

«Hay que reinventar la TV pública», afirma Echevarría

M. L. G. F.

BILBAO. El presidente de Telecinco y de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas, Uteca, Alejandro Echevarría, manifestó ayer en Bilbao que hay que «reinventar la televisión pública». En su opinión, las cadenas estatales y autonómicas deberían emitir contenidos de interés público, en lugar de programación comercial, y tener una publicidad limitada, como ocurre en Gran Bretaña, Francia o Alemania.

Echevarría, que participó en el Foro Nueva Economía, manifestó que las cadenas privadas españolas se ven obliga-

das a competir «con el sector público más grande y voraz del mundo». Entiende el presidente de Telecinco que no tiene sentido que la televisión pública vasca, EITB, tenga un presupuesto de 143 millones de euros y vaya a disponer de cuatro canales, que costarán directamente a los ciudadanos 120 millones de euros.

Echevarría dijo que la crisis ha reducido las inversiones publicitarias, por lo que no todas las TV podrán sobrevivir y algunas tendrán que realizar expedientes de regulación de empleo, «aunque ese no será el caso de Telecinco», aclaró.



Alejandro Echevarría

**Pide a los periodistas vascos
que no sean neutrales ante ETA**

El presidente de la UTECA y de Telecinco dijo que los profesionales de los medios vascos «no pueden ser neutrales ante la barbarie» del terrorismo, «como si fueran corresponsales de guerra» dando cuenta de lo que ocurre en otro país. Opinó que los medios de comunicación en Euskadi «tienen el deber de aportar racionalidad, sosiego y moderación».

TDT de pago sí, pero sólo para las privadas

Uteca envía al Gobierno sus demandas en la 'Redefinición del sistema audiovisual español'

I. LONGHI-BRACAGLIA

MADRID.- Si el futuro del sector audiovisual dependiera sólo de los deseos de las cadenas privadas, sería bastante fácil de visualizar. Porque ya se han encargado éstas de dibujarlo en un documento remitido al Gobierno con sus propuestas para la futura Ley Audiovisual. Y, además de un extenso prólogo para justificar exigencias, proponen que en el camino hacia la era de la TDT se «reinvente» de la televisión pública (TVE y las autonómicas).

El apagón analógico (abril de 2010) marca de hecho el texto elaborado por Uteca, que se posiciona a favor de la aprobación de la TDT de pago para todos, excepto para TVE. Además, considera «fundamental» el adelanto del reparto de los multiplex -los cuatro canales de TDT que tendrá cada operador y que puede suponer un cambio de frecuencia de emisión- con la antenización garantizada.

Hoy se escuchará la reivindicación en boca de Alejandro Echevarría, el presidente de Uteca, ante la vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega. Dirá eso y otras cosas, como la necesidad de reducir a la mitad los canales de TDT que tendrán las públicas. Eso para empezar a eliminar una competencia que se anun-

cia feroz en plena crisis publicitaria.

Por ejemplo, con la previsión actual TVE tendrá «ocho canales con posibilidad de emitir 72 minutos de anuncios por hora de emisión en cada uno de ellos, frente a los 22 minutos de este año», protestan las privadas, que, como ya han reclamado antes, vuelven a exigir la eliminación total de los spots en las públicas porque éstas ya cuentan con los ingresos de los Presupuestos Generales del Estado.

Tampoco están de acuerdo en Uteca con los contenidos que compran y emiten. Creen que TVE no debería adquirir ni emitir eventos deportivos que dan una audiencia verdaderamente competitiva y subrayan que «debe comprar derechos deportivos alternativos a los que adquieran los privados».

Más: el Gobierno debería exigir a la televisión pública, donde dicen que «la audiencia debe ser una ambición y no una obsesión», un porcentaje mínimo de emisión de información, ficción española, programas culturales y divulgativos, espacios infantiles y juveniles, deportes minoritarios y cine español. Y que sólo pueda emitir contenidos producidos fuera de la Unión Europea cuando se demuestre que son de «indudable» servicio público».



Alejandro Echevarría es el presidente de Uteca. / ANTONIO HEREDIA

FUENTE: <http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/844902/11/08/Alejandro-echevarria-afirma-que-internet-es-el-unico-medio-en-auge.html>

Alejandro Echevarría afirma que internet es el único medio en auge

BILBAO, 5 (SERVIMEDIA) El presidente de Uteca y de Telecinco, Alejandro Echevarría, afirmó hoy en Bilbao que "hablar de los retos de comunicación es un tema complejo, difícil pero apasionante", y hablar de los medios de comunicación "supone hablar de prensa, radio, televisión e Internet". A este respecto, comentó que Internet es el único medio en auge.

