le remitieron la industria de electrónica de consumo y la del cable, el 19 de diciembre de 2002, introduciendo algunas modificaciones, entre las que destaca la obligatoriedad de incorporar a estos televisores, que podrán etiquetarse como *Digital Cable Ready*, un sintonizador de TDT (www.fcc.gov). La reacción favorable de los *broadcasters* no se hizo esperar y en una nota hecha pública, el mismo día 10 de septiembre, por el presidente de la NAB, E. O. Fritts, se congratulaban por la obligatoriedad de incorporar el sintonizador de TDT, pero reincidían en la pendiente reclamación de una norma *must carry* para sus estaciones digitales terrestres en el cable. «Paso a paso, la Comisión está removiendo los obstáculos que han retrasado la transición entre la televisión analógica y la digital. Es el momento oportuno para que la FCC cierre el círculo, adoptando reglas de carga que aseguren el acceso de los consumidores a las mil estaciones de televisión digital terrestre que están emitiendo y sirviendo a sus comunidades» (www.nab.org).

Es evidente que, sin responder al escenario óptimo para los *broadcasters*, esta decisión de la FCC influirá en la multiplicación de televisores digitales capaces de recibir las señales de TDT. Sin duda la demanda de televisores *Digital Cable Ready* incrementará el ritmo de penetración de los receptores digitales, lo que actuará como un elemento que favorecerá la reducción de precios de los equipos, otro de los elementos disuasorios para su penetración. El coste promedio de estos equipos se ha reducido en más de la mitad desde 1998 que se situaba en 3.147 dólares, mientras que ahora se halla en los 1.441 dólares (www.ce.org), y las estimaciones de la *Consumer Electronics Association* para 2006 les sitúan en un coste promedio de 1.134 dólares.

Pero no todas las razones de ralentización de la penetración son atribuibles a las dificultades técnico-políticas descritas. Muchos de los usuarios que adquirían equipos digitales de visionado renunciaban a comprar televisores con sintonizador de TDT, según la CEA, ya que preferían ahorrarse el diferencial entre un monitor y televisor integrado, hasta que la oferta de programación justificase la diferencia de precio.

Contenidos: deshojando la margarita

Los grandes *networks* tomaron inicialmente una posición de experimentación que progresivamente se ha ido incrementando, pero sin llegar a cumplir con los objetivos iniciales de contenido digital marcado por la FCC, objetivos que como hemos señalado han sido rebajados. Al principio los *networks* dudaban sobre la política a seguir en cuanto al uso de su canal digital. Había que decidir si se seguiría una política progresiva de difundir en digital los mismos contenidos que en su canal analógico, cuántas horas y si se optaba por emitir en HDTV o en SDTV. En este último caso, si aprovechar el ancho de banda sobrante para emitir otros programas y/o servicios de *Enhanced TV o Datacasting*. Pero finalmente la opción dominante ha sido la apuesta por la HDTV. Esta ha sido la opción de *The Big Three*, los

Fundación Telefónica
Telefónica

históricos tres grandes *networks* (*ABC, CBS* y *NBC*), mientras que el cuarto (*FOX*) se conforma con la emisión de SDTV aunque en pantalla de ratio 16:9, con calidad de imagen superior al DVD y con sonido *Dolby Suround*, la cadena gusta llamarla *high-resolution TV* y es lo que en la industria se conoce como *Enhanced Definition TV* (EDTV).

Así, la apuesta dominante en Estados Unidos en la implantación de la TDT es la de privilegiar la oferta de una mayor calidad de imagen y sonido, antes que la de aprovechar la mayor eficiencia en el uso del espectro para multiplicar la oferta de programas en definición estándar, por lo que los grandes *networks*, a los que se ha unido el emergente WB, concentran sus esfuerzos en la HDTV, camino en el que les acompaña también la televisión pública.

