



La facturación publicitaria de las TV regionales cae un 23%

Ingresan un total de 135 millones de euros frente a los 178 millones registrados hasta septiembre del año pasado

R. G.

MADRID. Las cadenas públicas autonómicas no logran levantar cabeza. Hasta finales de septiembre, según datos facilitados por fuentes del sector, los ingresos publicitarios de estas operadoras de televisión, agrupadas en la Forta (Federación de organismos de radio y televisión autonómicos), se redujeron más de un 20 por ciento con respecto a los nueve primeros meses de 2010. En total, estos canales, situados en la piqueta por las pérdidas en que incurrirán año tras año, facturaron alrededor de 135 millones de euros, 40 millones menos que hace un año.

Este descenso contrasta con la caída registrada por el mercado televisivo que, hasta septiembre, se ha reducido alrededor de un 8 por ciento con respecto a 2010, perdiéndose por el camino una inversión de cerca de 140 millones de euros hasta los casi 1.600 millones de euros.

De esta forma, la tendencia a la baja en la captación publicitaria de estas cadenas se mantiene en lo que va de año en un momento en el que, más que nunca, se cuestiona su funcionamiento y su viabilidad. De hecho, de ser el Partido Popular el vencedor de las próximas elecciones generales, tal y como lo ha manifestado en contadas ocasiones, cambiaría la actual Ley Audiovisual para permitir la privatización de estas cadenas. Una solución a la que sumarían muchas de las comunidades autónomas en las que gobierna el partido. Una de las regiones más partidarias de esta privatización sería Madrid, donde Esperanza Aguirre ya ha declarado su intención de que Telemadrid deje de ser una televisión pública.

Modelo TVE

En mitad de esta coyuntura las televisiones privadas también aprovecharon el pasado viernes para proponer un modelo de televisión



Telemadrid sería una de las primeras cadenas en privatizarse. J.C. MALDONADO

autonómica mucho más barato que no impida a estos canales participar del mercado publicitario.

El presidente de Uteca, la asociación que representa los intereses de las operadoras privadas, José Miguel Contreras, señaló entonces que "no tiene sentido que una televisión pública como la nacional no incluya anuncios y que sin embargo, las cadenas públicas regionales si lo hagan". Uteca lleva muchos años detrás de los millones que las televisiones regionales facturan en el ámbito publicitario y

ahora, con todo el revuelo generado alrededor de las deudas de estas televisiones, que hacen necesario un replanteamiento de su función y su modelo, trata de meter presión a las Administraciones para que tengan en cuenta sus reivindicaciones. Sin embargo, desde la Forta rechazan la posibilidad de dejar de financiarse con la publicidad dada la situación de las finanzas públicas.



Más información
relacionada con este tema en
www.eleconomista.es