

LA ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN CRITICA LA DECISION DE UTECA DE CREAR SU PROPIO SISTEMA DE AUDIMETRIA

Ante la iniciativa adoptada por las televisiones privadas españolas de crear una empresa destinada a realizar sus propios análisis de audimetría, la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN quiere manifestar lo siguiente:

1. El análisis audimétrico es una herramienta fundamental para el funcionamiento del negocio televisivo; al menos, del negocio televisivo en abierto. De sus resultados depende en gran parte, no sólo la inversión publicitaria de los anunciantes por franjas, ámbitos y cadenas, sino también la programación de dichas cadenas y, por tanto, las posibilidades de los espectadores de elegir entre unas u otras ofertas de programas. Cualquier aspecto que afecta a los actuales sistemas de medición de audiencias afecta, por tanto, directamente a los espectadores.
2. Como defensores de los derechos de los ciudadanos en su papel de usuarios de la televisión, desde la AUC hemos criticado en reiteradas ocasiones las carencias técnicas y metodológicas del actual sistema de medición de audiencias. Incluso hemos llegado a pedir, con escaso éxito, la asunción por todas las partes interesadas (televisiones, anunciantes, centrales y agencias) de un código deontológico para la *difusión informativa* de los datos de audiencia, con el fin de evitar la utilización torticera de los diferentes conceptos de medición (audiencia media, cuota de audiencia, audiencia acumulada, etc.) a la que en ocasiones recurren las cadenas para destacar liderazgos más o menos ficticios.
3. Dicho lo anterior, siempre nos hemos manifestado a favor de la existencia de un único sistema de medición de audiencias asumido por todos los agentes del mercado, como única posibilidad de dotar de transparencia y neutralidad a un indicador que, en definitiva, no deja de ser una mera construcción técnica como pueden serlo el IPC o los índices bursátiles.
4. Si la iniciativa adoptada por UTECA hubiera sido el cuestionar el actual sistema de medición de audiencias para sustituirlo por otro, igualmente único, con una mayor participación de los diferentes agentes del mercado o más adecuado conceptualmente a los nuevos cambios que se están produciendo en el mercado, nada tendríamos que objetar. Pero su decisión parece orientarse hacia la creación de una *vara de medir* definida en función de sus particulares intereses, no ya cómo televisiones (puesto que las públicas quedan fuera de la iniciativa), sino como grupo de presión de las televisiones privadas. De este modo, podemos encontrarnos pronto ante un mercado caótico con varios datos de audiencia simultáneos y divergentes para que cada uno elija el que más le convenga. Ejemplos han existido en España que han venido a demostrar lo erróneo y perjudicial de tal escenario.

5. Por todo ello, como Asociación interesada en un mercado televisivo competitivo, transparente y beneficioso para los espectadores, queremos denunciar que la decisión de UTECA es, al menos tal y como se ha iniciado, una maniobra sesgada y corporativa que puede perjudicar gravemente al conjunto del mercado y, por tanto, a los espectadores.