

INFORME SOBRE LA SITUACIÓN LABORAL Y PROFESIONAL DE LOS PERIODISTAS DIGITALES en Catalunya

*Estudio realizado por el **Grup de Periodistes Digitals (GPD)**
y el **Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC)**,
con la colaboración del **Col·legi de Periodistes de Catalunya**.*

*La elaboración de este informe ha sido posible gracias al
trabajo realizado por **Eva Asensio, Lucía Calvo, David Domingo**
y **Toni Rubies**, miembros del Grupo de Periodistas Digitales (GPD)*

Barcelona, noviembre de 2003

Disponible en:

http://www.periodistesdigitals.org/docs/informe_laboral_periodistas_digitales.pdf

INTRODUCCIÓN

RESUMEN

1. DATOS DEMOGRÁFICOS

Sexo

Edad

Titulación universitaria

Lugar de trabajo

2. ACTIVIDAD PROFESIONAL

Tipo de actividad y empresa

Tareas: cantidad y tipo

Formación continua

La formación continua en relación con las tareas realizadas

Venta de contenidos

Acceso a las fuentes de información

3. CONDICIONES LABORALES

Jornada

Contrato

Contrato según el tipo de medio

Sueldo

Sueldo según el tipo de medio

Trabajo por cuenta propia/ajena

Titularidad de la empresa

Número de trabajadores por empresa

Número de empresas para las cuales trabaja

Antigüedad en la empresa

Número de empresas para las cuales ha trabajado

Trabajo desde casa

Trabajo desde casa según el tipo de contrato

Convenio laboral

4. PROBLEMAS LABORALES Y PROFESIONALES

Condiciones laborales comparadas con otros periodistas

Problemas detectados

CONCLUSIONES

Perfil del periodista digital en Catalunya

La situación profesional del periodista digital

La situación laboral del periodista digital

ANEXO

Plantilla de la encuesta

INTRODUCCIÓN

Este informe pretende ser un primer paso para conocer la situación laboral de los periodistas digitales en Catalunya. Es un intento por averiguar si las precarias condiciones laborales que de manera generalizada soportan los periodistas¹ son similares a las de los periodistas que trabajan en internet o si estos últimos se ven afectados por una mayor precarización, tal como parece deducirse de los comentarios expuestos en diversos foros públicos, como el II Congreso Nacional de Periodismo Digital².

Asimismo, pretende analizar si el trabajo tradicional del periodista como transmisor de información se ha visto afectado con la llegada de este nuevo medio.

Este estudio considera *periodista digital* a todo profesional que trabaja para el soporte internet, ignorando definiciones más amplias que también incluyen bajo este término a los periodistas que utilizan la red como fuente de información.

La investigación se ha realizado a partir de una encuesta en internet desarrollada conjuntamente por el Grup de Periodistes Digitals (GPD) y el Sindicat de Periodistes de Catalunya. La existencia del cuestionario se difundió entre los colegiados del Col·legi de Periodistes de Catalunya, los suscriptores del boletín Fil Directe del Sindicat y los de la lista de distribución del GPD. Se recopilaron datos entre el 26 de marzo y el 15 de julio de 2003, obteniendo un total de 66 respuestas, de las que una fue eliminada al comprobar importantes incoherencias en los datos aportados.

Aunque el tamaño de la muestra pueda parecer reducido, se trata del esfuerzo más amplio hasta ahora por definir la situación laboral y profesional de los periodistas digitales³. Las cifras resultan significativas en relación a otros estudios sobre el sector. Si bien el estudio sobre la profesión periodística elaborado por el Col·legi de Periodistes de Catalunya⁴ en el año 2000 no incluye internet como medio, una investigación similar realizada por la Asociación de Prensa de Aragón⁵ en 2001 cifra en un 4,5% a los periodistas que trabajan en internet / periodismo digital. La muestra del Col·legi de Periodistes incluyó 600 entrevistas, por lo cual las sesenta respuestas de nuestra encuesta resultan bastante coherentes.

Dado que la encuesta se difundió por internet, las personas que la respondieron se autoseleccionaron como muestra y, aunque la gran mayoría trabajan en Catalunya, se han obtenido también 6 respuestas del resto del Estado español (Madrid, Toledo, Logroño, País Vasco y Murcia) y dos de Argentina, observándose tendencias similares a las registradas en Catalunya. Por lo tanto, mientras que consideramos que el estudio da resultados significativos a nivel catalán, los resultados sólo se pueden extrapolar al resto del Estado con mucha prudencia, ya que haría falta una muestra más amplia para corroborar los datos registrados.

¹ CANEL, M^a José; RODRÍGUEZ ANDRÉS, Roberto y SÁNCHEZ, José Javier (2000): *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid, CIS.

² IÑAKI I. ROJO (2001): *Mi nombre es Kunta Kinte*, en <http://www.baquia.com/com//20010206/art00031.html>

³ El estudio *Xornalismo en Internet: Actitudes profesionais e condicións laborais dos periodistas en liña*, coordinado por XOSÉ LÓPEZ i MIGUEL TÚÑEZ y editado por el Consello da Cultura Galega (2002) se basó en una muestra de treinta entrevistas en profundidad.

⁴ *Investigació Col·legi de Periodistes de Catalunya* – Institut Opina. Septiembre 2000, en <http://www.periodistes.org/cat/ProfessioPerfil.htm?elmenu=6>

⁵ *Diagnóstico de la profesión periodística en Aragón*. Asociación de la Prensa de Aragón. Junio 2001, en <http://www.aparagon.es/diagnos.htm>

RESUMEN

La precariedad laboral y profesional de los periodistas digitales es un hecho según los resultados de este informe. El perfil tipo del periodista digital analizado es el de un profesional joven, con estudios universitarios, que tiene su lugar de trabajo a Catalunya. Trabaja o bien a un medio exclusivamente digital o a la edición digital de un medio que dispone de otros soportes. Aunque realiza diversas tareas en el trabajo, entre las cuales destacan la producción de contenidos originales y la dirección de proyectos, no tiene contrato estable ni está bien remunerado. El 40% de los periodistas que trabaja para medios exclusivamente digitales no tiene contrato laboral. Trabaje para el tipo de medio que trabaje, el 38% tiene un sueldo que no llega a los 900 € brutos mensuales.

La empresa no proporciona formación continua en un 66% de los casos, aunque muchos periodistas realizan tareas especializadas que requieren de esta formación, como la maquetación web, el diseño gráfico avanzado o la programación.

La situación empeora para el 32% de los periodistas digitales que teletrabajan o hacen el trabajo desde casa. De estos, el 61% no tiene ningún tipo de contrato y al 86% la empresa no le paga ni los gastos de conexión en Internet, ni la electricidad, ni el equipamiento necesario para hacer su trabajo.

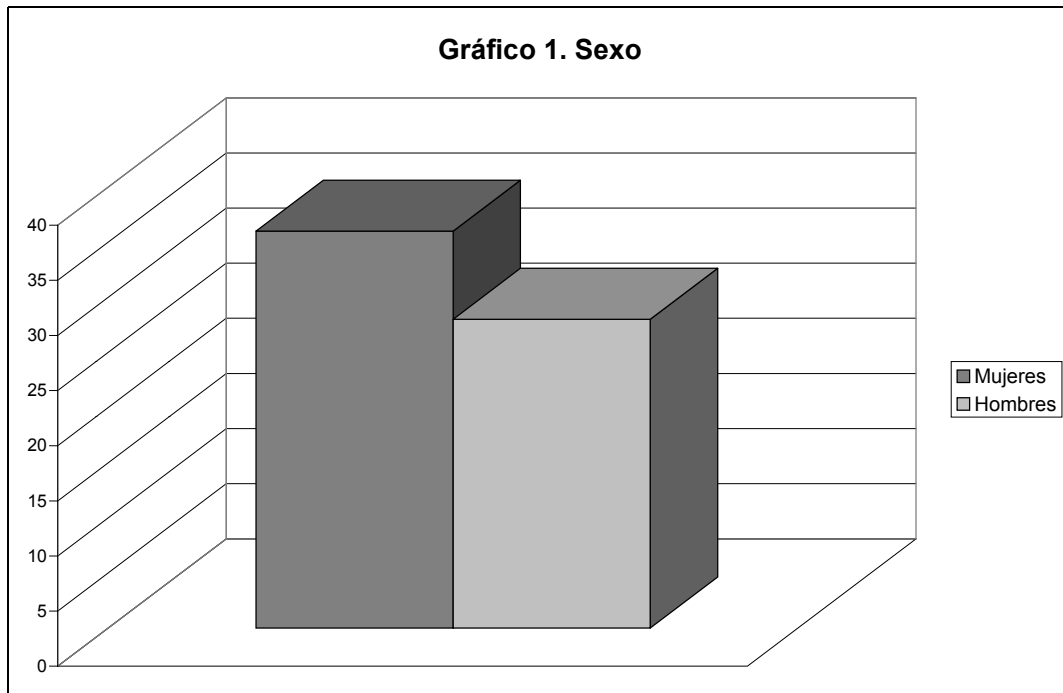
Aunque un 44% de los periodistas digitales tiene convenio laboral, sólo un 9% lo valora bien y un 68% lo desconoce.

Cuando a los periodistas digitales se les pregunta sobre los problemas principales que detectan en el trabajo y en el ejercicio de su profesión contestan que tienen sueldos bajos, peores contratos, trabajan más horas y están menos valorados profesionalmente que otros compañeros periodistas, diseñadores o informáticos.

1. DEMOGRAFÍA

Sexo

Más de la mitad de las personas encuestadas son mujeres. Hay un 55% de mujeres periodistas que trabajan en Internet y un 45% de hombres (gráfico 1 ⁶).

