

PROPUESTAS DE LOS EDITORES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL GOBIERNO DE ESPAÑA Y AL DE LA GENERALITAT VALENCIANA PARA UN PLAN DE CHOQUE DE AYUDAS

- *La Associació de Mitjans Digitals de la Comunitat Valenciana hará llegar esta propuesta por registro de entrada a todos los grupos de las Corts Valencianes, Generalitat y principales ayuntamientos.*

La crisis del coronavirus está golpeando a las empresas editoras de medios de comunicación y publicaciones periódicas de una manera aún mucho más letal y rápida que la crisis económica global de hace una década, de la que muchas de ellas aún no se habían recuperado.

La Associació de Mitjans Digitals de la Comunitat Valenciana representa a 30 editores de medios de comunicación online que tiene en el mercado cerca de 40 cabeceras informativas, y cientos de puestos de trabajo. En estos días se están volcando en ofrecer una información veraz y responsable, un esfuerzo informativo en medio de una caída masiva de ingresos publicitarios.

Mientras sus productos y servicios de información y de entretenimiento son más demandados que nunca por los ciudadanos, especialmente los online, y más necesarios para el eficaz funcionamiento de la sociedad democrática, sus ingresos se desploman.

Los de ventas de ejemplares por el confinamiento de la población. Los de publicidad por la falta súbita de mercado de muchos de los principales anunciantes. Los de eventos y relaciones públicas, en su totalidad, por el confinamiento de la población. El sector, muy atomizado, y con muchísimas pymes que tienen una tesorería muy endeble y graves dificultades de financiación incluso cuando el mercado funciona con normalidad, puede sufrir tal devastación que se convierta en un problema aún mayor, de salud democrática del conjunto del Estado.

Los medios de comunicación no son un sector económico más. Son un elemento clave en el buen funcionamiento de la sociedad democrática. Son los garantes del derecho constitucional de todos los ciudadanos a la información y a la libertad de expresión.

Sin unos medios de comunicación social diversos y plurales, el conjunto de la sociedad española será mucho más pobre si alguno desaparece por esta crisis. El cese de actividades impuesto por el Real-Decreto para la imposición del Estado de alarma en España para hacer frente al COVID-19 está haciendo tales estragos entre los editores de publicaciones periódicas que es urgente la puesta en marcha de un Plan de Choque de Ayudas a la Prensa, con medidas inmediatas, a corto y a medio plazo que garantice la continuidad de un servicio público esencial, en un contexto en el que la información es clave para combatir la crisis tanto sanitaria como económica y social provocadas por la pandemia.

Muchas empresas, tanto grandes como medianas y pequeñas, no aguantarán si no se aprueba este Plan y no se hace de manera urgente para un sector comprometido con el Gobierno en la búsqueda de respuestas y de salidas a la crisis. Será muy tarde y mucho más costoso recuperar un sector estratégico en el presente y en el inmediato futuro si en el marco de la actual situación no se considera la necesaria consolidación del sector.

El Plan, con todas sus medidas, debería estar en marcha cuanto antes, por ello apelamos a la Generalitat Valenciana y al Gobierno de España. El tiempo de respuesta es determinante. La inmensa mayoría de los editores han tenido que adecuar los procesos de trabajo a la situación, imponer el teletrabajo, renegociar a la baja con sus anunciantes las contraprestaciones económicas, rehacer sus planes de distribución ante las dificultades en los procedimientos ordinarios.

En definitiva, están incurriendo además en costes extraordinarios precisamente cuando se están derrumbando sus ingresos. Y todo ello, por su compromiso con el conjunto de la sociedad prestando un servicio público esencial.

Mientras, las campañas de publicidad se han cancelado o recortado en un porcentaje estimado para el conjunto del sector en un 75%/80%, otras actividades con cada día mayor relevancia en los ingresos del sector editorial -como son los eventos y la producción de contenidos multimedia para terceros- se han esfumado en su totalidad para, al menos, los tres próximos meses.

El impacto es enorme en el ámbito de las publicaciones impresas y en las digitales por lo que, si el Plan se retrasa, podría mermarse gravemente el acceso a la información de los ciudadanos, en un momento en el que la información es, precisamente, una de las mejores armas para combatir la extensión de la pandemia.

Las cinco asociaciones firmantes de esta propuesta –Associació de Mitjans Digitals de la Comunitat Valenciana, Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEP), Asociación de Revistas de Información (ARI), Asociación de Prensa Profesional y Contenidos Multimedia (Coneqtia) y Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE) - representan a más de 260 grupos editoriales, con más de 1.500 cabeceras informativas y una audiencia superior a 60 millones de usuarios.

Los asociados de estas asociaciones consideran que el impacto de la crisis en su cuenta de resultados este año estará en el entorno de hasta 250 millones de euros con la caída en las ventas por difusión, publicidad (papel y digital), eventos y producción de contenidos y otros servicios.

Estas asociaciones representan fielmente la variedad y heterogeneidad del sector, pues abarcan todas las temáticas (información general, especializada y profesional), de todas las periodicidades (diarios, semanarios, quincenales, mensuales, trimestrales, anuarios...), en todo tipo de modalidades de distribución y comercialización (de pago, gratuitos, de suscripción) y en todos los canales y soportes (impresos, digitales, gratuitos, multimedia, aplicaciones móviles...).

