

INFORME

## La gran oferta de canales de TDT hunde las audiencias millonarias

► La fragmentación del mercado lleva a que TVE sea líder con solo el 16% de cuota

► El fútbol sigue siendo el único gran cohesionador de los televidentes

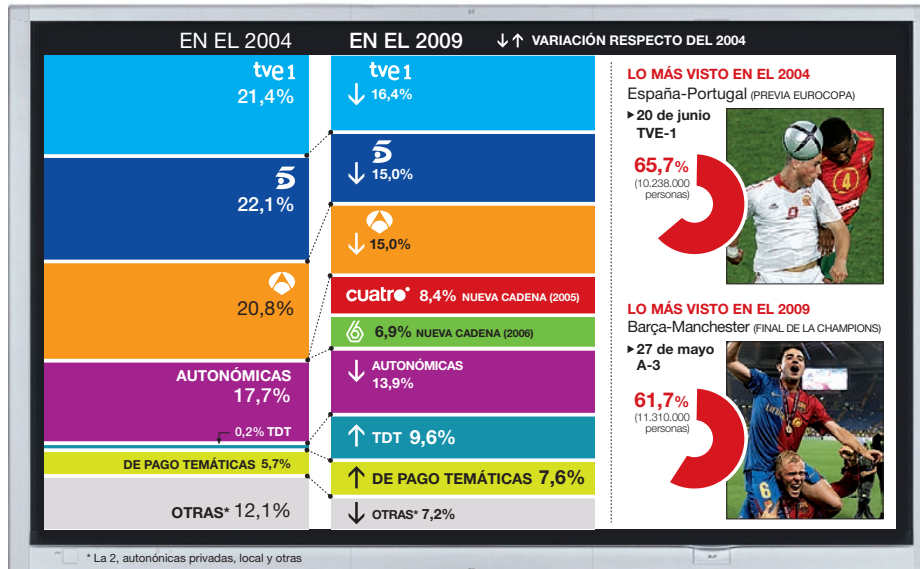
MANUEL DE LUNA  
BARCELONA

En 1990, cuando en España nacieron las privadas (C+, Tele 5 y A-3TV), TVE-1 era la dueña y señora con una cuota de pantalla irreal, 52,4%, seguida de La 2, con un 20,2%. Es decir, TVE se llevaba el 72,6% de los poco más de 33 millones de espectadores potenciales que había por entonces. Casi dos décadas después, y con 10 millones más de televidentes, TVE-1 sigue líder, pero con un exiguo 16,4% de cuota en lo que va de año (3,9% para La 2). La razón de esta caída es obvia: la aparición de las privadas (y 12 autonómicas), que han fraccionado el pastel de la audiencia y, por tanto, el publicitario. Pero esta atomización no tiene visos de tocar fondo. La aparición de la tele digital terrestre (TDT), que multiplica el número de canales, así como las nuevas tecnologías (internet, teléfonos móviles, vídeo bajo demanda...) auguran una mayor atomización del mercado audiovisual. La pregunta ahora es saber hasta dónde se fragmentará la audiencia y, sobre todo, cuál es el mínimo de cuota que puede soportar una cadena para ser rentable. El apagón analógico del próximo mes de abril nos iluminará.

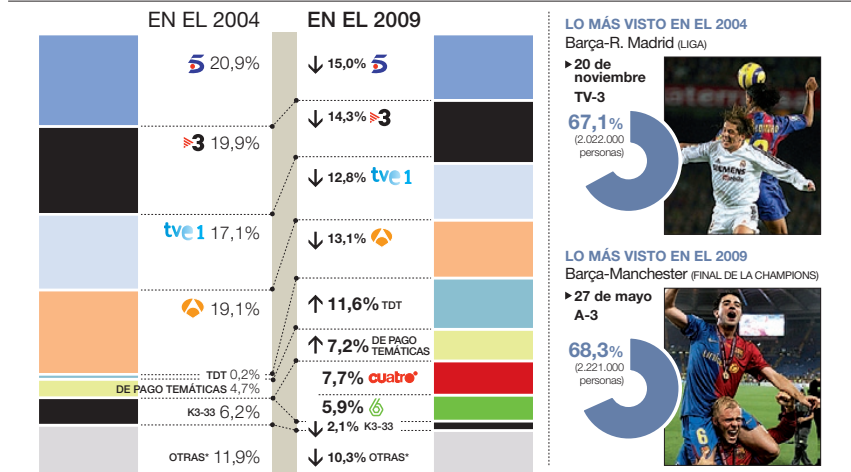
«Parece evidente que una vez que se complete el encendido digital y que todos los espectadores tengan disponible la oferta temática en concesión TDT, se estabilizará la tendencia decreciente de las cadenas», apunta Valeria Querol, jefa de Análisis de Barlovento Comunicación. «De esta forma -augura Querol-, la cuota de la cadena líder podría situarse en torno al 14%, si bien, en EEUU, por ejemplo, el umbral se si-

### LA FRAGMENTACIÓN DE LA AUDIENCIA DE LAS PRINCIPALES CADENAS

#### ► EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE PANTALLA EN ESPAÑA



#### ► CUOTA DE PANTALLA EN CATALUNYA ↓ ↑ VARIACIÓN 2009-2004



Fuente: Barlovento Comunicación con datos de Sofres. \* La 2, autonómicas privadas, local y otras

CRISTINA CLAVEROL

túa en torno al 10%».

El ejemplo de EEUU, referente mundial del negocio televisivo, deja claro que la atomización es una realidad a la que vamos abocados sin remedio. Claro que un 10% en EEUU, país donde se acercan a los 300 millones de habitantes, no es el mismo 10% que en España, donde vivimos poco más de 46 millones de personas. ¿Con un 10% de cuota podría ser rentable una televisión de ámbito estatal?

«Es complicado establecer una audiencia mínima rentable sin valorar al mismo tiempo los costes de producción -reconoce Querol-. Hay cadenas temáticas cuya audiencia apenas alcanza el 1%, pero en cambio su índice de rentabilidad es elevado. En cualquier caso -concluye-, las grandes cadenas estatales no podrán hacer frente a las costosas producciones de la misma manera que antes».

Ante este panorama tan complicado que se presenta para el 2010, las fusiones entre cadenas -una opción bendecida por el Gobierno a principios de año, al eliminar el límite del 5% en participaciones cruzadas entre emisoras- parece la salida más beneficiosa para todos, como reconoce la experta de la empresa Barlovento Comunicación: «Para algunos actores esta será la mejor alternativa para poder mantener su rentabilidad económica».

Otro tema son los nuevos canales autonómicos privados, licencias nacidas a la sombra de la TDT, y más sensibles a la atomización. Pese a este inconveniente, Querol considera que tienen su hueco: «Al igual que el resto, deberán ajustar los presupuestos de producción y reducir al máximo los costes, puesto que el alcance de su publicidad será menor. Pero, en principio, autonómicas privadas como la catalana 8TV o la madrileña Onda6 pueden ser rentables, ya que el sector publicitario también seleccionará mejor su plataforma para ajustarse a su consumidor objetivo». Lo que parece claro, tal como muestra el gráfico, es que, en medio de la atomización a la que estamos abocados, el fútbol es el único producto televisivo que seguirá cohesionando audiencias millonarias. ■