

6.05.08

AUC pide disminuir los anuncios en las televisiones públicas, pero rechaza su eliminación propuesta por UTECA

La Asociación defiende también la responsabilidad social de las televisiones privadas y pide que el futuro Consejo Audiovisual regule contenidos.

En los últimos días diferentes responsables de las principales cadenas privadas españolas, junto con sus correspondientes en la prensa escrita y en la radio, han hecho oír su voz solicitando una serie de medidas para poner orden en el sector audiovisual, que fundamentalmente buscan excluir del mercado a los operadores públicos para aumentar así el volumen de negocio de los medios privados.

En relación a esas medidas, la Asociación de Usuarios de la Comunicación quiere manifestar lo siguiente:

1. AUC se ha mostrado siempre favorable a una reducción significativa del volumen publicitario de las televisiones públicas, así como de una armonización de modelo que garantice su independencia de los Gobiernos correspondientes. Sin embargo, rechazamos la desaparición total de la publicidad en esas cadenas, puesto que ello supondría un mayor coste para la ciudadanía o, a medio plazo, la imposibilidad de mantener una televisión pública socialmente eficaz y no marginal. Creemos, en este sentido, que los ingresos por este concepto en las televisiones públicas no deben superar el 30% de su gasto de explotación, concentrarse en fórmulas como el patrocinio de programas y reducir la saturación especialmente en prime time y franjas dirigidas a menores.
2. Un modelo eficiente de televisión pública debe contemplar también la posibilidad de contar, en el nuevo entorno digital, con canales temáticos e incluso de pago, siempre que se orienten a la cobertura de costes y a la atención de segmentos de demanda especializados y no rentables para la industria audiovisual, y se garantice el acceso universal y gratuito a los contenidos de interés social.
3. Los operadores privados no pueden renunciar a su función social, al menos mientras la televisión generalista siga aglutinando la gran mayoría del consumo en este medio. Por ello, deben cumplir la legislación audiovisual en aspectos como las restricciones publicitarias que establece la Directiva (un máximo de 12 minutos por hora) o la protección de los menores ante la programación.
4. AUC rechaza la pretensión de UTECA de que el previsto Consejo Superior de Medios Audiovisuales no actúe en materia de contenidos, sino sólo en la gestión de las licencias. Ello contraviene la situación existente en todos los países de nuestro entorno, que gozan de Consejos Audiovisuales con competencias de control y sanción en relación a los programas. La escasa eficacia del Código de Autorregulación suscrito por las cadenas españolas en 2005 evidencia la necesidad de ese órgano regulador.

Para más información:

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)
Alejandro Perales (600 56 46 92)