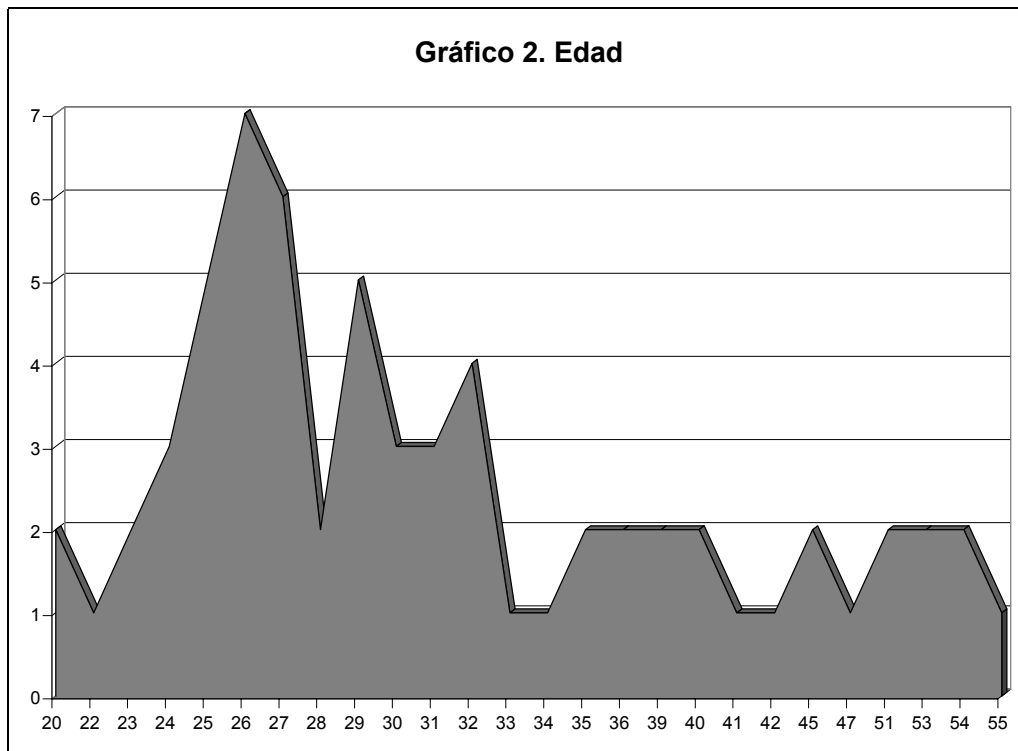


Edad

El perfil del periodista digital es el de un profesional joven. La media de edad de los encuestados es de 33 años y la edad más frecuente es 26 años, un hecho que se presenta tanto en mujeres como en hombres.

La franja de edad de 20 a 35 años es la que concentra a más periodistas digitales. Tienen de 20 a 25 años el 20% de los encuestados. De 25 a 35 años, el 52% de los periodistas digitales. De 35 a 45 años, un 15%. De 45 a 55 años, un 12% (Gráfico 2).

⁶ Todos los gráficos expresan cifras absolutas en base al total de personas que respondieron la encuesta, excepto cuando se indica que se trata de porcentajes (%). En la mayoría de los casos se ha ignorado las respuestas en blanco, excepto cuando alcanzan porcentajes significativos para interpretar los datos.

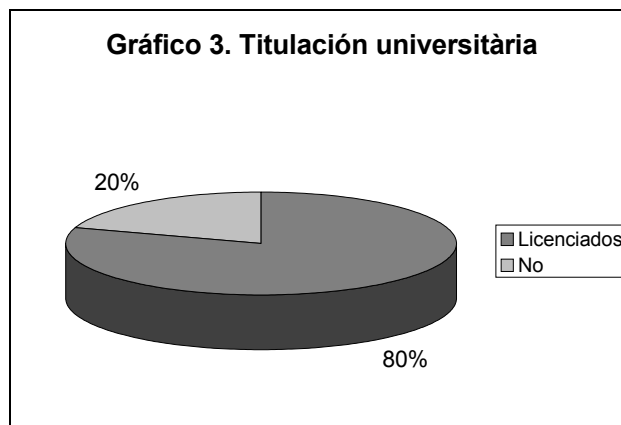


Titulación universitaria

El 80% de los periodistas digitales encuestados son Licenciados en Periodismo (Gráfico 3). Otro dato que confirma su juventud es el año de finalización de los estudios. Un 45% se licenció entre el año 1995 y en el 2000. De hecho, el año que concentra a más licenciados en periodismo es 1999. Los licenciados entre el año 2000 y 2003 son un 18% de los encuestados.

Un 14% por ciento se licenció antes del año 1980 y también un 14% acabaron los estudios en la década de los 80. Entre el año 1990 y 1995 se licenciaron un 14% de los encuestados.

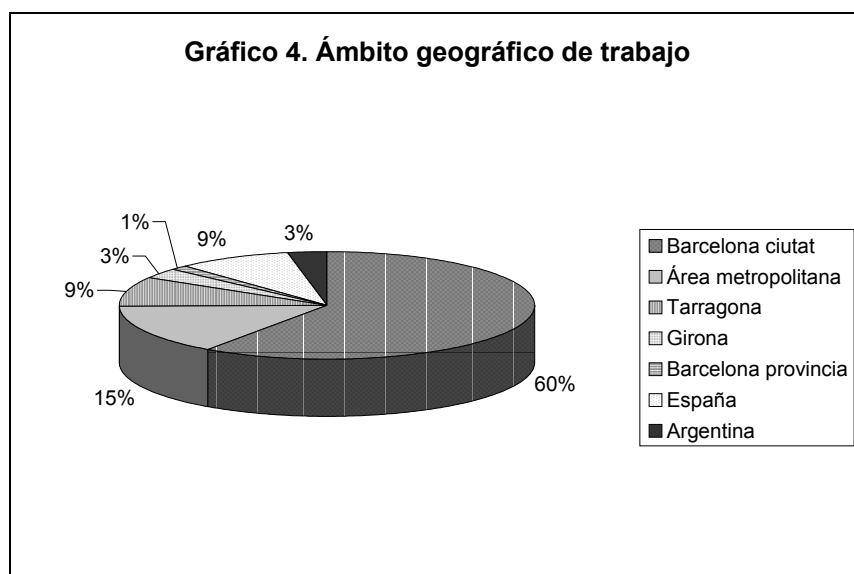
La mayor parte de periodistas digitales son licenciados a partir de la década de los 90 en adelante, aunque también hay que tener en cuenta que ha habido 9 encuestados que dicen que son licenciados pero no han especificado en qué año acabaron la carrera.



Lugar de trabajo

Un 88% de los periodistas que han contestado la encuesta trabaja en Catalunya. De éstos, un 60% lo hace a Barcelona, un 15% en el área metropolitana y un 13% tiene su lugar de trabajo otras ciudades catalanas como Girona o Tarragona. Por lo tanto, se puede considerar que los resultados de este informe son significativos para describir la situación laboral y profesional de los periodistas catalanes. Pero no podemos ignorar que un 9% de las personas que contestaron el cuestionario trabajan en otros puntos del Estado español como Madrid, Logroño o Palma de Mallorca. Incluso dos de los encuestados tiene su puesto de trabajo fuera de España (Gráfico 4).

Por lo tanto, hay un 88% de los encuestados que trabaja en el territorio catalán, mientras que el resto (12%) lo hacen en el Estado español o en el resto del mundo.



2. ACTIVIDAD PROFESIONAL

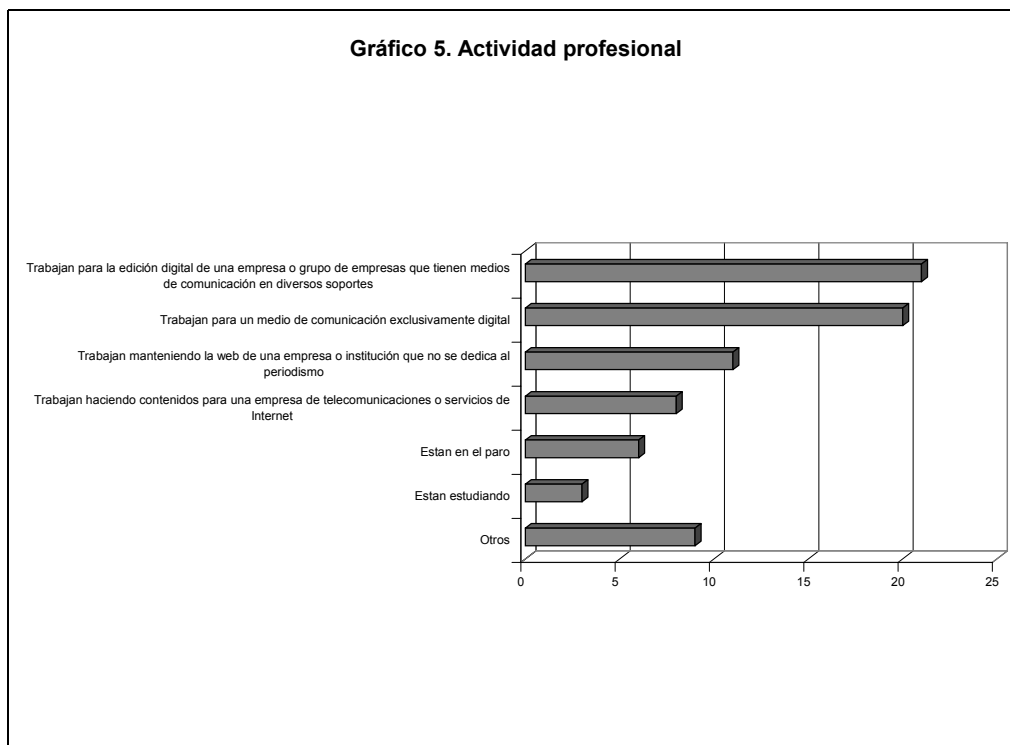
Tipo de actividad y empresa

El periodismo digital se puede ejercer tanto en medios de comunicación exclusivamente digitales (creados en la Red), como en la edición digital de una empresa o grupo de empresas que tiene medios de comunicación en diversos soportes (por ejemplo, la edición digital de *El País*). Un 62% de los encuestados trabaja en empresas de estos dos tipos, siendo un 30% los que trabajan a medios nacidos en Internet y un 32% los que lo hacen en medios de la Red que ya existen en otros soportes (Gráfico 5).