Así, pues reclaman:

MEDIDAS URGENTES DEL PLAN DE CHOQUE DE AYUDAS A LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS:

1. Suspensión de la cotización a la Seguridad Social de las empresas y autónomos de la cadena de edición y comercialización de las publicaciones periódicas (editoriales, distribuidoras nacionales, distribuidoras locales y quioscos) en tanto duren las medidas restrictivas derivadas de la situación de emergencia sanitaria.
2. Facilidad y rapidez para abordar Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) en tanto duren las medidas restrictivas derivadas de la situación creada por el COVID-19. Los editores siguen sacando sus publicaciones, pero necesitan flexibilidad para poder ajustar las plantillas mientras dure la crisis, no se puede exigir el cierre de la actividad para conceder el ERTE.
3. Ejecución urgente de los pagos adeudados por las Administraciones Públicas a editores, distribuidores o quiosqueros, por devolución de impuestos, campañas publicitarias o por cualquier otro concepto.
4. Apertura de una línea de crédito específica con ICO o CESCE, estimada en unos 50 millones de euros, sin intereses y con dos años de carencia, para quiosqueros, distribuidores y pequeñas y medianas editoriales como fórmula para poder afrontar el futuro en un contexto de profunda crisis económica.
5. IVA digital. Transposición de la directiva de la Unión Europea para las publicaciones digitales: 4% IVA para publicaciones y contenidos digitales.
6. Suspensión del IBI a los puntos de venta de publicaciones periódicas durante todo el año fiscal 2020.
7. Publicidad y comunicación institucional, en TODAS las publicaciones periódicas en papel y digital a precio de mercado. El Gobierno instará a los gobiernos autonómicos y locales a que elaboren planes semejantes en sus respectivos ámbitos, y regidos por los mismos principios.

Estas campañas tienen que llegar a TODOS los editores y se pueden planificar desde cada asociación.

8. Envíos gratuitos de suscripciones con Correos mientras duren las medidas restrictivas que afectan a la distribución.

9. Aplazamiento de los pagos pendientes a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos durante el periodo de seis meses prorrogable. Adicionalmente, proponemos las otras medidas en el marco de un PLAN ESTRATÉGICO DE AYUDA A LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS Publicidad y comunicación institucional.

10. Creación de un portal único de información, con enlace en todos los medios, sobre las actuaciones de la Administración para combatir el COVID-19 y las medidas para la recuperación de la actividad, que incluya: o Asignación de ayudas para la creación de espacios informativos en los medios colaboradores o Publicidad institucional de su lanzamiento o Difusión y acceso a los contenidos proporcionados por los medios colaboradores

11. Contratación de campañas de publicidad y comunicación institucional para eventos promovidos por el Gobierno y sus organismos dependientes.

12. Campañas de divulgación en publicaciones especializadas asociadas a las iniciativas gubernamentales y de sus organismos dependientes en materias estratégicas como ciberseguridad, emprendimiento, inteligencia artificial, infraestructuras... Plan Nacional de Fomento de la Lectura de Prensa Impresa y Digital.

13. Compra de ejemplares para su reparto entre colectivos masivos (colegios, institutos, universidades, hospitales, residencias de mayores, cuarteles y todo tipo de oficinas y dependencias públicas) por parte de las administraciones. Adquisición de diarios, revistas y suscripciones digitales. Los editores facilitarán estos ejemplares a precios bonificados.

14. Adquisición de suscripciones impresas y digitales para uso interno de los órganos dependientes del Gobierno conforme a una planificación que permita a todos los editores, desde los muy grandes a los muy pequeños, y en especial a los editores de publicaciones especializadas, alcanzar audiencias cualificadas. Correos y servicio postal.

15. Servicio de Interés Económico General (SIEG) permanente para publicaciones periódicas, con una tarifa única y reducida para el envío de las publicaciones y que convierta, de forma urgente, el reparto de publicaciones, como un servicio imprescindible y esencial, integrante del Servicio Postal Universal. Digitalización del sector

16. Ayudas a fondo perdido para proyectos de digitalización o reconversión digital de pymes del sector editorial. En particular, ayudas para la implantación del teletrabajo y el reforzamiento de las capacidades tecnológicas de las compañías editoriales de publicaciones periódicas. Formación

17. Ayudas para la capacitación de los profesionales en nuevas herramientas y para el desarrollo de nuevos perfiles profesionales en las redacciones.
18. Programa específico de reciclaje profesional a través del SEPE para los afectados por los ajustes de empleo.
19. Desarrollo de programas formativos a colectivos de interés en la creación de una opinión pública formada (colegios, institutos y universidades; empresas, fundaciones...) como parte de las iniciativas para combatir la desinformación.
20. Digitalización de los puntos de venta. Introducción en quioscos de tecnología conectada a distribuidores y editores de modo que estos puedan conocer en tiempo real sus ventas y existencias en punto de venta. Otras medidas
21. Reconocimiento al derecho a “copia privada” a todas las publicaciones periódicas, diarios y revistas y recaudación adicional del canon por copia privada para satisfacer este derecho.
22. Ayudas al desarrollo de un tejido editorial local, de medios locales, y a la contratación de corresponsales y a la expansión de los medios generales en la España vaciada.
23. Creación de un Instituto para la Innovación Periodística con la participación de las asociaciones sectoriales, la Universidad, las organizaciones de usuarios y la industria asociada (telecomunicaciones, informática...) con cargo a las ayudas estatales y dedicado a proyectos de investigación en el ámbito de la prensa.
24. Elaboración de un libro blanco del sector de medios para la definición de un marco de calidad informativa y de políticas industriales para asegurar el futuro de la industria.
25. Creación de un Comité de Seguimiento mixto del Plan de Choque, un Consejo formado por las asociaciones sectoriales y de las administraciones públicas. El Comité elaborará informes de evaluación y recomendaciones sobre el impacto del Plan y su continuidad para el Gobierno.