Durante su participación en el "Fórum Europa, Tribuna Euskadi", organizado en Bilbao por Nueva Economía Fórum, Echevarría aseguró que "hay un estancamiento paulatino de la difusión de los periódicos", pero se mostró optimista y convencido de que "el soporte papel sobrevivirá".

Respecto al perfil de los lectores, manifestó que "ha habido una importante caída del número de lectores comprendidos entre los 14 y 34 años, reflejando así el envejecimiento de los mismos".

Asimismo, manifestó que este hecho "supone un reto para las empresas editoras, porque en un futuro no muy lejano estos jóvenes sustituirán en la pirámide de población a los que son ahora los principales lectores de prensa de pago".

Para hacer frente a esta caída, Alejandro Echevarría propuso "volver al origen" e invertir en la materia prima, que son "los periodistas".

PRENSA GRATUITA Respecto a la prensa gratuita, consideró que "es un fenómeno consolidado, y despreciar su presencia y caer en el tópico de que es una prensa menos prestigiosa que el resto no sirve".

Por otro lado, manifestó que "la prensa digital no ha encontrado aún su modelo económico, pero está cerca de conseguirlo, es cuestión de tiempo".

Respecto al medio radiofónico, dijo que "la radio generalista goza en España de buena salud, pero está sufriendo fugas, porque se enfrenta también a la era digital. Las radios generalistas tenderán a globalizar sus contenidos". Sobre las radios locales, dijo que "están abocadas al fracaso".

El único medio que ha crecido, aseguró Echevarría, es Internet. "Es el mayor invento del siglo XX", comentó, y por ello "la publicidad en Internet crece cada año con cifras de dos dígitos. La inversión de medios digitales ascendió en 2007 a 482 millones de euros".

En referencia a la creación de un Consejo Audiovisual, declaró que debe haber uno estatal que regule los contenidos.

"No puede haber un Consejo Audiovisual por cada comunidad autónoma; sería una locura de regulación", opinó. Además, comentó que "se tendría que crear uno que abarque también a las públicas y no sólo a las empresas privadas".

(SERVIMEDIA) 05-NOV-2008 ELL/caa

FUENTE: <http://actualidad.terra.es/sociedad/articulo/echevarria-eta-periodistas-vascos-no-2865846.htm>

Echevarría pide a los periodistas vascos que no sean neutrales ante ETA

El presidente de la UTECA (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas) y de Telecinco, Alejandro Echevarría, ha considerado hoy que los profesionales de los medios vascos 'no pueden ser neutrales ante la barbarie' del terrorismo, 'como si fueran corresponsales de guerra' dando cuenta de lo que ocurre en otro país.

En una conferencia ante el Fórum Europa en Bilbao, Echevarría ha opinado que los medios de comunicación en Euskadi 'tienen el deber de aportar racionalidad, sosiego y moderación' ante el actual escenario político vasco, en el que, según ha indicado, 'parece superado el riesgo de la fractura social' aunque persiste la 'tensión política'.

Ha dicho que 'ante las injusticias extremas, que en este caso tienen como ejemplo más lacerante la perpetuación del terrorismo y de la coacción y la persecución ideológica', el periodista 'no puede mostrarse indiferente o adoptar una posición neutral ante la barbarie, como si fuese un corresponsal de guerra dando cuenta de lo que ocurre en su propia tierra o con sus propios conciudadanos'.

Ha lamentado la diferenciación entre medios vascos y españoles que se hizo de manera 'interesada' por parte de un sector político, especialmente durante las treguas de ETA, y que, a su juicio, colocó 'en la diana del terrorismo' a muchos periodistas.

Respecto del futuro de la televisión, Echevarría ha opinado que este medio 'se enfrenta a un cambio trascendental' ante el fin de la tecnología analógica y la implantación de la TDT (Televisión Digital Terrestre), que 'únicamente dejará intacto el nombre' y describirá 'un sector con serios síntomas de crisis'.