Ahora bien, Internet también ha propiciado que las empresas de telecomunicaciones y servicios de internet creen medios digitales propios (portales de contenidos, por ejemplo) y hay un 12% de periodistas que trabaja para estas empresas. Otras organizaciones como ayuntamientos, empresas privadas, universidades, etc. tienen sus propios sitios web y un 17% de los encuestados se dedica al mantenimiento de los sitios web de estas instituciones, que no tienen por qué estar relacionadas con el periodismo.

La multiplicidad de actividades que se pueden llevar a cabo en la Red ha provocado que haya periodistas digitales que se dediquen a la formación virtual, la investigación, la docencia o el diseño gráfico y la fotografía. Un 14% de los encuestados ha respondido de que se dedica a alguna de estas actividades.

Por último, hay un grupo de encuestados que es periodista digital pero desgraciadamente se encuentra en paro (9%). También hay un 5% de estudiantes que se dedica al periodismo digital.



Tareas:

Cantidad

¿Cuáles son las principales tareas que desarrollan los periodistas digitales en el ejercicio de su profesión? Esta pregunta daba la posibilidad de responder diversas opciones. Un 23% de los encuestados ha contestado que desarrolla una sola tarea en el trabajo. El resto, ha contestado que realiza más de una, dos, tres, cuatro, cinco o más de cinco. Veamos los porcentajes: un 17% hace dos o tres tareas en el trabajo. Un 8% realiza 4, un 11% realiza 5 y, el más sorprendente, un 24% realiza más de 5. Es decir, hay más periodistas que hacen más de una tarea en el trabajo que periodistas que sólo desarrollan una tarea. Como los periodistas realizan más de una tarea, los resultados que se mencionan a continuación sobre los tipos de tareas que se realizan, superan el 100%.

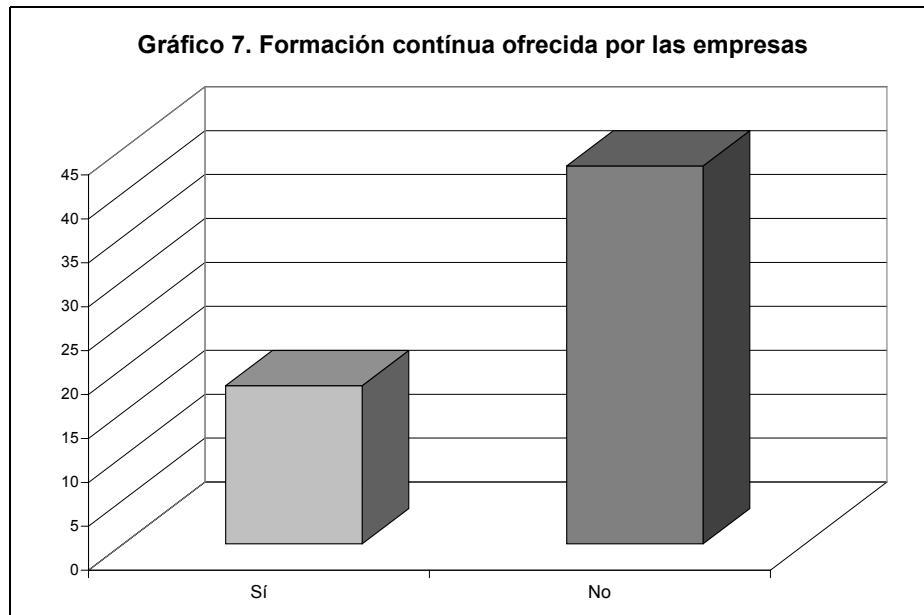
Tipo

La producción de contenidos originales y la dirección de proyectos son las dos actividades que más periodistas desarrollan: un 67% de los encuestados. En éstas dos los sigue la edición de contenidos ya existentes producidos por terceros, una tarea que realiza el 47%. El retoque de fotografías es otra de las actividades más frecuentes, con un 42% de profesionales que reconoce tener que trabajar con fotografía digital. La maquetación web es la quinta tarea más realizada, con un 33% de los encuestados. Un 30% se dedica al mantenimiento de directorios o bases de datos. La moderación de foros y listas de distribución es una actividad que realiza el 24% de los encuestados y un 20% desarrolla otras tareas como la formación, la docencia y la investigación, la comunicación y el marketing de una empresa, etc. Un 12% de los encuestados realiza diseño gráfico avanzado y un 9% hace programación web (Gráfico 6).



Formación continua

Un 28% dice que recibe formación continua en la empresa mientras un 66% no recibe ninguna formación en su lugar de trabajo (Gráfico 7). Un 6% no contesta la pregunta.



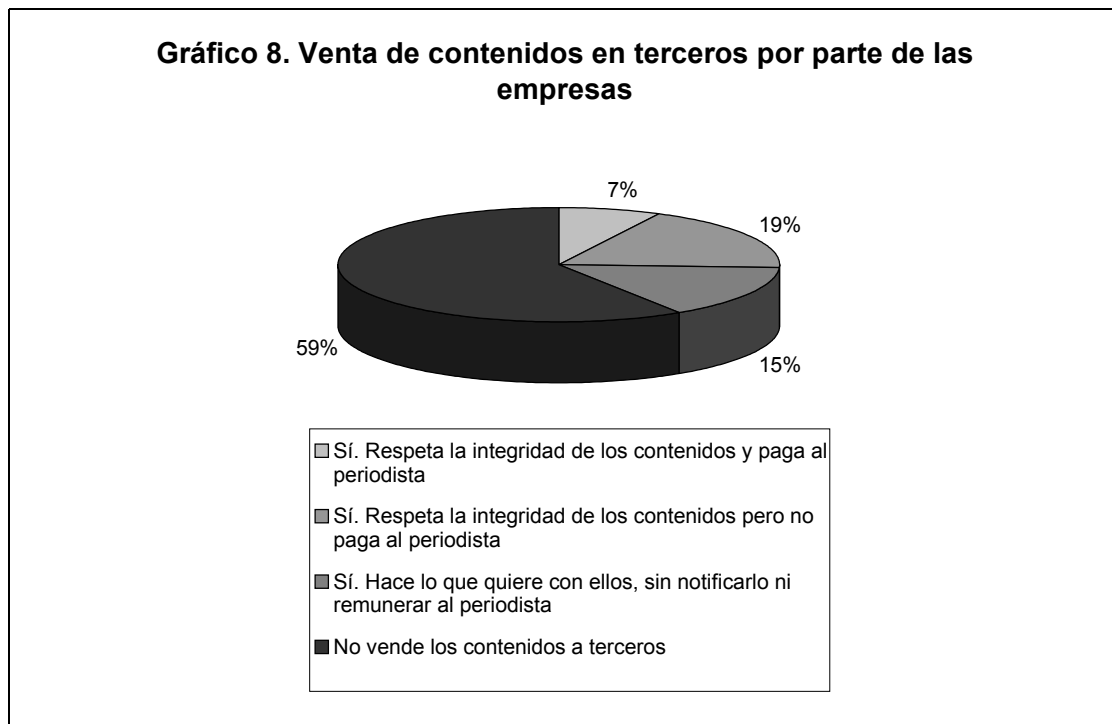
La formación continua en relación con las tareas realizadas

Es significativo comprobar que de entre los periodistas digitales que no reciben formación continua, hay algunos que realizan tareas técnicas y especializadas: un 42% retoca fotografías, un 33% maqueta, un 12% se dedica a tareas relacionadas con el diseño. Sólo un 5% hace programación. La mayoría se dedica a los contenidos (un 66% a crear nuevos, un 37% a editar) y a la dirección de proyectos (67%). Un 19% modera espacios virtuales, un 28% gestiona directorios y un 14% se dedica a otras tareas.

Venta de contenidos

El problema del respeto por los derechos de autoría ha aumentado con la digitalización de la información ya que ahora es más fácil redistribuir contenidos sin tener que pedir permiso al autor. Quisimos preguntar a los periodistas digitales sobre esta problemática y la contraprestación que reciben por parte de la empresa donde trabajan. Éstos son los resultados.

Un 59% contestaron que la empresa donde trabaja no vende contenidos a terceros. Del resto, un 7% de los periodistas encuestados asegura que la empresa donde trabaja respeta la integridad de los contenidos que escribe y recibe compensación económica a cambio de la venta de contenidos de los cuales es autor. Un 19% dice que la empresa respeta la integridad de los contenidos pero que no recibe ninguna compensación económica a cambio. Un 15% dice que el medio donde trabaja hace lo que quiere con los contenidos sin notificarlo y el periodista no recibe ninguna remuneración a cambio (Gráfico 8).



Acceso a las fuentes de información

¿Tienen los periodistas problemas para acceder a las fuentes de información por el hecho de trabajar en medios digitales? Un 20% de los encuestados asegura tener dificultades para acceder a las fuentes de información. En cambio, un 69% dice que no tiene dificultades de acceso a las fuentes. Un 11% no contesta esta pregunta.

