

Muy buenas noches, queridos compañeros , autoridades, señores editores, distribuidores, compañeros de otras Asociaciones de España y empresas colaboradoras.

En primer lugar deseo darles la bienvenida a esta cuarta edición de los premios AVECOMA.

PREMIOS AVECOMA

Un año más queremos reconocer las iniciativas que desde el mundo empresarial, institucional y personal se han hecho para ayudar a los vendedores de prensa y por dignificar esta profesión. Por eso hemos establecido tres categorías y vamos a entregar tres premios:

Premio a la personalidad que se haya destacado por su sensibilidad hacia los vendedores de prensa.

Premio a la empresa que se haya destacado por ayudar a mejorar la imagen del colectivo de vendedores de prensa.

Premio a la Institución que se haya destacado por su apoyo hacia los vendedores de prensa.

Existe entre muchos vendedores de prensa la idea, no sin razón, de que Internet es una amenaza para el futuro de esta profesión. Es cierto que los nuevos tiempos están creando un nuevo cliente y que las publicaciones en papel van a menos y van a seguir a menos y que Internet tiene mucho que ver en ello. Pero si queremos sobrevivir, no podemos meter la cabeza debajo del ala e ignorarlo. Hay un refrán español que dice “si no puedes con tu enemigo, únete a él. Y eso es lo que debemos hacer. Debemos acercarnos a Internet, aprender a usarlo, descubrir las increíbles posibilidades de comunicación que tiene. Ser conscientes de que en muy poco tiempo no saber manejar un ordenador será como no saber leer y escribir.

No es este ni el momento ni el lugar para entrar con detalle en todo lo que ofrece Internet. Pero sí quiero hablaros de que en Internet ya hay muchos vendedores de toda España comunicados, han proliferado páginas webs. Blogs, foros, grupos de facebook y está abriendo infinitas posibilidades. El pasado año premiamos un blog pionero en el Internet de los quiosqueros. Este año queremos premiar a un quiosquero de Vigo, que ha contribuido sin duda a que entrar en los foros sea una tarea agradable. Han sido famosos sus debates con otros miembros y su afilado verbo le ha hecho ganarse el respeto de muchos. Pero también, cuando alguien preguntaba algo o necesitaba algo ahí estaba el Cura para contestar. Hemos sabido que nos deja, que deja esta profesión, como tantos y tantos lo están haciendo. Pero nosotros queremos que se lleve un buen recuerdo, que sepa que gente que no le conocía personalmente, ha valorado su labor. (yo mismo le he conocido personalmente esta mañana) y que ese tiempo que ha dedicado a informar, debatir, y expresar sus ideas y sentimientos no ha sido en vano. Con un afecto especial por su despedida, el premio AVECOMA a la empresa 2011 es para:

Alfonso Garrido: O CURA DE FRUIME .

INTERVENCION DE ALFONSO GARRIDO (O CURA DE FRUIME)

Buenas noches.

Ante todo quiero agradecer a Rafael Artacho y a toda la Junta Directiva de AVECOMA que se hayan acordado de mí a la hora de conceder este premio. Muchas gracias, Rafa. Y muchas gracias a todos los componentes de la Junta.

En segundo lugar tengo que agradecer también a Luis Sancho, promotor de Adi-Today, que haya confiado en mí cuando hace un par de años me ofreció su página para escribir en ella esas columnas de opinión que firmo como O Cura de Fruime y que son, al fin y al cabo, las que han hecho que algunos de ustedes me conozcan.

Yo no estaría aquí ahora, sería un anónimo vendedor de prensa como tantos miles de compañeros, si no fuera por ese gran invento que es internet. Invento, por cierto, infravalorado y por desgracia apenas utilizado en nuestra profesión.

Cuando puse el quiosco lo primero que hice fue buscar en internet la dirección de la Asociación de mi provincia. Y no había nada. Ni una página web, ni un teléfono en las páginas amarillas, nada de nada, era como si no existiera. Por suerte poco tiempo después recibí una circular que convocaba a todos los puntos de venta a una asamblea, así que fui, me puse en contacto con ellos, me asocié y contándoles lo difícil que me había sido localizarles, me ofrecí para hacer una pequeña página web para que a otros compañeros no les sucediera lo mismo que me había pasado a mí. Como dijo el presidente, para uno que sabe leer y tiene una idea, vamos a ficharlo. A los pocos meses me habían metido en la Junta Directiva y empezamos a trabajar en la página.

Esto sucedió hace ahora exactamente cinco años. Desde entonces las cosas han avanzado algo, pero no lo suficiente. Todavía hay miles de puntos de venta no solo ajenos a las nuevas tecnologías de la comunicación, sino que ni siquiera están informatizados; todavía hay mucha gente que sigue llevando toda la gestión del quiosco, de la mercancía y de las ventas, a mano, de una manera primitiva, de una forma en la que ya no se trabaja en ningún otro negocio. El porqué de este rechazo sigue siendo para mí una incógnita.

Sin embargo, algo hemos avanzado en estos últimos años. Las Asociaciones se están dando cuenta de la importancia de estar en la red, de la comunicación, de tener a los vendedores informados de todo lo que sucede a su alrededor. La web también ha avanzado y las páginas son ahora mucho más amables, más fáciles de administrar, y permiten contenidos mucho más dinámicos, de manera que cualquiera sin apenas conocimientos de informática puede no solo informarse de lo que los demás opinan, sino dar también su propia opinión, tratar problemas comunes y dialogar y encontrar soluciones entre todos.

Ahora tenemos foros, Facebook, chats, correo electrónico, páginas de información de multitud de asociaciones. Todo ello es muy importante, mucho más que no tener nada, pero nos falta un punto de encuentro común que sea una referencia para todos y que impida que la información y la opinión se dispersen y se pierdan por los laberintos de la red. Debemos proponernos como objetivo avanzar en ese sentido, en la unidad, porque será lo que nos permita tener verdadera fuerza y poder defender con garantía de éxito nuestros derechos.

Decía al principio que todavía existe una gran mayoría de vendedores de prensa ajenos a las nuevas tecnologías. Hay que llegar hasta ellos, y hacerlo es obligación de las Asociaciones. Hay que concienciarlos y convencerles de que el futuro, tanto individual como colectivo, está en la comunicación y en la colaboración de todos, de que no se trata de pagar una cuota y esperar a que los demás les solucionen los problemas. Cuando escuchamos esa frase de “es que la Asociación no hace nada” tenemos que pensar que estamos hablando con un vendedor al que no le llega la información, es lógico que piense así. Solucionarlo es, como decía, obligación de las Asociaciones, hay que conseguir que los vendedores se den cuenta de que ellos también son la Asociación, de que ellos y su experiencia y su opinión son muy importantes a la hora de avanzar.

Y nada más. Muchas gracias a todos por estar ahí. Me gustaría poder decir dentro de un año, en la próxima reunión de AVECOMA, que todo lo que he dicho hoy se ha quedado anticuado.

Gracias.