

La política en directo:
**Comunicación
sin periodismo**



Viernes
29 de junio
Hotel Wellington
Madrid

LA POLÍTICA EN DIRECTO COMUNICACIÓN SIN PERIODISMO

Asistimos a cambios significativos en las relaciones entre la realidad política y los sistemas de difusión periodística. Los políticos estaban, en buena medida, en manos de los periodistas para hacer pasar sus mensajes al público, pero Internet ha dado lugar a nuevas formas de difusión directa, que han alterado el hábitat natural de los periodistas y les han privado del «poder» que les reportaba hasta ahora su condición de intermediarios inevitables.

La historia de la Física prueba que los avances de esta ciencia se han producido en consonancia con el perfeccionamiento de los instrumentos de observación, cuyo afinamiento permite detectar nuevos fenómenos, que desbordan las leyes conocidas y requieren nuevas teorías capaces de dar razón de los mismos. También la naturaleza expansiva de la Información —bonum est diffusivum sui— se sirve de nuevos instrumentos instantáneos, que hacen posible la propagación de los mensajes a la velocidad de la luz, los cuales tienen además un efecto retroceso, como los disparos de fusil, que activa a los receptores y les hace también agentes periodísticos.

La X Jornada de Periodismo, organizada por la Asociación de Periodistas Europeos en colaboración y con el patrocinio de Coca Cola España, se propone, a partir de los cambios observados, el análisis de las nuevas relaciones generadas entre la política y el periodismo en este nuevo panorama, y las consecuencias que puedan derivarse en relación con la calidad de la democracia.

09:30 Palabras de bienvenida

Ponentes:

Carlos de Chaguaceda

Director de Comunicación Corporativa de Coca-Cola España

Miguel Ángel Aguilar

Secretario general de la Asociación de Periodistas Europeos

10:00 Primera sesión:

Comunicación sin periodismo: los objetivos del político

Las nuevas tecnologías han cambiado la relación entre los agentes periodísticos y los agentes políticos, entre el periodismo y la política. Han dado lugar a la galaxia Internet, permiten la difusión instantánea y directa, sin necesidad de recurrir a intermediario alguno, de los mensajes en todas direcciones y otorgan a los receptores pasivos la posibilidad de actuar como emisores, interaccionando con los estímulos que antes les impactaban como objetivos inertes. En muchas ocasiones queda así eliminada la figura del periodista como depurador o manipulador de la información. Los partidos minoritarios piensan que es su oportunidad de redimirse del ostracismo al que se consideraban condenados. Pero el conjunto de la clase política se siente liberada bajo estos nuevos parámetros por la facilidad y autonomía con la que puede lanzar sus mensajes a una audiencia que ha dejado de ser cautiva de los medios convencionales de comunicación. El periodista deja de ser el mediador de todos los mensajes. Además, los políticos han comprobado que es mucho más comprometido someterse al examen de una rueda de prensa con dos docenas de periodistas malintencionados, como es su deber, que chatear o responder cuestiones miles, planteadas por internautas sin identificar.

Los políticos mejoran sus capacidades de acceso efectivo y directo al público, que es su destinatario final. Consideran que ahora disponen de nuevas capacidades para evitar que los periodistas se interpongan, distorsionen y cuestionen los mensajes que quieren hacer

llegar. Celebran haberse salvado de la dependencia que tenían de los periodistas y de los medios y quedar solo sometidos a la propia capacidad de suscitar interés en los receptores finales, a los que pretenden con su apostolado incesante poner de su lado.

Ponentes:

Esteban González Pons. Vicesecretario de estudios y programas del PP

Elena Valenciano. Vicesecretaria general del PSOE

Carmen del Riego. Presidenta de la Asociación de Prensa de Madrid y periodista de *La Vanguardia*

Bieito Rubido. Director de *ABC*

Carlos E. Cué. Corresponsal político de *El País*

Moderadora:

Pepa Bueno. Directora y presentadora de «Hoy por hoy», Cadena SER

12:00 Pausa para café

12:30 Segunda sesión:

Los periodistas: entre el valor añadido y la deserción

La profesión periodística debería promover una reflexión sobre sus funciones, igual que hicieron los aduaneros cuando la Unión Europea levantó las fronteras interiores, los corredores de comercio cuando fueron integrados con los notarios, los faroleros cuando en la iluminación de las calles se sustituyó el gas por la electricidad, o los escoltas después de la declaración de ETA de renuncia a la violencia.