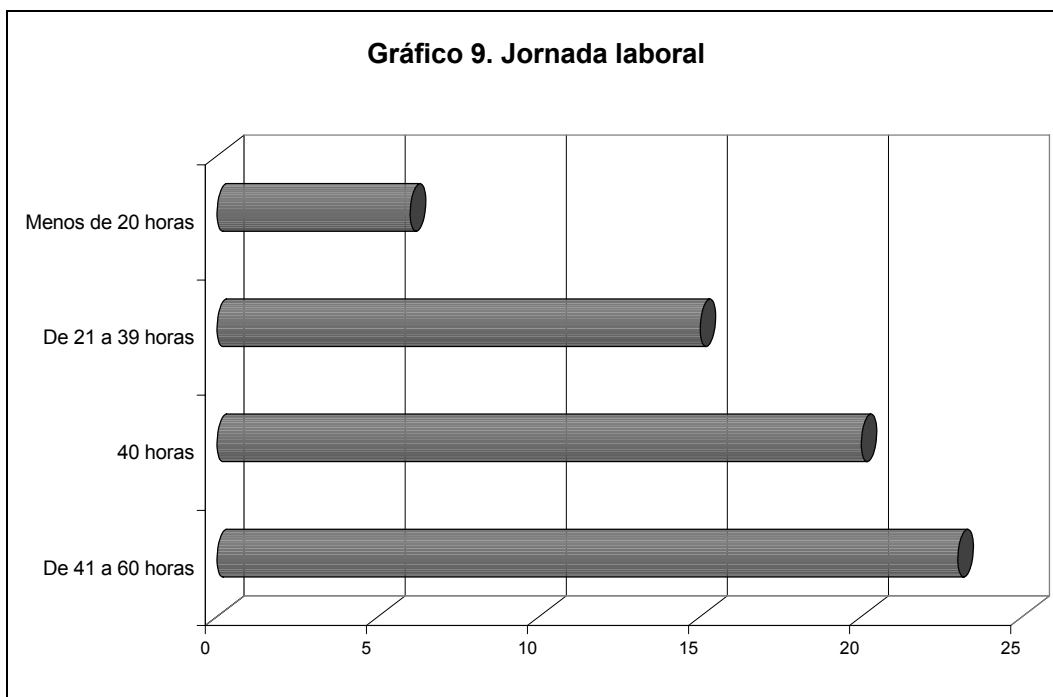
3. CONDICIONES LABORALES

A continuación, se evalúan los indicadores que definen las condiciones laborales de los periodistas como la jornada laboral, el tipo de contrato, el sueldo, las características de la empresa donde trabaja (pública/privada, número de trabajadores), la antigüedad de los periodistas en un mismo puesto de trabajo, el trabajo desde casa en relación con el tipo de contrato y si los gastos del teletrabajo corren a cargo de la empresa o del trabajador. Por último, se extraen los datos sobre la existencia de convenio laboral en las empresas digitales y el grado de satisfacción y de conocimiento del convenio por parte de los periodistas.

Jornada

La media de horas en el trabajo es de 39 horas semanales y la más frecuente, de 40 horas. El 63% trabaja hasta 40 horas semanales y el 36% más de 40 horas semanales (Gráfico 9). En las mujeres el porcentaje de las que trabajan más de 40 horas semanales es ligeramente superior, un 37%.

La jornada mínima es de 15 horas semanales (estudiantes) y la máxima de 60 horas.

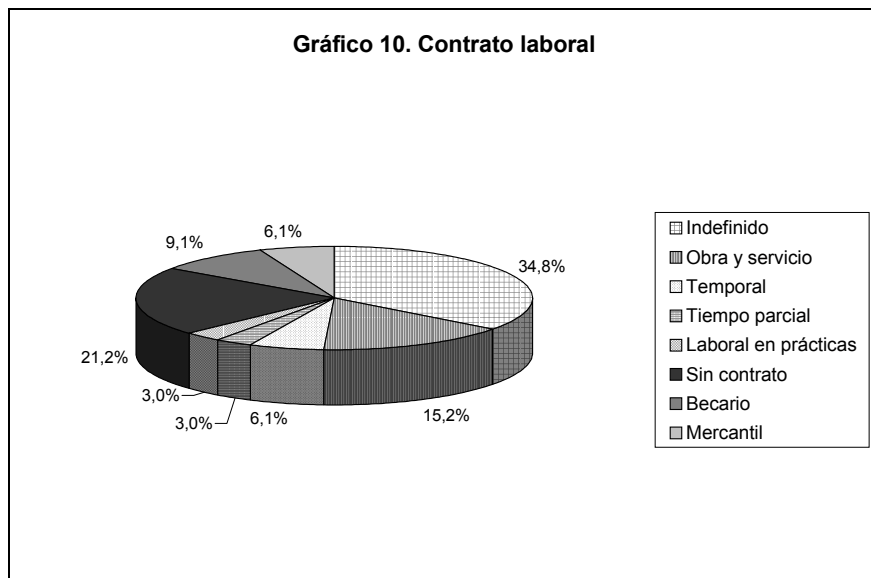


Contrato

El 63% tiene contrato laboral mientras el 37% no tiene. Entre los periodistas con contrato, el 35% lo tiene de tipo indefinido, el 6% lo tiene temporal, el 3% a tiempo parcial, el 15% por obra o servicio. Un 3% tiene contrato laboral en prácticas.

De entre los periodistas sin contrato laboral, 21% no tiene ningún tipo de contrato, el 6% lo tiene de tipo mercantil y el 9% es estudiante en prácticos en convenio con alguna

universidad (Gráfico 10). Del 37% que no tiene contrato laboral, el 75% no se ha dado de alta como autónomo.



Contrato según el tipo de medio

Existen diferencias en las condiciones contractuales de los periodistas digitales en función de la empresa donde trabajan. Los que trabajan a mediados de comunicación exclusivamente digitales se ven afectados por una mayor precariedad: el 40% de los encuestados que desarrollan contenidos para estos medios no tienen un contrato laboral, en contraste con el 25% de los que trabajan en empresas de telecomunicaciones o servicios de Internet, o el 19% de los que elaboran información para la edición digital de medios que disponen de otros soportes (prensa escrita, radio o televisión).

Dentro de este 40%, el 15% de los encuestados dispone de contrato mercantil, el 10% es un estudiante en prácticas o becario en convenio con alguna Universidad y el 15% restante no tiene ningún tipo de contrato.

Por contra, de los encuestados que trabajan en medios que disponen de ediciones en otros soportes, el 52% trabaja con un contrato indefinido, superior al 35% del total de encuestados. Pero a pesar de la mayor estabilidad, en estos medios también se da un 10% de encuestados que afirma no tener ningún tipo de contrato.

Los encuestados que trabajan en empresas de telecomunicaciones o servicios de Internet manifiestan un alto grado de temporalidad en los contratos. El 25% dispone de contrato temporal, en contraste con el 6% del total de encuestados. Un 25% afirma tener un contrato por obra o servicio, porcentaje superior al del conjunto de encuestados. Y un 13% (con respecto a un 3%) tiene contrato laboral en prácticas.

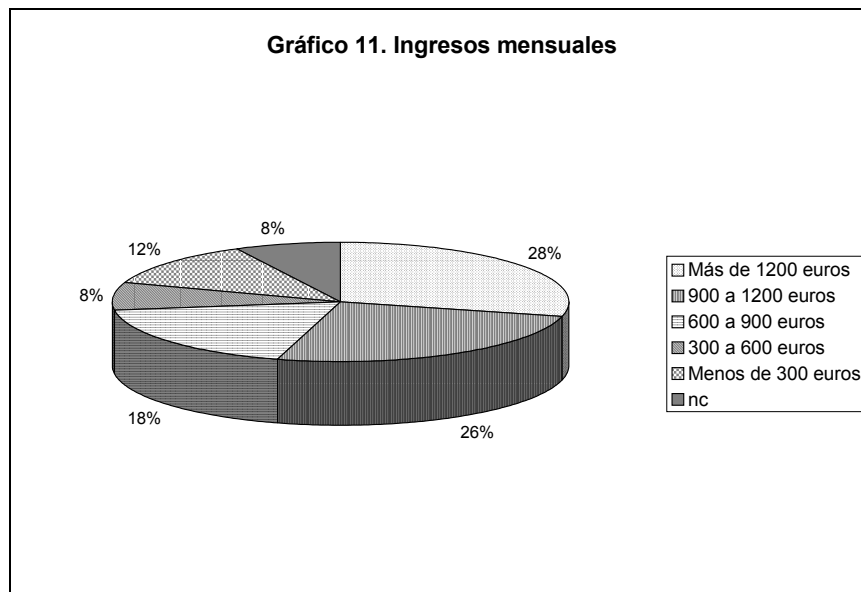
Del total de encuestados, tan sólo los que trabajan en empresas que disponen de ediciones en diversos soportes y las compañías no periodísticas utilizan el contrato a tiempo parcial.

Sueldo

El 38% cobra hasta 900 € brutos mensuales y el 54% cobra más de 900 € brutos mensuales.

De entre las personas que cobran hasta 900 €, el 12% cobra menos de 300 euros brutos al mes, el 8% de 300 a 600 € y el 18% de 600 a 900 €.

De entre las personas que cobran más de 900 €, el 26% cobra de 900 a 1.200 € y el 28% más de 1.200 € (Gráfico 11). Un 8% de encuestados no contestó a la pregunta.



Sueldo según el tipo de medio

Veamos a continuación cuánto cobran los periodistas digitales en función del medio donde trabajan. Empezaremos por los profesionales que más cobran para acabar con los que menos cobran. Los periodistas que trabajan en la edición digital de un medio que ya existe en otros soportes son los que reciben mayor salario: un 38% recibe entre 900 y 1200 € y también un 38% recibe más de 1200 € al mes. Cobran de 600 en 900 € un 50% de los periodistas digitales que trabajan en empresas de telecomunicaciones o servicios de Internet. Un 25% de los trabajadores de medios exclusivamente digitales y un 18% de los que mantienen webs de empresas no periodísticas también cobran entre 600 y 900 € al mes.

El 50% de los parados que ha contestado la encuesta cobra de 300 a 600 € al mes. Los que menos cobran son los estudiantes: un 67% cobra menos de 300 € mensuales. También son significativos los datos de otros periodistas que cobran menos de 300 euros al mes: un 18% mantienen webs empresariales no periodísticas y un 15% trabaja en medios de comunicación exclusivamente digitales.

Otros indicadores que permiten evaluar la situación laboral del periodista digital son si éste trabaja por cuenta propia o ajenos (en una empresa o institución). En caso de que trabaje en una empresa, interesa saber si ésta es de titularidad pública o privada y el número de trabajadores que tiene, así como el total de empresas para el cual ha trabajado (para conocer la experiencia laboral y la antigüedad del periodista en la empresa).

Si el trabajador trabaja por cuenta propia, hace falta saber si lo hace desde casa, qué tipo de contrato tiene, si se paga él mismo los gastos de conexión a Internet, luz, aparatos, etc. y si tiene que trabajar en más de una empresa por obtener un salario mensual digno.

Trabajo por cuenta propia/ajena

Un 72% de los encuestados asegura trabajar por cuenta ajena y depender, por lo tanto, de una empresa o institución, un 25% de los periodistas digitales trabaja por cuenta propia. Un 3% no contesta.

