

La crisis ahoga los medios locales

Los recortes presupuestarios acaban con la radio y la televisión de L'Hospitalet ● Los problemas se multiplican en las cadenas municipales

MAIOL ROGER
Barcelona

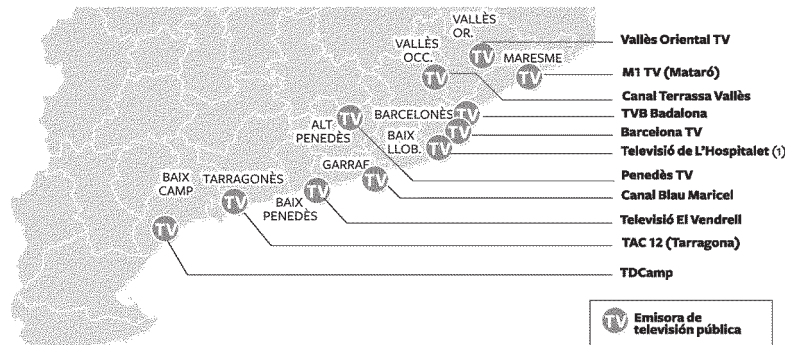
“Esta ciudad no puede tener unos medios de comunicación que cuesten 2,8 millones de euros. Que quede claro”. Con esta frase Núria Marín, alcaldesa de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelonès), cerró el viernes cualquier atisbo de esperanza para los trabajadores de la televisión y la radio públicas del municipio: los medios públicos de L'Hospitalet cerrarán en 2012 por falta de presupuesto.

“L'Hospitalet pierde la voz del pueblo. Quitas el derecho a la ciudadanía a saber qué está pasando en la ciudad”, lamenta Carlos Verdugo, uno de los portavoces de la plataforma Salvem TVL'H, creada a raíz del anuncio del cierre. Completa la tesis Josep Àngel Guimerà, profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona e investigador del Instituto de la Comunicación (InCom-UAB) de este centro: “Hay un cierto apagón mediático, en una ciudad donde los medios de comunicación municipales promovían el sentimiento de identidad ante la gran Barcelona”. Según la plataforma Salvem TVL'H, 61 profesionales perderán el trabajo tras el cierre.

El caso de L'Hospitalet llega tras el recorte de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, que deberá reducir el 13% de su presupuesto, lo que podría suponer el cierre de dos canales. Ambos casos son solo la punta del iceberg de una situación que empieza a extenderse por las radios y televisiones locales y puede ir a más en los próximos años. A la crisis de los Ayuntamientos, obligados a pasar la tijera por todas las partidas, se suma la reducción publicitaria, un conjunto letal para los medios. Mataró cerrará uno de sus dos canales locales;

Las televisiones y radios locales en Cataluña

■ DISTRIBUCIÓN DE LAS TELEVISIONES LOCALES PÚBLICAS



■ TELEVISIONES

Públicas	11
Privadas	27

■ RADIOS

Públicas	239
Privadas	4

■ CLASIFICACIÓN POR AUDIENCIA

TV locales por share (2)	
BTV	22%
Teletaxi	6,9%
Lleida TV	6,3%
25TV	6,2%
Canal Català Barcelona	4%

■ Radios locales por número de oyentes

COM Ràdio (3)	64.000
Ràdio Olot	11.000
Ràdio Vilafranca	8.000
Tarragona Ràdio	5.000
Ràdio Igualada	5.000

(1) La cadena cerrará en 2012. (2) Porcentaje sobre el total de espectadores de las TV locales. (3) La red de COM Ràdio aglutina a 140 emisoras.

Fuente: Informe de la Comunicación en Cataluña de la UAB y Barómetro de la Comunicación y la Cultura elaborado por la Fundacc. EL PAIS

Blanes (Selva) reducirá la radio local a la mínima expresión tras despedir a siete trabajadores; Manlleu (Osona) hará lo propio y dejará su radio con solo dos empleados, y Badalona reducirá a la mitad (de 2,6 a 1,3 millones) el presupuesto para sus medios.

Los ajustes presupuestarios obligarán a reestructurar el mapa de la comunicación local. Una realidad que nació a finales de la década de 1970 gracias al empuje de los vecinos y que llega profesionalizada al siglo XXI. En Cataluña hay, actualmente, 243 radios locales, 237 de ellas públicas. En televisión, el pastel es diferente: en la

TTD se reparten 38 canales y solo 11 de ellos son públicos.

Las televisiones deberán esforzarse para sobrevivir. El coste de la infraestructura dispara su presupuesto. De hecho, la primera reestructuración de este medio vino con la implantación de la TDT, cuando desaparecieron parte de las 111 cadenas locales existentes. “A la ampliación de los costes de la TDT se añade el descenso de ingresos de la Administración”, apunta Guimerà. Joan Sabaté, director general de la Fundación de Audiencias de la Comunicación y la Cultura (Fundacc), subraya: “Todas las cadenas, también las

privadas, reciben dinero público”.

Las emisoras locales cumplen una función a la que no pueden llegar los grandes medios: cubrir la información más cercana. “Reciben dinero público porque hacen un esfuerzo social, en el ámbito catalán, de la proximidad. El retorno existe, y ello justifica las subvenciones”, asevera Sabaté. Mantener una televisión local es costoso, y más con unas estructuras que, sostiene Guimerà, “se han ido profesionalizando y mejorando con los años”. L'Hospitalet se ahorrará los 2,8 millones de euros que dedicaba a los medios; Badalona, 1,3. Gestionar una televi-

sión pequeña como Canal Blau Maricel, del Garraf, costó en 2011 un millón de euros. “El mensaje que viene del mundo municipal es que se puede prescindir de la TV si no hay dinero”, expone Guimerà. La rentabilidad, en los medios, se mide por audiencia. Y las cadenas locales no pueden competir con los grandes medios: “Eso sería un error. Hay que diferenciar la audiencia de la influencia que se tiene sobre la población”, pide el director de Fundacc, que elabora cuatrimestralmente el Barómetro de la Comunicación y la Cultura. Para Sabaté, los medios locales han caído erróneamente en la tentación de intentar competir con los medios generalistas.

Radios y televisiones han apostado por agrupar contenidos como medida para ahorrar costes. La Xarxa de Televisions Locals (XTVL) reparte programación entre 44 cadenas televisivas, incluyendo las que emiten vía TDT y

Las emisoras locales compiten en recursos con otros servicios públicos

vía Internet. En radio, la emisora COM-Ràdio consorcia a 140 emisoras; otras 115 están agrupadas en la Fundación de Radios Locales de Cataluña.

Internet empieza a despertar como la vía para que los Ayuntamientos sigan costearo información local sin que ello afecte en demasía sus cuentas. “Hay que actuar con prudencia”, avisa Sabaté. Guimerà cree que si “la red coge volumen, probablemente muchos de los medios que emiten por ondas hertzianas acabarán haciéndolo por Internet”. Ambos expertos ven el futuro incierto. “Si los medios van desapareciendo, el tejido de información local se irá empobreciendo”, concluye Sabaté. Apostilla Guimerà: “Los servicios públicos se están peleando por unos recursos cada vez más escasos. Y aquí, la comunicación tiene las de perder”.