En los medios de comunicación, a la crisis económica, que hubiera podido ser para ellos una fortuna, como sucede habitualmente con las desgracias públicas, se ha superpuesto otra crisis específica derivada del impacto de las nuevas tecnologías, que cuestionan procedimientos y soportes y plantean dudas existenciales. La nueva situación, en lugar de impul-

sar hacia una mayor exigencia profesional para ofrecer un servicio mejor y más depurado en medio de tantas inundaciones informativas desconcertantes y aturdidoras, está llevando a los medios al desguace de sus redacciones en busca del *low cost*. Es una actitud de renuncia que significa desertar del elemento diferencial del valor añadido. Los periodistas con formación y años de experiencia son despedidos. Su relevo se hace con jóvenes precarios de los que, sobre todo, se espera docilidad y sumisión. Los periodistas multiuso y multitarea se ven obligados a desertar de los acontecimientos y han de aceptar los materiales precocinados y enlatados al gusto de las fuentes, porque eso supone un ahorro en las tareas de edición y en los gastos de desplazamiento. Así se generaliza el periodismo de declaraciones, la mecanización y la evaporación del análisis y el debate en favor del canutazo y tentetieso.

De ahí la preocupación creciente de que la confluencia entre los intereses de los agentes políticos y la dejación de funciones de los agentes periodísticos, pueda derivar en un deterioro de la democracia. Como declaraba David Remnick, director de *The New Yorker* «saldrá caro no tener periodismo» pero nos quedaremos sin él a menos que se establezca el pago por los contenidos.

Ponentes:

Elsa González. Presidenta de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE) y colaboradora de la cadena COPE

Montserrat Domínguez. Directora de *El Huffington Post*

Javier García. Director de Europa Press

Daniel Gavela. Ex director general de Cuatro y de la Cadena SER

Moderador:

Xabier Fortes. Director y presentador de «La noche en 24 horas» de TVE

14:30 Almuerzo de clausura

Ponente:

José Ignacio Wert

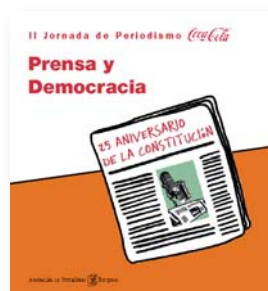
Ministro de Educación, Cultura y Deporte

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 especiales relaciones existentes durante esos periodos de incandescencia. La jornada fue clausurada por el entonces Vicepresidente Primero 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

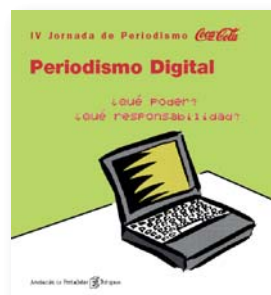


la situación de la **Prensa y democracia en el XV aniversario de la Constitución**, antes de que el Portavoz del Gobierno, **Eduardo Zaplana** se hiciera cargo de la clausura.



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 Vicepresidenta Primera 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 fenómeno 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 diciembre de 2007 se celebró la VI edición titulada **La prensa gratuita en España, estímulo o anestésico**, clausurada por la Vicepresidenta Primera del Gobierno, **María Teresa Fernández de la Vega**.

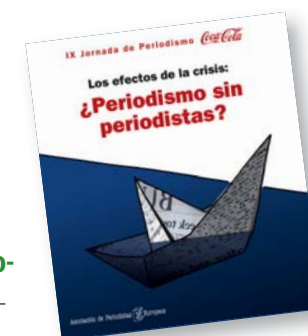


En junio de 2009 tuvo lugar la VII jornada bajo el título **El nuevo panorama audiovisual. De la supresión de la publicidad en RTVE al apagón analógico** en cuya clausura repitió la Vicepresidenta Primera del Gobierno, **María Teresa Fernández de la Vega**.



En diciembre de 2010, la VIII edición de las jornadas nacionales de periodismo se preguntó **¿Cómo se financia la información?** y contó con la intervención en la sesión de clausura del recién nombrado Vicepresidente Primero del Gobierno, **Alfredo Pérez Rubalcaba**.

Por último, la IX jornada tuvo lugar en octubre de 2011 bajo el título **Los efectos de la crisis: periodismo sin periodistas**. Su sesión de clausura fue protagonizada por el portavoz de gobierno y Ministro de Fomento, **José Blanco**.



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 UE y en algunos de los candidatos a la adhesión, hasta un total de 25 compuertas, que incluyen cerca de dos mil periodistas.

A lo largo de sus más de 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 Europeo de Periodismo Salvador de Madariaga.

Coca-Cola España

Coca-Cola España cumplirá en 2013 su sesenta 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 Redacción, 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. 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.