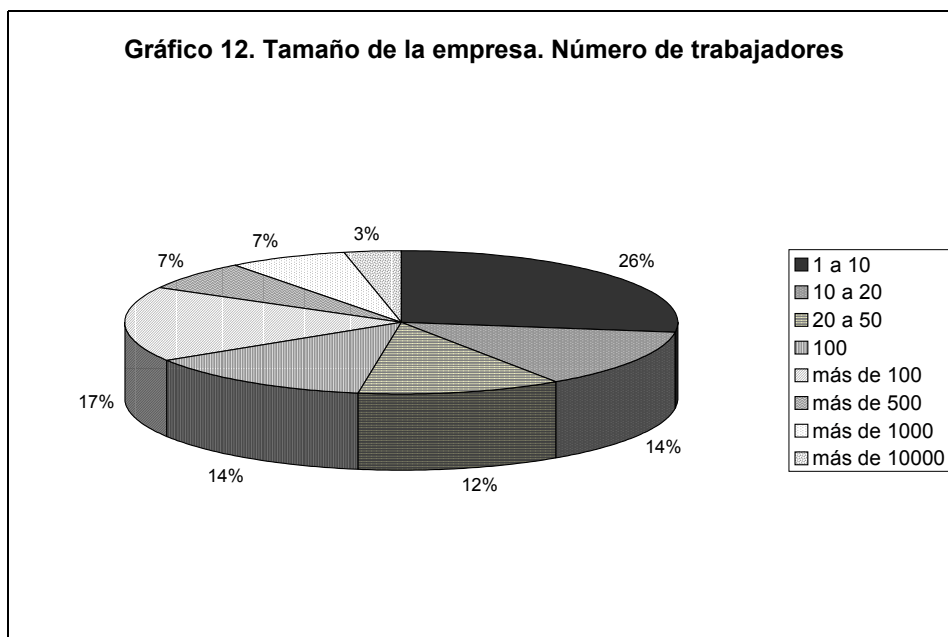
Titularidad de la empresa

Trabajan en empresas públicas un 20% de los encuestados. Un 68% trabaja en empresas privadas y un 12% trabaja además de una empresa y entre éstas, hay de públicas y privadas. Por lo tanto, la línea general es la de periodistas digitales que trabajan en empresas privadas.

Número de trabajadores en la empresa

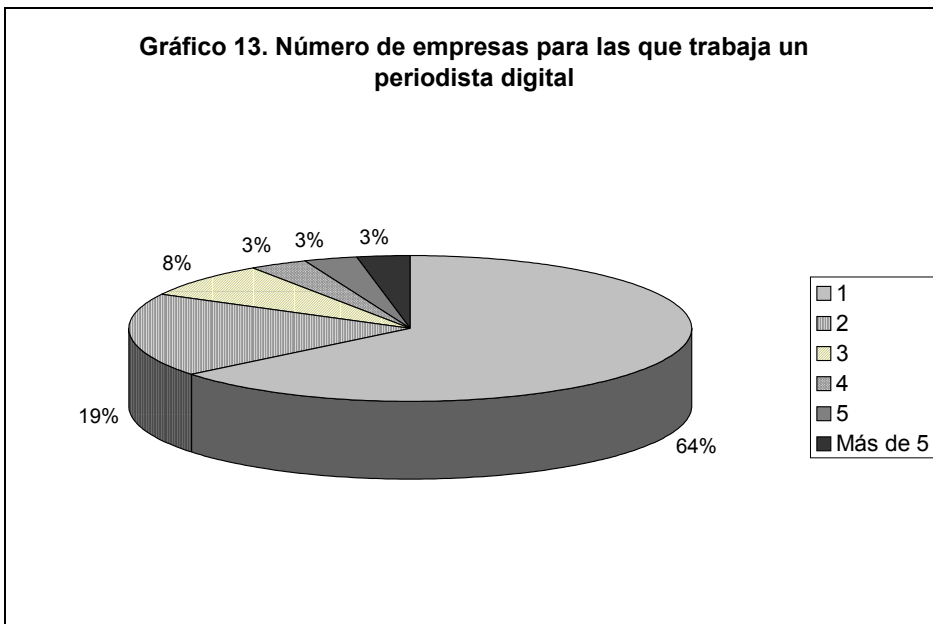
En general, las empresas son pequeñas, con un número reducido de trabajadores, como se desprende de estos datos: un 40% de los encuestados trabaja en empresas de 1 a 20 trabajadores y un 12% en empresas de 20 a 50 trabajadores.

En empresas de 100 trabajadores, hay un 14% de los encuestados y de más de 100 trabajadores, un 17%. En grandes empresas, de más de 500 trabajadores, un 7%; de más de 1000 trabajadores, también un 7%; y de más de 10.000 trabajadores, el 3% (Gráfico 12). Un 9% de los encuestados no ha contestado la pregunta.



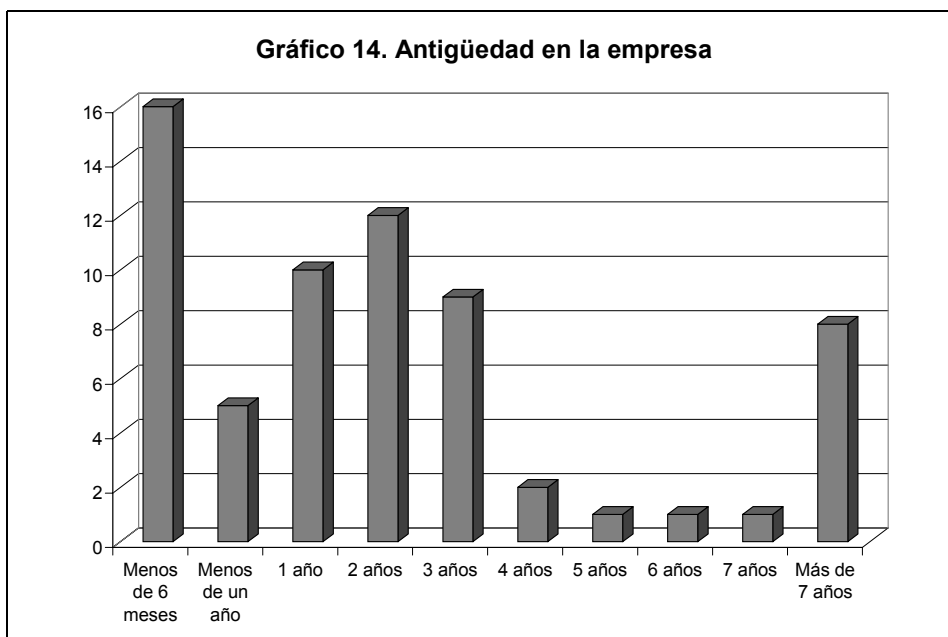
Número de empresas para las cuales trabaja

Un 64% trabaja para una empresa y un 36% trabaja para más de una empresa. Un 2% no contesta a la pregunta. Del 36% que trabaja en más de una empresa, un 19% lo hace para dos, un 8% para tres empresas a la vez, un 3% trabaja para cuatro empresas, un 3% para 5 o más de cinco al mismo tiempo (Gráfico 13).



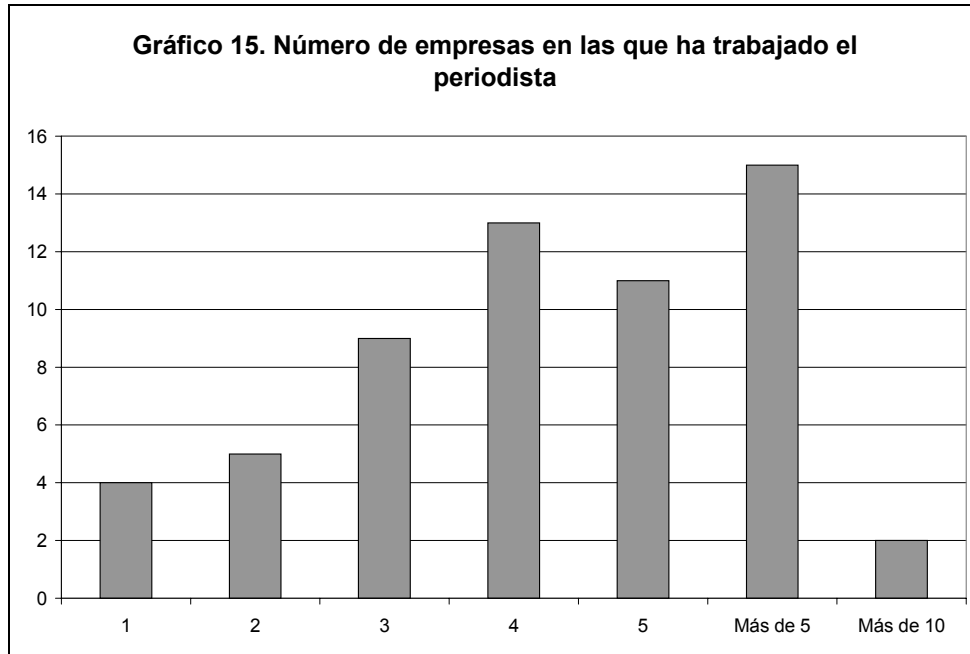
Antigüedad en la empresa

El 66% de encuestados lleva menos de 3 años trabajando en la empresa actual. De éstos: un 25% tiene una antigüedad de menos de 6 meses, un 8% hasta un año, un 15% de menos de 2 años y un 18% de menos de 3 años. El 14% lleva entre 3 y 4 años trabajando a la misma empresa. El 11% tiene una antigüedad de entre 4 y 7 años y el 12% lleva más de 7 años en la empresa (Gráfico 14).