Concentran su esfuerzo de contenidos en esta apuesta, relegando la explotación de otras posibilidades: puesta en marcha de nuevos canales o inversión en nuevos servicios de datos relacionados con los programas o autónomos de ellos. Hay que resaltar que buena parte de los esfuerzos de los *broadcasters* en estos años ha debido concentrarse en el diseño e implementación de los medios de producción digital y sobre todo de los medios de difusión, lo que justifica en parte la focalización de sus esfuerzos en el campo de los contenidos a la emisión en *simulcast* de parte de su programación analógica en digital de HDTV.

La apuesta por los contenidos de alta definición

ABC eligió el formato 720-P para su oferta de HDTV y fue el primer gran *network* en inaugurar las emisiones de televisión de alta definición con la difusión, el 1 de noviembre de 1998, de «The Wonderful World of Disney: 101 Dalmatians». Progresivamente fue incrementado su oferta de HDTV, introduciendo otro tipo de programas de ficción, así como iniciando la emisión de manifestaciones deportivas y de especiales como la gala de los Oscar. En la temporada 2002-2003 llegó a emitir una gran parte de su *prime time* en alta definición hasta llegar a una oferta de más de 16 horas a la semana, compuesta básicamente por ficción: *sit-coms*, series y películas. Los programas informativos y los *reality* que complementan su oferta de *prime time* no son emitidos en alta definición. Además se emitieron en alta definición manifestaciones deportivas de alta gama como la *Super Bowl*, la final de la *National Basketball Association* y la *Stanley Cup*. Para la próxima temporada, el esfuerzo se incrementará, se incluye la transmisión en directo del campeonato de fútbol americano los lunes en *prime time* con «Monday Night Football» que será emitido en HDTV (www.abc.com).

CBS optó por el formato 1080-I para su oferta de HDTV, que ha puesto en antena en las últimas cuatro temporadas. Emite unas 24 horas semanales de programas en HDTV, de las que 11 corresponden a sus series y *sit-coms* de *prime time*. *CBS* fue el primer *network* que incluyó la HDTV en el *day time*, con la emisión en alta definición todos los días laborables de su *soap opera* líder «The Young and the Restless» desde el primero de junio de 2001 y hasta la actualidad. Además de la ficción ha utilizado la HDTV para las retransmisiones deportivas de grandes competiciones entre ellas cuatro *US Open Tennis Tournaments*, cuatro *Final Fours* y cuatro *Masters*. Además en 2001 emitió la *Super Bowl* in HD y la mayoría de los *AFC Playoffs* desde 2001. Por otra parte, CBS también utiliza la HDTV puntualmente para eventos destacados como los premios Grammy de 2003 con *Dolby Digital Audio*. Para la próxima

Fundación Telefónica
Telefónica

temporada mantendrá su esfuerzo en ficción y planea difundir la *Super Bowl* de 2004 en alta definición y ha anunciado también que incluirá la retransmisión de un partido semanal de la temporada regular de la Liga de Fútbol Americano (NFL) (www.cbs.com).

NBC también optó por el formato 1080-I, y fue el primer *network* en dotarse de un estudio completo para la realización de un programa en directo de TDT en HDTV, que dedicó a la producción diaria en los días laborables de un *talk show*, el famoso «The Tonight Show with Jay Leno» que se emite en alta definición desde 1999. Además, fue introduciendo la ficción en su apuesta por la alta definición así como algunas manifestaciones deportivas, muy destacadamente los Juegos Olímpicos de invierno de 2002, a los que dedicó 132 horas de retrasmisión y 268 horas de diferido. En la temporada 2002-2003 emitía una media de 8 horas de HDTV en su *prime time*, compuestas por series y *sit-coms*, pero se incrementan a 11 horas para la próxima temporada, lo que supone un 52 por ciento del *prime time*, cerca ya del objetivo de la cadena situado en un 60 por ciento. La *NBC* planea incrementar también la oferta de HDTV en eventos especiales, deportes y cine o *tv movies* (www.nbc.com).