En España las cadenas privadas 'deben competir con el sector público más grande y voraz del mundo', que además emite programación comercial en lugar de contenidos de interés público y que accede al mercado publicitario en las mismas condiciones que el resto de emisoras, ha lamentado.

Echevarría ha denunciado que el ente público vasco, EITB, tenga un presupuesto de 143 millones de euros, un 14 por ciento más que el año anterior, y acumule un 15 por ciento de los ingresos del mercado publicitario en Euskadi.

Si bien en el momento de su creación 'era necesario' un canal en euskera para la promoción del idioma, ahora 'no es lógico, ni racional, ni natural que ETB tenga cuatro canales que costarán a los ciudadanos vascos 20.000 millones de las antiguas pesetas' (unos 120 millones de euros), según el presidente de UTECA.

Por ello, el también presidente de Telecinco se ha preguntado si es más interesante para la sociedad vasca 'invertir en educación o sanidad' toda esa partida presupuestaria, o hacerlo para mantener 'un servicio público de televisión tan caro'.

Ha asegurado que solicitó al lehendakari una reunión para analizar esta situación pero ha lamentado que hablar con Ibarretxe 'no sea tan fácil como con presidentes de otras comunidades autónomas', si bien ha confiando en que, 'algún día, la racionalidad ajustará los presupuestos' de la televisión vasca.

Echevarría ha dicho que, ante la crisis, se han reducido notablemente las inversiones publicitarias en el sector y, por ello, las cadenas están sufriendo caídas de ingresos y lo van a sentir de manera notable durante dos o tres años, según ha vaticinado.

Así, ha augurado que 'es imposible' que muchas cadenas puedan sobrevivir y, por ello, algunas se verán obligadas a realizar expedientes de regulación de empleo, aunque, según ha adelantado, no será necesario en Telecinco.

FUENTE: <http://ecodiario.eleconomista.es/sociedad/noticias/844761/11/08/Echevarria-cree-que-hay-sintomas-de-crisis-en-la-television.html>

Echevarría cree que hay síntomas de crisis en la televisión

BILBAO, 5 (SERVIMEDIA) El presidente de Telecinco y de Uteca, Alejandro Echevarría, afirmó hoy en Bilbao que "la televisión es hoy en España un sector con serios síntomas de crisis, que debe hacer frente a numerosos problemas, uno de ellos el fin de la tecnología analógica y el paso definitivo a la TDT, que multiplica por cuatro el número de señales".

Durante su participación en el "Fórum Europa, Tribuna Euskadi", organizado en Bilbao por Nueva Economía Fórum, Echevarría aseguró que la crisis que sufre la televisión se incrementa por la existencia de un sector público que es "el más grande y voraz del mundo".

Denunció que estas televisiones públicas "emiten programación comercial, en lugar de contenidos de interés público, y acceden al mercado publicitario en las mismas condiciones que las cadenas privadas".

Añadió que esta política afecta a todas las comunidades y se preguntó "hacia dónde va EITB con un presupuesto de 143,6 millones de euros, que ha supuesto un incremento del 14% respecto al presupuesto anterior, detrayendo un 15% de los ingresos del mercado publicitario de los privados".

Echevarría admitió que "era lógico que se creara un canal en euskera para promoción y defensa del mismo, pero no es lógico que vaya a tener dos canales más. En total, cuatro canales que van a costar a los ciudadanos vascos 20.000 millones de las antiguas pesetas".

MERCADO PUBLICITARIO EN CRISIS Echevarría se lamentó de que "el mercado publicitario está en crisis, con caídas muy importantes de dos dígitos", y aseguró que "es un sector que va a atravesar dos o tres años difíciles".

"2009 va a ser un año complicado, sobre todo en la primera parte del año". "Todos tenemos que vivir de la publicidad y es imposible que puedan subsistir tantos".

Frente a este panorama, declaró en nombre de las televisiones privadas agrupadas en Uteca que "se deben adoptar medidas legislativas urgentes sobre la televisión pública, sobre la TDT y sobre diversos aspectos de la normativa vigente".

Comentó que "la televisión pública hay que reinventarla", porque "ha perdido por completo su sentido de partida. Tiene que tener otros objetivos compatibles con el mercado privado de competencia comercial".

En este sentido, criticó los ocho canales y los minutos de publicidad que, dijo, tendrá Televisión Española cuando se produzca el apagón analógico.