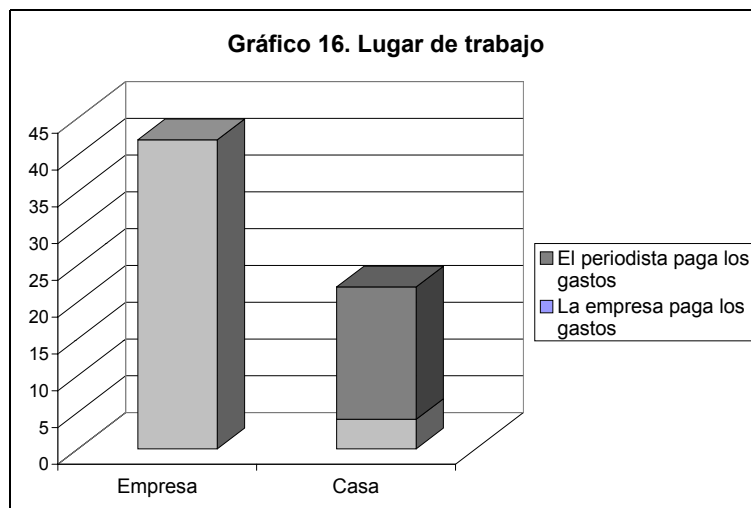
Número de empresas para las cuales ha trabajado

A pesar de su juventud, los periodistas digitales poseen una amplia experiencia laboral. Sólo un 6% de los encuestados ha trabajado en una empresa y un 8% en dos. En cambio, las cifras crecen en función del número de empresas donde se ha trabajado. El 14% ha trabajado en tres empresas, el 20% en cuatro, el 17% en 5 y el 21% en más de 5 empresas. Por último, el 6% ha trabajado en más de 10 empresas (Gráfico 15). Un 9% no contesta la pregunta.



Trabajo desde casa

Hemos querido estudiar la implantación del teletrabajo entre los periodistas digitales y por este motivo, les preguntamos tanto desde dónde trabajan como en qué condiciones lo hacen. Éstos son los resultados: El 32% trabaja desde casa y el 64% trabaja desde la empresa (Gráfico 16). El 3% no contesta.

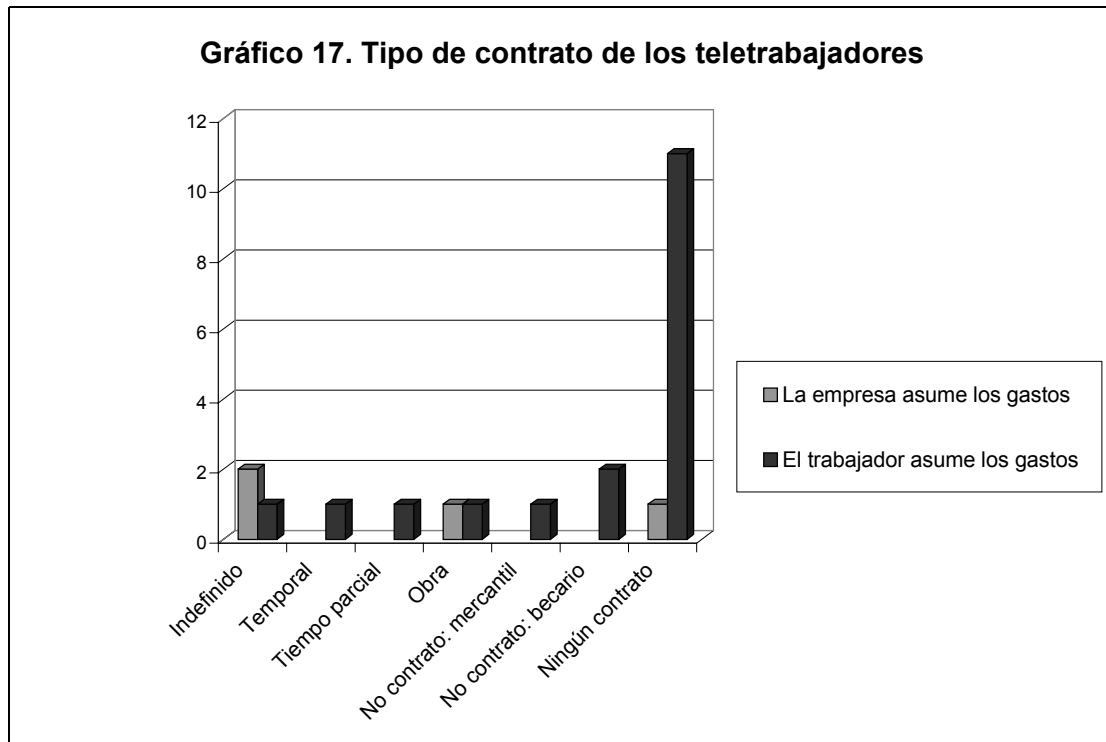


Fijándonos sólo en los teletrabajadores, encontramos que al 14% la empresa le paga los gastos y el 86% se lo paga él.

No se aprecian diferencias significativas entre hombres y mujeres. Hay un 33% de teletrabajadoras y un 67% de encuestadas que trabaja desde la empresa. De las mujeres que trabajan desde casa, al 17% la empresa le paga los gastos y el 83% se lo paga ella.

Trabajo desde casa según el tipo de contrato

Predominan los teletrabajadores que se tienen que pagar los gastos y que no tienen ningún tipo de contrato: un 61%. El 11% de los teletrabajadores es estudiante en prácticas/ becario en convenio con alguna universidad. El 6% tiene contrato indefinido. Tienen contrato temporal, a tiempo parcial, por obra o servicio y contrato mercantil un 6% de los encuestados, en todos los casos (Gráfico 17).



Convenio laboral

Aunque un 44% de los periodistas encuestados asegura que la empresa donde trabaja está regulada mediante un convenio (Gráfico 18), sólo un 9% valora bien este documento (Gráfico 19). Un 23% lo valora mal y un 68% desconoce su convenio laboral, un dato que pone en evidencia el desconocimiento que sobre sus derechos y deberes tienen los trabajadores de los medios digitales. Tampoco es muy esperanzadora la cifra de un 43% de periodistas que no está sujeto a ningún convenio.

Gráfico 18. Convenio laboral

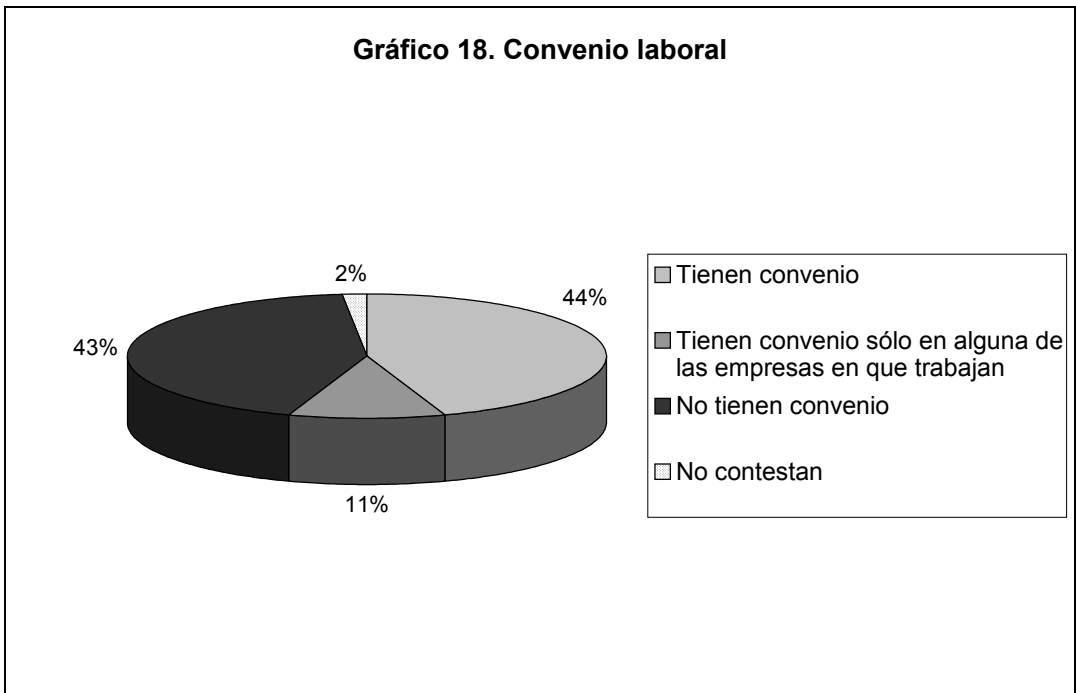
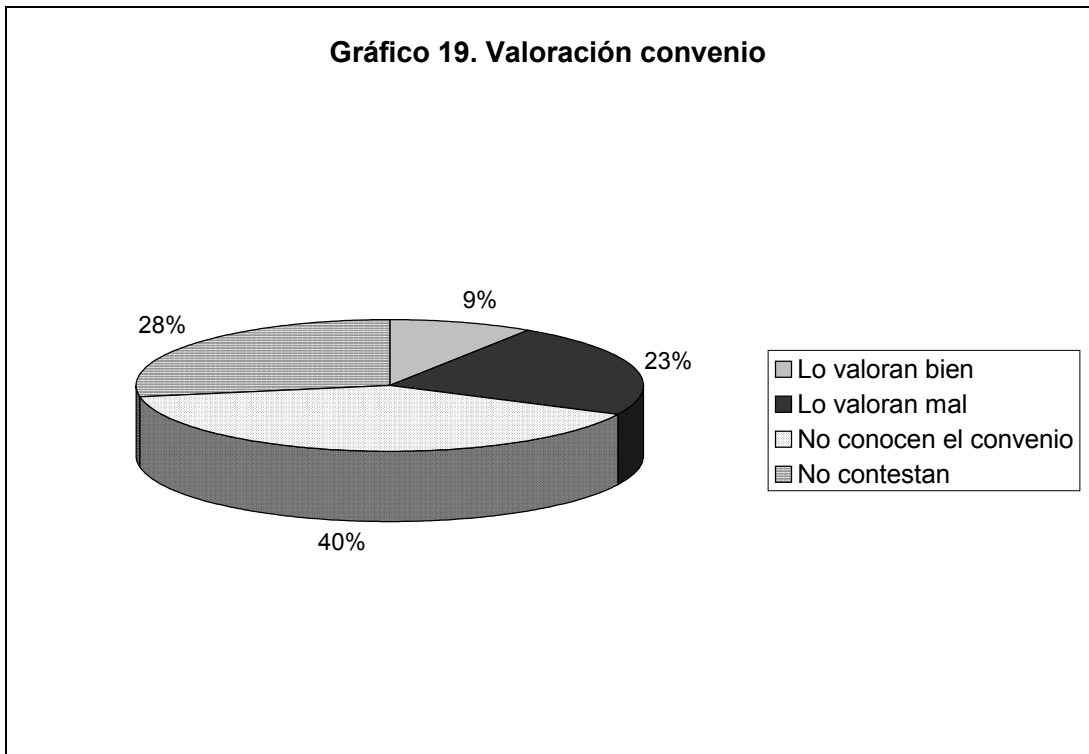


