

La Sección Española de la Asociación de Periodistas Europeos (APE) fue constituida en 1981 y declarada de utilidad pública. Permanece abierta a todos aquellos profesionales de los medios de comunicación comprometidos en la defensa de las libertades y en la construcción europea. Está integrada por más de ciento cincuenta periodistas con responsabilidades editoriales en prensa, radio y televisión. El Príncipe de Asturias es su Presidente de Honor.

Análogas a la sección Española, existen otras Secciones Nacionales en prácticamente todos los países de la Unión Europea y en algunos de los candidatos a la adhesión hasta un total de 25 computadas, que incluyen cerca de dos mil periodistas.

A lo largo de sus casi treinta años de existencia la APE se ha ocupado de asuntos como los medios de comunicación, la cultura, la defensa o la sociedad de información. Además ha promovido encuentros sobre países como Francia, Portugal y Marruecos o sobre áreas geográficas como Centroeuropa, el Mediterráneo y Oriente Medio. Asimismo, la APE organiza los Foros Eurolatinoamericanos de la Comunicación, en los días previos a las sucesivas Cumbres de la Comunidad Iberoamericana de Naciones en las ciudades dónde son convocadas.

Otras iniciativas de la APE son el Premio Francisco Cerecedo de Periodismo y en colaboración con el Parlamento Europeo y la Comisión Europea, el Premio de Periodismo "Salvador de Madariaga".

Coca-Cola España

Coca-Cola España cumplió en 2003 su cincuenta aniversario. En 1953 salió al mercado la primera botella en una planta de producción en Barcelona. Coca-Cola inició entonces su asociación con empresas embotelladoras de capital 100% español, que se mantiene hoy en día, dando empleo a más de seis mil personas y siendo la base de su éxito en nuestro país. Esta vinculación con la sociedad española ha tenido su reflejo, desde los orígenes, en el apoyo y fomento de numerosas iniciativas deportivas, culturales, educativas y medioambientales.

Desde hace ya más de cuarenta años, la Fundación Coca-Cola organiza el Concurso Nacional de Re-

dacción, patrocina el Plan Nacional de Fomento de la Lectura en colaboración con el Ministerio de Educación y la FEMP y promueve acciones en colaboración con Adena para la protección del lince, la reforestación y el ahorro de agua. Recientemente fue galardonada por el IESE por su colaboración en la campaña solidaria «Juntos por África».

Coca-Cola España decidió impulsar con estas Jornadas de Periodismo un foro abierto de encuentro entre profesionales de los medios de comunicación donde debatir cuestiones que fomenten el diálogo en nuestra sociedad.



El nuevo panorama audiovisual



EL NUEVO PANORAMA AUDIOVISUAL

De la supresión de la publicidad en RTVE al apagón analógico

La propuesta del Gobierno Zapatero de suprimir la publicidad en la radio televisión pública el próximo otoño ha generado un profundo debate que oscila entre la satisfacción de las televisiones privadas y el rechazo de los anunciantes y de las empresas de telecomunicación obligadas a sufragar en parte el lucro cesante que deja la retirada de publicidad.

El modelo de negocio de los medios de comunicación basado en la publicidad y las grandes audiencias se agota. Los grandes beneficios y las altas rentabilidades se acaban. Las expectativas económicas se reducen drásticamente. Algunas televisiones privadas estudian la posibilidad de fusionarse.

A esta situación hay que sumar la inminencia del apagón analógico y la implantación del sistema de TDT al que las distintas televisiones se tienen que adaptar y del que se pueden originar algunas oportunidades.

La VII jornada de Periodismo organizada por la Asociación de Periodistas Europeos en colaboración con Coca Cola España se propone analizar la nueva situación del mercado audiovisual en nuestro país y reflexionar sobre el modelo de radio televisión pública existente. La jornada contará con una inauguración, dos sesiones de trabajo y un almuerzo-coloquio de clausura a cargo de la Vicepresidenta Primera del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega.

09:30 Sesión inaugural

Ponentes:

Diego Carcedo. Presidente de la APE

Marcos de Quinto. Presidente de Coca Cola España

10:00 Primera sesión:

Una televisión pública sin publicidad

La iniciativa del Consejo de Ministros sobre el nuevo modelo de financiación de RTVE, que suprime la publicidad ha abierto un intenso debate. En adelante, RTVE no podrá emitir publicidad alguna y a cambio, las cadenas privadas tendrán que cederles el 3% de sus ingresos de explotación y para las que son de pago el 1,5 %, los operadores de telecomunicaciones, el 0,9%. Esto supondrá que en la práctica, los canales de televisión financiarán cerca del 10% de la cadena pública (alrededor de 120 millones de euros al año) y las 'telecos' el 24% (288 millones). El resto de la financiación de la cadena correrá a cargo de los presupuestos generales del Estado (45 %) y del traspaso del 80% de la tasa por el uso del espacio radioeléctrico, desde Hacienda a la radio televisión pública.