Ficción, deportes y shows especiales como receta dominante

La política editorial de los tres grandes *networks* es coincidente, ya que recurren mayoritariamente a los mismos macrogéneros: la ficción, los deportes y el *show*. En la primera categoría se llevan la palma los géneros serie y *sit-com,* mientras que serial y cine tienen un rol subsidiario. En la segunda, la apuesta genérica dominantes es la de la retransmisión en directo de grandes competiciones. Y en la tercera, se concentra en los especiales, mayoritariamente ceremonias de premios. Los otros dos ingredientes mayoritarios de las emisiones de *prime time* como son los informativos y el *info-show* no gozan de la alta definición. El *info-show* en alta definición sólo encuentra acomodo fuera del *prime time*, en la franja de *late night* y sólo se da el caso del ya mencionado «The Tonight Show with Jay Leno» que emite la *NBC*. Para los informativos no ha llegado la hora de la alta definición en los grandes *networks* comerciales y sólo son practicados por la televisión pública que casi centra su oferta de HDTV en este macrogénero.

La televisión de alta definición, motor y arma competitiva

Como puede verse, la estrategia de implantación de la TDT seguida por los *broadcasters* norteamericanos se apoya mayoritariamente en las emisiones en alta definición, lo que la convierte en una arma estratégica para la era digital. Aplazan para el futuro el empleo de las otras ventajas que ofrece la TDT y que seguro se desplegarán conforme madure la migración al «todo digital», y los televisores digitales estén mayoritariamente dotados de los mecanismos necesarios para hacer efectiva la interactividad. En todo caso, la opción por la HDTV como motor de la TDT parece acertada si se tiene en cuenta que según los datos de la CEA el 85 por ciento de los televisores digitales vendidos en 2002 fueron de alta definición, y aunque se espera que, debido a la mayor diversidad de modelos comercializados en 2003, la proporción se sitúe en un 80 por ciento la preferencia por la HDTV es perfectamente inferible

Fundación Telefónica
Telefónica

(www.ce.org).

Otro síntoma de la fuerza competitiva de la HDTV es que los operadores de satélite y cable se han lanzado a la oferta de emisiones y canales de alta definición. Los más madrugadores fueron los satélites y los dos principales operadores *EchoStar* y *DirectTV*, cuentan ya con más de 5 canales de HDTV en su oferta entre ellos los canales de HD puestos en marcha por los dos servicios *premium* del cable *HBO* y *Showtime*. Los operadores de satélite han sido además más generosos al cargar las emisiones de HDTV de los *broadcasters*, lo que incrementa su volumen de emisiones disponibles en alta definición. El cable llega más tarde a la convicción de incorporar las emisiones de HDTV a su repertorio, pero ahora las abraza con decisión tras la renovación de sus plantas analógicas con la puesta al día digital. Parte de la resistencia a aceptar la extensión de la norma *must carry* vigente para la televisión analógica terrestre a la TDT radica en proteger el lanzamiento del negocio de la HDTV sobre el cable, obteniendo por ello un sustancioso reembolso económico por el ancho de banda requerido por estos canales, en lugar de entregarlo gratuitamente a los *broadcasters*. El repertorio de canales de alta definición disponible en el cable supera la decena y antes de finalizar el año se incorporarán algunos más. La mayoría son canales de alta definición articulados por canales de cable preexistentes como los *premium HBO* y *Showtime*, o otros de otras categorías como *A&E, Discovery, Bravo, ESPN*, etc., o canales específicamente creados *ex-novo* en alta definición como *HDNET* y *iNDEMAND*.

Los macrogéneros dominantes en la oferta de HDTV del satélite y el cable son, como en las estaciones de TDT, la ficción y el deporte, si bien hay una considerable presencia de la información e incluso alguna incursión en los servicios avanzados y de carácter interactivo como la que representa el canal *iNDEMAND*.

