

## DECLARACIÓN DE MADRID

APROBADA EN EL MARCO DE LA JORNADA CELEBRADA, DURANTE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UE EN JUNIO DE 2010, BAJO EL LEMA “ENCUENTRO EUROPEO DE MEDIOS: LOS NUEVOS DESAFÍOS”

**Madrid, 4 de junio de 2010**

**Suscrita por:**

**-Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC) y Asociación Europea de Radios**

**-Asociación de Editores de Diarios Españoles y Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP)**

**-Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) y la Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT)**

**- Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)**

## **DECLARACIÓN DE MADRID** **“ENCUENTRO EUROPEO DE MEDIOS LOS NUEVOS DESAFÍOS”**

Los medios periodísticos de comunicación profesionales constituimos uno de los pilares centrales de las democracias europeas y de nuestro sistema de de derechos y libertades. La libertad de información, la libertad de expresión y la libertad de empresa constituyen el fundamento de nuestra actividad. Los medios de comunicación ejercemos estos derechos y libertades dentro de los límites establecidos legalmente, contando con las autoridades públicas para regular las condiciones necesarias para garantizar el ejercicio real y efectivo de esos derechos y libertades.

El creciente avance de las nuevas tecnologías, los nuevos soportes y la digitalización informativa están cambiando la estructura actual de nuestra industria. El impacto de Internet y la expansión de la telefonía móvil, ebooks y demás soportes digitales y las plataformas de distribución hacen que editores y profesionales del periodismo debamos adaptarnos a la nueva era digital.

Expertos y analistas coinciden en que la convergencia entre tecnologías influirá en el futuro de los medios. Nadie sabe bien cómo serán los medios periodísticos de comunicación en 2020, pero hay pocas dudas de que las empresas que integren su condición multimedia y la información de calidad estarán bien posicionadas para sobrevivir. Todo ello ofrece nuevas oportunidades, pero también nuevos riesgos que deberían evitarse.

La futura viabilidad de los nuevos medios e industrias de comunicación se juega en buena parte en la defensa de sus derechos de autor. A pesar de la legislación en defensa de la propiedad intelectual, persisten en la red usos indeseados. La profusión de técnicas digitales de copia y agregación que incumplen cotidianamente la normativa y reproducen sin autorización contenidos en Internet, a la larga dificulta la rentabilidad de los medios, devalúa el trabajo de los periodistas y pone en riesgo el rigor y la calidad de la obra periodística y amenaza la viabilidad de estas empresas.

La grave crisis económica actual está teniendo, además, una inevitable repercusión en los medios de comunicación. La prensa, las revistas la radio y la televisión han visto disminuir la facturación publicitaria y se han suprimido numerosos puestos de trabajo, cuestión ésta que afecta al periodismo de calidad y, por ende, al pluralismo democrático.

Por todo ello, los medios impresos, incluyendo los medios periodísticos digitales profesionales on line, radio y televisión y los periodistas de esos medios pedimos a través de la presidencia española rotatoria que las instituciones de la Unión Europea tengan en cuenta las consideraciones que exponemos a continuación a la hora de establecer medidas normativas, de fomento e inversión pública.

## **A. Hacia un nuevo modelo industrial de los medios periodísticos de comunicación**

1. Es necesario que los medios periodísticos de comunicación profesionales nos adaptemos a una nueva realidad de redacciones integradas y organizaciones globales, definiendo entre las distintas administraciones y agentes implicados, un nuevo marco que, en el pleno respeto a los derechos de los periodistas e impidiendo la destrucción de empleos y su precarización, nos permita ser más competitivos y consolidar un modelo más abierto, participativo y plural.

2. Creemos que la era de la prensa impresa –tanto de información general como profesional o especializada- tiene futuro y por ello valoramos iniciativas europeas que contribuyan a su pervivencia, Creemos que Internet es una nueva frontera para la prensa, tanto en términos de ingresos por publicidad como en términos de desembolso de oportunidades de negocio. Las autoridades deberían dar prioridad a garantizar la igualdad de condiciones que alienten la inversión en estos nuevos modelos de negocio. Las autoridades deberían garantizar que los medios profesionales no sufren cuellos de botella en el mundo digital que puedan dañar la capacidad de la prensa de desempeñar su papel democrático en el futuro.

3. En materia audiovisual, la Unión Europea debe velar por que se mantenga la neutralidad tecnológica de los sistemas de distribución. Creemos que la competencia en materia de espectro radioeléctrico debe quedar en poder de los Estados miembros, sin perjuicio del pleno respeto a las exigencias impuestas por las libertades comunitarias.

4. Consideramos imprescindible que las autoridades europeas definan, lo más pronto posible, el desarrollo de un modelo europeo de tecnología digital que facilite a los medios de comunicación de radio hacer la transición tecnológica en un plazo razonable y de manera simplificada, ya que hasta ese momento resulta imposible pensar en el llamado apagón analógico También apostamos por una actuación más firme contra las emisoras ilegales.

5. En el ámbito regulatorio europeo, consideramos muy importante, separar los títulos habilitantes para ejercer la función de radiodifusor entre los operadores públicos y privados, reservando la condición de servicio esencial de interés económico general para los radiodifusores públicos y, estableciendo el título de autorizaciones y licencias para los radiodifusores comerciales-privados, adecuándolos a su condición de servicio de radiodifusión de interés general. Esto debe tener como consecuencia una flexibilización de su gestión empresarial, una no imputación de obligaciones excesivas de servicio público, un otorgamiento de las licencias en concursos concesionales por plazos suficientes para garantizar la ejecución de los Planes de Negocio de las empresas, con la posibilidad de renovación automática de las mismas al cumplirse el plazo de su vencimiento, condicionada al cumplimiento por parte de las empresas

concesionarias de las estipulaciones, previamente definidas, que en su caso se establezcan.