Gráfico 19. Valoración convenio



4. PROBLEMAS LABORALES Y PROFESIONALES

Condiciones laborales comparadas con otros periodistas

Un 32% de los periodistas digitales encuestados dice que sus condiciones laborales son iguales que las de cualquier otro periodista. Un 20% asegura que no tiene las mismas condiciones laborales los periodistas digitales y el resto de periodistas. No contestaron esta pregunta un 47% de los encuestados, una cifra bastante elevada. Esta pregunta daba la opción de escribir cuáles son las principales diferencias que detectan los periodistas digitales respecto del resto de periodistas. Enumeramos aquí las principales respuestas:

- Menos sueldo
- Jornada laboral: más dedicación horaria de los periodistas digitales. Aunque hay una respuesta que dice que los periodistas digitales pueden seguir el horario laboral más estrictamente.
- Menos vacaciones para los periodistas digitales
- Tipo de contrato diferente al resto de periodistas
- Relación laboral y trato con compañeros y menos categoría
- Falta de medios técnicos y humanos

Problemas detectados

La encuesta acababa con una pregunta abierta que interrogaba los periodistas digitales sobre cuáles creen que son los principales problemas laborales y profesionales de los periodistas que trabajan en Internet. En las siguientes mesas hacemos una relación de los problemas detectados.

PROBLEMAS RELACIONADOS CON LA PRECARIEDAD LABORAL
<ul style="list-style-type: none">• Sueldo bajo• Contratos basura para periodistas con un perfil profesional alto.• Imposibilidad de encontrar un trabajo bien remunerado. La mayoría de trabajos están mal pagados o no se pagan.• Horarios intempestivos y poco regulares• Salud laboral: muchas horas delante de un ordenador (una larga exposición continua delante del ordenador durante interminables jornadas laborales)• Falta de un convenio laboral propio.• Poco conocimiento de las herramientas informáticas y del funcionamiento de Internet.• Periodismo orquesta: exceso de tareas y desarrollo de tareas que no tienen que ver exclusivamente con el periodismo como la programación, el diseño y la fotografía digital.• Incapacidad del periodista para negociar las condiciones de trabajo ante la rígida posición de las empresas.

PROBLEMAS PROFESIONALES

- Poca valoración del trabajo comparado con la que se hace de diseñadores e informáticos.
- Falta de prestigio y reconocimiento como periodistas. No equiparación con los profesionales de los medios tradicionales.
- Los periodistas digitales que trabajan en empresas que también tienen ediciones en papel aseguran tener poco contacto con sus compañeros de redacción.
- Falta de conexión física con la realidad informativa: índice de cobertura externa de acontecimientos muy bajo por el hecho de no salir a la calle a buscar noticias.
- Poco contacto con la redacción en el caso de los colaboradores externos que aportan contenidos.
- Aceptar "presiones" para no perder el trabajo.
- Gran esfuerzo por el reciclaje de conocimientos que no se valora ni profesional ni laboralmente.
- Desmotivación que afecta en la calidad final del producto informativo.

PROBLEMAS RELACIONADOS CON EL DESCONOCIMIENTO DE INTERNET Y DEL PERIODISMO DIGITAL Y CON LA DESCONFIANZA EN EL SECTOR

- Desorientación sobre qué es el periodismo digital.
- Preponderancia del diseño por encima de los contenidos.
- Falta de confianza de los empresarios en el sector de Internet. No saben como sacar beneficio del periodismo en Internet. Falta de inversión real: se piensa hacer negocio a corto plazo.
- Reticencia de los empresarios al teletrabajo. No pagan los gastos y no confían en esta modalidad de trabajo.
- Poca oferta formativa en periodismo digital en las Universidades Públicas. La formación la tiene que asumir el periodista por cuenta propia: en el ejercicio de su trabajo o en empresas privadas que ofrecen cursos, master, posgrados relacionados con la comunicación digital.
- Derechos de autor: mínima protección de los contenidos por parte de las empresas e imposibilidad de controlar el destino de los contenidos propios.
- La escasa solidez de algunos proyectos y la baja calidad de la conexión en la Red en el entorno de trabajo de algunas empresas.
- Planes de negocio difusos, cambiantes y poco rentables, falta de recursos para afrontar gastos y combatir la precariedad laboral de los trabajadores.

CONCLUSIONES

En la jornada del 5 de abril de 2003 "Periodistas digitales, precariedad en la red" se presentaron dos documentos de trabajo⁷, elaborados por miembros del GPD y del Sindicat de Periodistes de Catalunya, que ofrecían algunas hipótesis sobre la situación profesional y laboral de los profesionales que trabajan en la Red. Siete meses después y con los resultados de la encuesta entre manos, disponemos de las cifras que nos permiten comprobar si el escenario que se dibujó durante la jornada de abril se cumple.

Perfil del periodista digital en Catalunya

Como postulaban Elena Tarifa y Toni Rubies en el documento sobre la situación profesional del periodista digital y se desprende de los datos evaluados en este informe:

- El perfil del periodista digital es el de una persona joven, de entre 25 y 30 años, que tanto puede ser mujer como hombre y que ha estudiado la Licenciatura de Periodismo, habiendo finalizado sus estudios durante la década de los 90 en adelante.
- Trabaja en la mayoría de los casos en la edición digital de un medio que existe en otros soportes o en un medio exclusivamente digital.
- El periodista digital no suele trabajar desde casa, a pesar de la posibilidad de hacer su trabajo directamente en Internet.
- Entre las tareas que habitualmente realiza un periodista digital hay, por orden de más a menos frecuentes: la producción de contenidos originales, la dirección de proyectos, la edición de contenidos elaborados por terceras personas, el retoque de fotografías, la maquetación por web, el mantenimiento de directorios o bases de datos y la moderación de espacios virtuales y el diseño gráfico adelantado.
- Aunque la tarea más realizada es la generación de nuevos contenidos -igual que hacen el resto de periodistas, sean o no digitales- sí que se detecta que el profesional que trabaja en Internet asume nuevas tareas más técnicas con el fin de adaptar los contenidos periodísticos a nuevos soportes (web, multimedia).
- La empresa para la cual trabaja es de titularidad privada y con pocos trabajadores. Por norma general, no vende a terceros los contenidos generados por los periodistas. Tampoco proporciona formación continua al trabajador.

⁷ TARIFA, Elena y RUBIES, Toni *La situación profesional de los periodistas digitales*. Documento de trabajo para la jornada "Periodistas digitales, precariedad en la red"
<http://www.periodistesdigitals.org/es/jornada5abril.htm>

ARKOTXA, Xabier y DOMINGO, David *La situación laboral de los periodistas digitales*. Documento de trabajo para la jornada "Periodistas digitales, precariedad en la red"
<http://www.periodistesdigitals.org/es/jornada5abril.htm>

La situación profesional del periodista digital

Los problemas relacionados con la situación profesional de los periodistas digitales, que presentaban Elena Tarifa y Toni Rubies, se han visto ratificados por los resultados de esta encuesta:

- **Pluriempleo**

Los periodistas digitales se ven obligados a trabajar en más de una empresa para poder subsistir. Así se deduce de los resultados del informe: un 36% de los encuestados trabaja para más de una empresa. Ésta es una de las consecuencias de la precariedad laboral del sector, pero al mismo tiempo es una de las causas. Los medios prefieren contar con gran número de colaboradores externos con los que poder rescindir fácilmente una relación laboral "por necesidades de la producción", sin costes de despido. Los periodistas digitales son conscientes, y por eso tienen menos poder a la hora de negociar en la empresa, no sólo en términos económicos sino también en la definición del producto informativo.

- **Acceso a las fuentes de información**

Resulta indudable el uso cada vez más frecuente de internet como medio de comunicación. Estudios recientes⁸ explican cómo los periódicos digitales son uno de los recursos más demandados por los usuarios. No obstante, algunos periodistas digitales tienen todavía dificultades para acceder a las fuentes de información por el hecho de trabajar en internet: un 20% según la encuesta. Por tanto, hay que reforzar el reconocimiento a la tarea informativa que realizan.

- **Calidad del producto periodístico**

Elena Tarifa y Toni Rubies denunciaban la deficiente calidad de algunos de los productos informativos. La falta de recursos humanos a menudo obliga a que el trabajo de los periodistas digitales se reduzca a copiar y pegar teletipos. Los datos de la encuesta parecen confirmarlo. Si bien la tarea principal de los periodistas continúa siendo la producción de contenidos originales, otras labores más técnicas (retoque de fotografías, maquetación web, mantenimiento de directorios) les roban tiempo de dedicación a los trabajos tradicionales de documentación, contraste de la información, investigación de noticias novedosas...

- **Formación continua**

El documento de trabajo reivindicaba una formación continua por parte de las empresas. Eso es especialmente necesario en un sector en que los conocimientos técnicos evolucionan de forma vertiginosa y aunque los periodistas digitales no tienen que encargarse de las tareas informáticas, un mejor conocimiento de las herramientas de que disponen redundaría en una mayor calidad del producto informativo. Pero, una vez más, la realidad dista de lo que sería deseable. Tan sólo un 28% de los encuestados afirma recibir formación continua en la empresa donde trabaja.