No cabe duda que los *Multichannel Video Program Distributors* (MVPD) sea en cable o satélite se han beneficiado de la revolución digital estimulada por la migración de la televisión analógica terrestre a la televisión digital terrestre y, en parte, gracias al arrastre de la opción estratégica de los *broadcasters* por la HDTV como motor de la TDT. El más beneficiado ha sido el satélite, ya que ha experimentado un notable incremento de suscriptores, que se sitúa en torno al 20 por ciento de penetración, creciendo 13 puntos desde 1996, mientras que el cable se sitúa en más del 68 por ciento de penetración con un más modesto incremento de 3 puntos desde la misma fecha (www.ncta.com). Con este nivel de penetración de los MVPD, resulta evidente que el grado de penetración efectiva de la TDT por sus propios medios tiene un horizonte corto y, por tanto, la norma *must carry* para la TDT es insoslayable para poder llegar al «apagón» analógico.

El futuro no está fijado

La TDT en Estados Unidos ha sido utilizada por la Administración para producir un efecto de piedra en el estanque, que estimulara la reacción de las industrias audiovisual y electrónica, de modo que tuvieran un liderazgo indiscutible en la revolución digital.

La decisión de ponerle plazos a la migración con un horizonte conocido de «apagón» analógico

Fundación Telefónica
Telefónica

combinada con la de dar todo el protagonismo a los *broadcasters* ya existentes tiene un innegable efecto potenciador. Resulta evidente que la decisión de otorgar un canal de TDT completo (6Mhz), en lugar de un solo programa, ha motivado la implicación de los *broadcasters*, que podrán disfrutar de todas las ventajas de la TDT, sea la mayor calidad de imagen y sonido, sea la capacidad de transmisión de más de un programa o sea la capacidad de transmisión de servicios de datos. Por otra parte, esa decisión no introduce nuevos actores en el panorama televisivo, lo que permite asumir los costes de la digitalización desde una posición de cierta estabilidad.

El resultado es un compromiso de los *broadcasters* con la digitalización que se refleja en el elevado grado de cobertura alcanzado en la difusión de TDT. Pero una cosa es la cobertura y otra la penetración efectiva, y ésta es todavía residual básicamente por dos razones. La primera es la lentitud con la que los usuarios adquieren televisores digitales o STB adaptadores con sintonizador. Detrás de esa lentitud se encuentra tanto el elevado coste inicial de los equipos como la escasa oferta de contenidos disponibles. La segunda es el elevado grado de hogares que reciben los canales de televisión hertziana analógica a través de algún sistema de MVPD, lo que reduce a un 12 por ciento los hogares que las reciben por medio de sus antenas, las mismas que les servirían para recibir sus emisiones de TDT.

El comportamiento de los principales MVPD respecto a la difusión en sus sistemas de las estaciones de TDT es desigual, mientras que el satélite se ha mostrado más receptivo; el cable se ha negado a transportarlas gratuitamente hasta el momento. Dada la enorme penetración del cable, éste aparece como el principal problema para alcanzar los objetivos de penetración y no parece viable el apagón analógico previsto para 2006 o para cuando se alcance una penetración efectiva del 85 por ciento, si no media una orden de *must carry* para el cable.

La opción de tomar como motor la HDTV ha actuado como elemento dinamizador y ha promovido la apuesta de los MVPD por competir en este terreno, lo que actúa como un elemento unificador de fondo que podrá favorecer la convergencia final de intereses entre operadores de TDT, de cable y de satélite, pero también deja en un segundo plano la apuesta por los servicios innovadores de carácter interactivo.

Bibliografía

FRITTS, E. O.: «*Broadcasters* Breakthrough Digital Television Year», *Destination Digital TV*, volume 3, number 3, NAB, Washington, 2003.

LARRÈGOLA, G.: *De la televisión analógica a la televisión digital*, CIMS, Barcelona, 1998.

PRADO, E. y FRANQUET, R.: «Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución», *ZER* núm. 4, mayo, UPV, Bilbao, 1998.

Sitios web

Fundación Telefónica
Telefónica

www.abc.com

www.atsc.org

www.cbs.com

www.ce.org

www.digitaltvzone.com

www.dvb.org

www.fcc.gov

www.nab.org

www.nbc.com

www.ncta.com

Fundación Telefónica