A juicio de Uteca, "las televisiones públicas no deben emitir publicidad, sus contenidos deben ser de calidad de servicio y la audiencia debería ser una ambición, no una obsesión".

Respecto a la crisis, aseguró "que en estos momentos nadie es capaz de dar una previsión a más de seis meses de lo que puede pasar en la economía real", pese a que "los medios de comunicación tenemos la virtud de adelantar y avisar de cuándo llega una crisis, somos los primeros en detectarla". A este respecto, el presidente de Telecinco dijo que ellos ya detectaron la crisis "en septiembre del año pasado".

"Cuando realmente cayó el mercado de la publicidad fue en abril o mayo de este año. Estamos en recesión y las caídas publicitarias son tremendas, el 25 o 30% menos de ingresos que en los mismos meses del año pasado", afirmó Alejandro Echevarría, quien añadió: "El primer semestre de este año será complicado, pero en agosto de 2009 podremos hacer otro análisis".

Respecto al Grupo Prisa, Echevarría dijo que "saldrán adelante de sus problemas actuales, porque son problemas de balance, de endeudamiento, y ese endeudamiento lo irá resolviendo a medida que vaya haciendo su programa, que consiste en vender Digital+ y tomar ciertas medidas respecto al capital".

En cuanto a la valoración que hace Telecinco sobre cuánto vale Digital+, Echevarría manifestó: "No puedo decirla". "El Grupo Prisa encontrará un comprador", declaró. "Además, ya están interesados algunos operadores, como Telefónica y algunos otros operadores internacionales".

FUENTE: <http://www.elcorreodigital.com/vizcaya/20081105/mas-actualidad/sociedad/alejandro-echevarria-ningun-medio-200811051254.html>

'FORUM EUROPA. TRIBUNA EUSKADI'

Alejandro Echevarría: "Ningún medio ni informador puede mostrarse neutral ante la barbarie"

El presidente de Telecinco alerta de que el primer semestre de 2009 será "malísimo" para los medios por el descenso de ingresos publicitarios

El presidente de Telecinco y de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA), Alejandro Echevarría, ha señalado que "ningún medio, ningún informador, puede mostrarse indiferente o adoptar una posición neutral ante la barbarie" del terrorismo "como si fuese un corresponsal de guerra dando cuenta de lo que ocurre en su propia tierra a sus propios conciudadanos". Echevarría ha ofrecido hoy una conferencia en el marco de los desayunos informativos de "Forum Europa. Tribuna Euskadi", en la que ha hablado sobre el papel que deben jugar los medios de comunicación en el País Vasco. En este sentido, ha asegurado que "tienen el deber de aportar racionalidad, sosiego y moderación".

El presidente de Telecinco ha subrayado como un "deber ineludible" para los profesionales de los medios de comunicación el de "actuar antes que nada como ciudadanos" ante las "injusticias extremas que, en nuestro caso, tienen su ejemplo más lacerante en la perpetuación del terrorismo, de la coacción y la persecución ideológica". "Ningún medio, ningún informador, a mi juicio, puede mostrarse indiferente o adoptar una posición neutral ante la barbarie como si fuese un corresponsal de guerra dando cuenta de lo que ocurre en su propia tierra a sus propios conciudadanos", ha añadido.

Asimismo, ha denunciado "la diferenciación que se hace" entre medios de comunicación vascos y españoles, señalando que es "interesada" y "absurda" y que "persigue la exclusión del otro en virtud del lugar desde el que emite o de la posición editorial que mantiene". Igualmente, ha alertado sobre una "segunda perversión", la que "de manera expresa y en boca no sólo de los más extremistas llegó a diferenciar, especialmente durante las dos últimas treguas de ETA, a los medios y profesionales que estaban por la paz y a los medios y profesionales que estaban por la perpetuación del conflicto". Según ha explicado, "la fórmula literaria acusatoria" fue que se trataba de "agentes del conflicto, un señalamiento que situó a muchos profesionales y a determinadas empresas periodísticas en el centro de la diana del terrorismo".