6. Las televisiones privadas hertzianas europeas valoramos la Directiva de Servicios Audiovisuales, pero estimamos que aún es necesario poner los cimientos para afrontar los nuevos retos, dibujando un nuevo marco legislativo europeo global y estable que garantice al máximo la seguridad jurídica. Pedimos a las instituciones europeas un apoyo decidido que asegure nuestra pervivencia con independencia de las otras formas de transmitir contenidos televisivos y de la progresiva convergencia de medios. En este sentido pedimos que en las condiciones de adjudicación de espectro del dividendo a servicios de comunicaciones móviles, se exija una certificación técnica que garantice que estos nuevos servicios no produzcan interferencias sobre los servicios de TDT que operan en bandas adyacentes ya implantados. Y nos comprometemos a impulsar la medición en audiencias en el nuevo escenario digital.

7. Las televisiones privadas hertzianas, solicitan a la Unión Europea que inste a los Estados miembros a que establezcan una articulación concreta del servicio público y su definición, como indica la Comunicación de la Comisión Europea sobre Ayudas Estatales de 2009.

8. Abogamos porque las instituciones europeas promuevan planes de formación para los profesionales de los medios, incluso en la puesta al día de competencias que derivan de las nuevas tecnologías. También alentamos a las autoridades a asegurar una mayor transparencia, diversificación y libre competencia.—Hacemos un llamamiento a las administraciones públicas para promover el acceso ciudadano a la información y los medios de comunicación profesionales, especialmente en el caso de los miembros más jóvenes de la sociedad. La alfabetización Mediática es una herramienta indispensable para educar a los ciudadanos y aumentar su participación en la sociedad de la información y economía del conocimiento. Los editores de prensa y los periodistas desempeñan un papel activo en este ámbito, incluso mediante la prensa digital, y deben ser reconocidos como factores esenciales que contribuyen al debate democrático.

## B. La defensa de los derechos de propiedad intelectual ante el auge tecnológico

9. En materia de derechos de propiedad intelectual, los editores y periodistas apostamos por que las autoridades europeas sean firmes frente a terceras partes que utilizan el trabajo de los titulares de derechos sin permiso ni pago, por cuanto esa circunstancia amenaza la producción de contenidos de calidad y la existencia de un periodismo independiente.

10. Defendemos que, en materia audiovisual, se tomen medidas para que los derechos exclusivos y de remuneración reconocidos a los distintos titulares queden clarificados en todo el espacio europeo; por la transparencia de las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual; y por que existan organismos arbitrales eficaces que palien la elevada litigiosidad. Por ello, la Unión Europea debería promulgar una Directiva que unifique y clarifique criterios.

11. Asimismo, creemos necesarias iniciativas que procuren el mantenimiento del principio de exclusividad y a la protección de contenidos, siendo necesaria una política coordinada contra la piratería, especialmente en defensa del acceso condicional.

12. En radio, defendemos que el sistema de tarifas tenga en cuenta el trabajo de promoción que los medios realizan diariamente de los materiales de autores, intérpretes y casas discográficas; y que se establezcan a nivel europeo comisiones equitativas capaces de dirimir los conflictos que puedan plantearse. También apoyamos un impulso europeo al Tratado Internacional que desde hace años se discute en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

13. Apostamos por garantizar una fuerte protección de los derechos de autor bajo la Directiva Europea de Derechos de Autor en la Sociedad de la Información y su revisión, la cual es decisiva para proteger los derechos de propiedad intelectual, en un marco abierto de debate con todos los actores que hacen posible la pervivencia de los medios.

### C. Libertad y publicidad

14. Apostamos por una efectiva autorregulación de la publicidad –garantía de la viabilidad económica de los medios de comunicación– siempre teniendo en cuenta que los límites establecidos en la publicidad sean proporcionados y estén justificados por razón del respeto a los principios, derechos y valores constitucionales.

15. En todo caso, debe evitarse cualquier requisito más estricto a la prensa escrita por constituir una carga adicional claramente discriminatoria frente a las condiciones publicitarias de otros medios de comunicación. Igualmente, consideramos que deben revisarse los límites horarios de mensajes publicitarios para las televisiones privadas hertzianas.

16. Asimismo, los medios de comunicación promoverán altos estándares éticos en la autorregulación de la publicidad, conciliando la libertad de expresión de los anunciantes y la libertad de publicidad de las empresas.

17. Consideramos que las instituciones comunitarias deberían realizar campañas informativas públicas para promover prácticas saludables para la ciudadanía, en lugar de requerir información obligatoria o símbolos en la publicidad comercial, mientras se reconoce el papel de los medios de transmitir noticias generales y realizar reportajes de temas de actualidad, incluyendo la salud y el impacto medioambiental de ciertos productos y actividades.

18. Los criterios de inserción de publicidad institucional de los países miembros deben estar regulados legalmente, atendiendo a criterios objetivos de penetración, difusión, audiencia, cobertura territorial, etc.

19. Apoyamos iniciativas que tiendan a velar por que las televisiones privadas hertzianas no operen en condiciones de inferioridad frente a las que utilizan otros soportes de transmisión y difusión.

20. Apostamos por un tipo cero de IVA para la venta de periódicos revistas, publicaciones y publicaciones especializadas, incluyendo la prensa digital on line.