⁸ CEREDO, José M. y ZAFRA, Juan M. (2003) *El impacto de internet en la prensa*. Madrid, Fundación Auna a <http://www.fundacionrelevision.es/documentos/analisis/cuadernos/impacto.pdf>

La situación laboral del periodista digital

En el documento de trabajo sobre la situación laboral de los periodistas digitales, Xabier Arkotxa y David Domingo presentaban unos problemas, que en algunos casos, se han confirmado con los resultados de este informe. Son estos:

- **Sueldos basura**

Domingo y Arkotxa alertaban sobre las diferencias salariales de los periodistas digitales con el resto de periodistas. Un 38% de periodistas digitales cobra hasta 900 € mensuales y el resto de periodistas digitales, más de 900 € mensuales.

Identificamos una diferencia de sueldos considerable en función del medio para el cual trabaja el periodista. Aquellos que trabajan en medios exclusivamente digitales y los que lo hacen a empresas de telecomunicaciones o servicios de Internet están peor pagados (cobran de 600 a 900 € los primeros en un 25% de los casos y los segundos, en un 50% de los casos) que los que trabajan en medios digitales que ya existen en otros soportes (un 38% cobra de 900 a 1200 € al mes y un 38% más de 1200 € al mes). Es probable que la situación de estos últimos sea mejor debido a que tienen a otros compañeros de profesión como referente directo.

Un 15% de los encuestados que trabajan en medios exclusivamente digitales y un 18% de aquellos que mantienen webs no periodísticas cobra menos 300 € al mes.

Si estos sueldos se comparan con el número de tareas que realizan los periodistas, se puede afirmar que se trata de sueldos basura. El 77% de los periodistas digitales realiza más de una tarea en el trabajo entre las que encuentran la producción y edición de contenidos, el retoque de fotografías, la maquetación web, mantenimiento de directorios y bases de datos, la moderación de foros y listas de distribución o la programación web.

- **Contratos sin perfil periodístico**

Existen diferencias en las condiciones contractuales de los periodistas digitales en función de la empresa donde trabajan. El 40% de los encuestados que trabajan en medios exclusivamente digitales no tienen contrato laboral, en contraste con el 25% de los que trabajan en empresas de telecomunicaciones o servicios de Internet o del 19% de los que elaboran información para la edición digital de medios existentes en otros soportes.

Se confirma la hipótesis de Domingo y Arkotxa que anunciaba que los periodistas digitales realizan tareas técnicas, aunque la tarea principal es la elaboración de contenidos (un 67%). No obstante, el retoque de fotografías (en un 42% de los casos), la maquetación web (en un 33%), el diseño gráfico avanzado (en un 12%) y la programación web (en un 9%) son tareas presentes en el trabajo diario del periodista digital.

- **Deslocalización del periodista digital: el teletrabajo**

Aunque buena parte de los encuestados trabajan desde la empresa, un 32% lo hace desde casa. Las condiciones laborales de los teletrabajadores son bastantes precarias: se tienen que pagar en un 86% de los casos los costes de teléfono, conexión en Internet y equipamiento. Un 61% no tiene ningún tipo de contrato. Por lo tanto, se confirma la desvinculación de la empresa respecto de este tipo de trabajadores.

- **Gran diversidad empresarial**

Los periodistas digitales están trabajando en una gama muy diversa de empresas, en

la mayoría de los casos, de titularidad privada. Encontramos desde grandes compañías con plantillas de 500 hasta 10.000 trabajadores (un 15% de los casos) hasta empresas pequeñas a de 1 a 50 trabajadores, las más abundantes en el sector: un 49%. Aunque la mayoría de los encuestados trabaja en empresas digitales nacidas en la Red o en las ediciones en Internet de medios que existen en otros soporte, hay un 29% de encuestados que se dedica a mantener la web o bien de una empresa de servicios de telecomunicaciones o Internet o bien de una empresa o institución que nada tiene que ver con el periodismo digital. Se confirma la hipótesis que los periodistas no trabajan solamente produciendo contenidos informativos para webs de empresas informativas o del sector mediático.

Además, en las empresas no hay una gran implantación de convenios laborales que regulen las categorías profesionales, funciones, tramos salariales y horarios de los periodistas digitales. Si hay convenio, se valora mal (un 23% de los casos) o se desconoce (un 67% de los casos).

- **Falta de trabajo fijo**

Los periodistas digitales cambian de trabajo con frecuencia. Así se desprende de los datos sobre la antigüedad en la empresa y de los datos sobre el número empresas en las cuales han trabajado los periodistas. El 72% ha trabajado en tres, cuatro, cinco o más de cinco empresas. Si tenemos en cuenta que son licenciados jóvenes, eso quiere decir que han cambiado de trabajo con frecuencia desde que acabaron la carrera (la mayoría, el año 1999). Tampoco tienen mucha antigüedad en la empresa donde trabajan en la actualidad: el 66% trabaja desde hace menos de tres años. De éstos, un 25% no hace ni 6 meses que se incorporó al puesto de trabajo.

- **Derechos de autor**

Uno de los problemas que presenta el hecho de trabajar con información digital es que ésta es más fácil de reproducir y revender. No se detecta un abuso por parte de las empresas en la venta de contenidos que elaboran los periodistas, aunque sí que hay indicios de irregularidades en el respeto de la integridad de la obra periodística, su firma y la participación del autor en los beneficios. Un 52% de los encuestados asegura que la empresa donde trabaja no vende contenidos a terceros. Un 13% de las empresas hacen lo que quieren con las obras periodísticas y no remuneran a los trabajadores. Y un 16% de empresa respetan la integridad de los contenidos pero los autores no reciben remuneración económica a cambio.

- **Diferencias laborales del periodista digital con el resto de periodistas**

Un 47% de los encuestados no contestó la pregunta sobre si consideraba que sus condiciones laborales eran iguales en las de cualquier otro periodista. Y un 32% considera que no hay diferencias. Estas dos cifras explican que quizás no cambia tanto la situación laboral de los profesionales que trabajan a la Red de la del resto de periodistas. Al menos, así lo consideran los encuestados.

ANEXO

Plantilla de la encuesta sobre la situación laboral de los periodistas digitales

1. Edad

2. Sexo: Mujer / Hombre

3. ¿Dónde trabajas?

- Barcelona ciudad
- Área metropolitana de Barcelona
- Resta de Catalunya (especificar)
- Resta de España (especificar)
- Otros (especificar)

4. ¿Eres licenciado en Ciencias de la Comunicación?

- Sí (año ...)
- No

5. ¿Qué actividad relacionada con el periodismo digital haces?

- Trabajo para un medio de comunicación exclusivamente digital
- Trabajo para la edición digital de una empresa o grupo de empresas que tiene medios de comunicación en diversos soportes
- Trabajo haciendo contenidos para una empresa de telecomunicaciones o servicios de internet
- Trabajo manteniendo la web de una empresa o institución que no se dedica al periodismo
- Estoy en el paro
- Estoy estudiando
- Otros: ...

6. ¿Qué tareas haces? (puedes seleccionar más de una)

- Producción de contenidos originales
- Edición de contenidos existentes (de la empresa, teletipos, de terceros)
- Maquetación web
- Programación web
- Retoque de fotografías
- Diseño gráfico avanzado
- Moderación de foros y listas de discusión
- Mantenimiento de directorios de webs o bases de datos
- Dirección de proyectos
- Otros: ...

7. ¿Trabajas por cuenta propia o por cuenta ajena?

- Por cuenta propia
- Por cuenta ajena

8. ¿Para cuántas empresas trabajas?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Más de 5

9. ¿Son empresas públicas o privadas?

- Públicas
- Privadas
- De los dos tipos

10. ¿Cuál es tu antigüedad en la empresa?

- Menos de 1 año
- 1 año
- 2 años
- 3 años
- 4 años
- 5 años
- 6 años
- 7 años
- Más de 7 años

11. ¿En cuántas empresas has trabajado?

12. ¿Tienes contrato laboral?

- Sí. ¿Cuál?
 - Indefinido
 - Temporal
 - A tiempo parcial
 - Por obra o servicio
 - Laboral en prácticas
- No. Indica tu situación:
 - Contrato mercantil
 - Estudiante en prácticas / becario en convenio con alguna universidad
 - Sin ningún tipo de contrato

13. ¿Si no tienes ningún contrato laboral, te has dado de alta como trabajador autónomo?

- Sí
- No

14. Retribuciones (si no se dispone de una sola nómina regular mensual, hay que reflejar la media mensual de ingresos brutos):

- Menos de 300 € brutos en el mes
- De 300 a 600 € brutos en el mes
- De 601 a 900 € brutos en el mes
- De 901 a 1.200 € brutos en el mes
- Más de 1.200 € brutos en el mes

15. Jornada laboral media: horas

16. Número de trabajadores de la empresa mayor por la que trabajas:

17. ¿Hay convenio en la empresa/s con las que trabajas?

- Sí, en todas las empresas
- Sólo en alguna
- No, a cabeza de las empresas

18. ¿Si tienes convenio laboral en la empresa, te parece un buen convenio?

- Sí
- No
- No lo sé, no lo conozco

19. En caso de que trabajes en una empresa o grupo de empresas que tiene medios en otros soportes, las condiciones laborales (sueldo, jornada, vacaciones ...) ¿son las mismas para los periodistas digitales que para el resto de periodistas?

- Sí
- No. Las principales diferencias son ...

20. ¿Trabajas desde casa?

- Sí y la empresa me paga los gastos y/o el equipamiento necesarios para hacer el trabajo
- Sí y yo pago los gastos y equipamiento
- No, trabajo desde la empresa

21. ¿Tienes dificultades para acceder a las fuentes de información por el hecho de trabajar en un medio digital?

- Sí
- No

22. ¿La empresa tiene oferta de formación continua / reciclaje profesional?

- Sí
- No

23. ¿La empresa vende a terceros los contenidos que produces?

- Sí, respeta la integridad y recibo compensación económica
- Sí, respeta la integridad pero no recibo ninguna compensación económica
- Sí, y hace lo que quiere con ellos sin notificármelo ni remunerarme por la venta
- No vende los contenidos a terceros
- No elaboro contenidos

24. ¿Cuáles crees que son los principales problemas de los periodistas que trabajan en internet, tanto laborales como profesionales?