A su juicio, los medios de comunicación en Euskadi "dibujan un panorama realmente rico y plural" y ha incidido en que esto es especialmente importante puesto que la CAV es la comunidad en la que "tienen mayor incidencia" los medios. Así ha explicado que de cada 100 personas en Euskadi 59 leen diarios, 62 escuchan la radio, 90 ven la televisión y 25 utilizan los diarios electrónicos. Echevarría ha explicado que esto es así por el "amplio abanico de puntos de vista y de opiniones" que ofrece la "variada oferta" de cabeceras, emisoras y canales; pero también "porque nos encontramos con una ciudadanía madura que opta por sintonizar un medio u otro o leer un

periódico u otro respondiendo a sus deseos de información y entretenimiento y no en función de su adscripción ideológica". En este sentido, ha afirmado que "el mapa de audiencias no corresponde ni de lejos al espectro que reflejan los resultados electorales" en el caso vasco.

El primer ejecutivo de Telecinco ha destacado que los medios de comunicación vascos "han primado las noticias positivas, optimistas, lúdicas e incluso grandilocuentes, la sensación de que aquí se vive bien, de que no tenemos nada que envidiar a nadie" y, ante el horizonte de la crisis económica, se ha mostrado partidario de "dar cuenta de las malas noticias sin que la sucesión de éstas acabe sepultando la necesidad que toda sociedad tiene de percibir alguna luz al final del túnel". Aunque ha reconocido que se trata de "un equilibrio muy difícil", ha recordado que "no podemos eludir nuestra responsabilidad a la hora de informar puntualmente de cuanto acontezca sin que la sombra de la crisis acabe generando un estado de opinión aún más oscurecido por su tratamiento informativo".

Caen los ingresos publicitarios

Precisamente, Echevarría también ha manifestado que la crisis económica está repercutiendo en el sector de los medios de comunicación. Así, ha reconocido que las caídas publicitarias, que se han dejado notar especialmente a partir de abril-mayo de este año, son "tremendas". Según ha dicho, los descensos de ingresos publicitarios oscilan actualmente entre un 25% y un 30% respecto a hace un año.

Asimismo, ha adelantado que el primer semestre de 2009 "va a ser malísimo, durísimo, complicadísimo", aunque podrían "atemperarse" en la segunda parte del año. Eso sí, ha precisado que, aun así, la caída de ingresos publicitarios será "de dos dígitos, de alrededor de un 10%".

FUENTE: http://www.finanzas.com/noticias/economia/2008-11-05/59842_uteca-preve-bajada-ingresos-medios.html

UTECA prevé una bajada de ingresos del 10% en los medios de comunicación en 2009, debido a la caída publicitaria

Echevarría insiste en la urgencia de establecer un nuevo marco legislativo global del sector que permita "reinventar la TV pública"

BILBAO, 5 (EUROPA PRESS)

El presidente de Unión de Televisiones Comerciales Asociadas, UTECA, y de [Telecinco](#), Alejandro Echevarría, aseguró hoy en Bilbao que la caída de la contratación publicitaria en los medios de comunicación ocasionada por la crisis económica conllevará un descenso de los ingresos del 10 por ciento, aproximadamente, para el próximo año. Además, insistió en la urgencia de establecer un nuevo marco normativo legislativo global para el sector de la televisión que permita "reinventar" una TV pública que, a su juicio, no debería financiarse con ingresos publicitarios.

El presidente de UTECA afirmó que los medios de comunicación comenzaron a detectar la crisis en septiembre de 2007, si bien la caída real del mercado de la publicidad se produjo en abril y mayo del presente año. "Estamos en recesión. Los decrecimientos del sector de la comunicación, las caídas publicitarias son tremendas, de entre el 25 y el 30 por ciento en los ingresos que en los mismos meses del año pasado", dijo.

En su opinión, el primer semestre de 2009 será "durísimo, malísimo y complicadísimo" y en agosto del mismo año "se podrá empezar a hacer otro análisis".

No obstante, esperó que "los decrecimientos" del próximo año "se atemperarán" a partir de abril, pero, no obstante, se producirá una reducción de ingresos publicitarios de alrededor de un 10 por ciento, igual tasa que la caída del mercado publicitario. "Probablemente se repetirán las cifras con una diferencia importante entre primer y segundo semestre, con una posible recuperación a partir del segundo semestre", agregó.

Aclaró que, sin embargo y pese a esta coyuntura, [Telecinco](#) no recurrirá a ningún expediente de regulación de empleo, porque "tiene una plantilla tremendamente ajustada" No obstante, admitió la existencia de empresas que estudian la posibilidad acometer algún ERE.