El proyecto de Ley, una vez que ha pasado los filtros del Consejo de Estado y de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), se encuentra en el Congreso de los Diputados, en su Comisión Constitucional, pero ya ha levantado las quejas tanto de los anunciantes como de las empresas de telecomunicación que amenazan con subir las tarifas a los consumidores si tienen que financiar RTVE.

¿Es viable este modelo?, ¿en qué se asemeja y en qué se diferencia de lo decidido por el presidente Sarkozy en Francia y del funcionamiento de otras televisiones

públicas europeas como la BBC?, ¿En qué estado quedará el mercado publicitario?, ¿se trata de una medida para resolver la cuestión económica o es el primer paso hacia una televisión pública de calidad?

Ponentes:

Miguel Ángel Sacaluga. Miembro del Consejo de Administración de RTVE

Patricia Abril. Presidenta de Mc Donalds España y de la Asociación Española de Anunciantes

Jorge del Corral. Secretario General de la Unión de televisiones (UTECA)

Miguel Canalejo. Presidente de REDTEL (Asociación española de operadores de telecomunicaciones)

Leire Pajín. Secretaria de organización del PSOE

Ángel Riesgo. Presidente Ejecutivo de DDB Madrid

Rosa Cullell. Directora general de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales

Moderadora:

Montserrat Domínguez. Directora de "A vivir que son dos días". Cadena Ser

12:15 Pausa para café

12:30 Segunda sesión:

Apagones analógicos, crisis y fusiones

Con la llegada de la crisis económica, el modelo de negocio de las televisiones basado en la publicidad y las grandes audiencias se complica. Las expectativas económicas se reducen drásticamente lo que ha llevado a que algunas televisiones privadas

estudien la posibilidad de fusionarse, una vez que el Senado aprobó definitivamente la Ley el pasado 16 de junio.

La inminencia del apagón analógico y la implantación del sistema de TDT presentan un panorama al que las televisiones públicas y privadas se tienen que adaptar y del que se pueden extraer algunas oportunidades. ¿Cómo será la televisión de la próxima década?, ¿Cómo responderá la audiencia y con ella el mercado publicitario a esta nueva situación?, ¿Qué futuro tienen las plataformas digitales actuales?, ¿Continuará la guerra del fútbol?

Ponentes:

Jaume Roures. Presidente de Mediapro

Paolo Vasile. Consejero Delegado de Telecinco *

Daniel Gavela. Director General de Cuatro *

Pedro Pérez. Presidente de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles – FAPAE

Enrique Laucirica. Secretario General de la FORTA

Eladio Gutiérrez. Presidente de Impulsa TDT

Moderadora:

Montserrat Domínguez. Directora de "A vivir que son dos días". Cadena Ser

14:30 Almuerzo- Clausura

Ponente:

María Teresa Fernández de la Vega. Vicepresidenta Primera del Gobierno.

* Pendiente de confirmación

Anteriores Jornadas de Periodismo Coca-Cola



Esta jornada da continuidad a una serie iniciada en febrero de 2003 bajo el título **“Periodismo en Campaña”**, en la que los responsables de las campañas electorales de los distintos partidos políticos y directivos de los medios de comunicación debatieron sobre las especia-

les relaciones existentes durante esos periodos de incandescencia. La jornada fue clausurada por el entonces Vicepresidente 1º del Gobierno, **Mariano Rajoy**.

La II Jornada, que tuvo lugar en diciembre de ese mismo año, reunió a representantes políticos y de los medios que analizaron la situación de la

“Prensa y democracia en el XV aniversario de la Constitución”,

antes de que el Portavoz del Gobierno, **Eduardo Zaplana** se hiciera cargo de la clausura.

En junio de 2004, la III Jornada abordó la situación de **“La televisión en el modelo audiovisual español”**, incluyendo una inauguración a cargo de la Directora de RTVE, **Carmen Caffarel** y la clausura de la Vice-



presidenta 1ª del Gobierno, **María Teresa Fernández de la Vega**.

La IV Jornada, celebrada en mayo de 2005 bajo el título **“Periodismo digital: ¿qué poder?, ¿qué responsabilidad?”**, analizó la influencia que el fenóme-

no de Internet está teniendo en el ejercicio de la profesión periodística. La clausura corrió a cargo de **José Montilla**, ministro de Industria.

En septiembre de 2006, la actual regulación profesional y la proposición de ley del Estatuto del Periodista Profesional centraron los debates de la V Jornada, que bajo el título de **“Los periodistas y su estatuto”** contó con la presencia del Ministro de Justicia, **Juan Fernando López Aguilar**, en el almuerzo de clausura.

En septiembre de 2006, la actual regulación profesional y la proposición de ley del Estatuto del Periodista Profesional centraron los debates de la V Jornada, que bajo el título de **“Los periodistas y su estatuto”** contó con la presencia del Ministro de Justicia, **Juan Fernando López Aguilar**, en el almuerzo de clausura.



Por último, en diciembre de 2007 se celebró la VI edición titulada **“La prensa gratuita en España, estímulo o anestésico”**, en cuya clausura repitió la Vicepresidenta Primera del Gobierno, **María Teresa Fernández de la Vega**.