Echevarría recordó, sin embargo, que la publicidad en Internet crece, anualmente, también en cifras de dos dígitos y en porcentajes superiores al 50 por ciento. A su juicio, "el desafío y el reto" es internet, donde "se encuentran muchas de las respuestas que los medios de comunicación deben darse en un futuro". TELEVISION EN CRISIS

Durante su intervención en los desayunos informativos del "Fórum Europa. Tribuna Euskadi", Echevarría afirmó que la Televisión es, en la actualidad, en España, un sector "con serios síntomas de crisis" debido a los cambios tecnológicos que debe afrontar, así como la presencia de un sector público "que es el más grande y voraz del mundo" porque, además, "emite programación comercial en lugar de contenidos de interés público", por lo que accede al mercado publicitario "en las mismas condiciones que los privados".

El presidente de UTECA se refirió al caso concreto de Euskadi y recordó que ETB dispone de un presupuesto de 143,6 millones de euros, un 14 por ciento más que en el ejercicio anterior, "detrayendo un 15 por ciento de los ingresos del mercado publicitario de las privadas". Admitió como "lógico, necesario y defendible" la creación de un canal en euskera para la promoción y defensa de esta lengua.

"Pero -agregó- no es lógico, ni es natural, ni racional, que en estos momento ETB vaya a tener dos canales más. Al final, va a tener cuatro canales que van a costar a los ciudadanos vascos, detrayendo los ingresos publicitarios al sector privado, alrededor de 20.000 millones de las antiguas pesetas".

Echevarría se preguntó "qué es más importante para la sociedad vasca", si aspectos como la sanidad o la educación o "tener un servicio público de televisión tan caro como el que nos estamos dando". "Esto ocurre en todas las comunidades españolas", agregó.

El presidente de UTECA instó a las televisiones privadas a colaborar entre sí y asumir "con urgencia" la necesidad de establecer un nuevo marco legislativo global del sector, la nueva Ley General Audiovisual que el Ejecutivo central pretende poner en marcha.

Según explicó, con el actual marco normativo, se podrá ver en 2010 en cada capital autonómica y de provincia 28 canales privados de TDT y 17 públicos, "todos ellos en las mismas condiciones de acceso al mercado publicitario". Aseguró que el mercado publicitario "está en crisis" con caídas de ingresos de "dos dígitos", lo que hace prever un año 2009 "muy complicado y difícil", de forma especial en la primera parte del ejercicio.

"Es un mercado que va a atravesar dos o tres años realmente complicados", apuntó. Por esta causa, pronosticó que será "imposible" la subsistencia de todos los canales de los que se dispondrá el próximo año.

Comparó la situación de España con otros países de la UE, en los que las televisiones públicas no emiten publicidad en sus programas digitales, como es el caso de Reino Unido o Francia o lo

hacen sólo en horarios de máxima audiencia, como en Alemania: "El futuro español de la televisión hertziana no resulta muy halagüeño", lamentó.

En este sentido, reclamó, en nombre de UTECA, medidas legislativas "urgentes" sobre la TV pública, la TDT y "diversos aspectos de la normativa vigente". "Reinventar" la televisión pública es, a su juicio, una de las necesidades del panorama del sector.

En concreto, la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas, considera que la televisión pública no debe emitir publicidad, y tiene que financiarse con recursos públicos, así como ofrecer contenidos de "calidad y servicio público". También debería suponer "un inequívoco apoyo a la industria europea" mediante la emisión de un 80 por ciento de contenidos comunitarios en cada canal, y sólo ofrecer los extracomunitarios cuando sean "de indudable servicio público".

Deberá adquirir derechos deportivos alternativos a los de los privados, suscribir con carácter trianual contratos programas con los prestadores de radio y TV de titularidad pública que operan bajo su competencia, hacer de la audiencia "una ambición, y no una obsesión" por lo que deberán someterse a auditorías periódicas y públicas sobre el grado de cumplimiento de servicio público. La futura Ley de General Audiovisual tendrá que ser, según Echevarría, "de aplicación en todo el territorio", y obligar "por igual" a todas las televisiones públicas.

En lo referente a la TDT, UTECA cree preciso que cada Televisión pública tenga, como máximo un múltiplex --cuatro programas-- y que ninguno de los canales sea de pago. Otra de las sugerencia, se refiere al cine, exige la derogación de que las televisiones privadas inviertan el 5 por ciento de sus ingresos brutos, para mejorar las cuentas de resultados.

