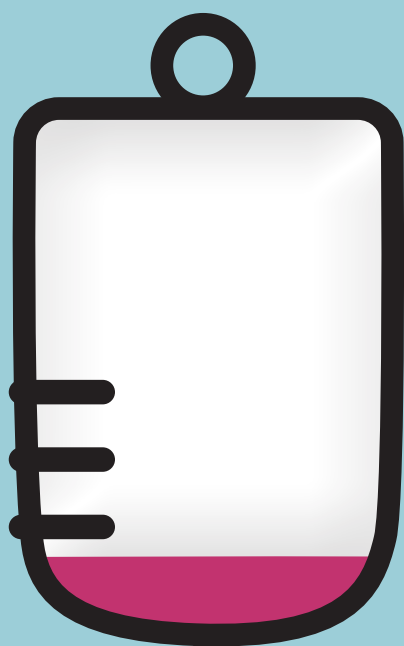


DOCUMENTOS

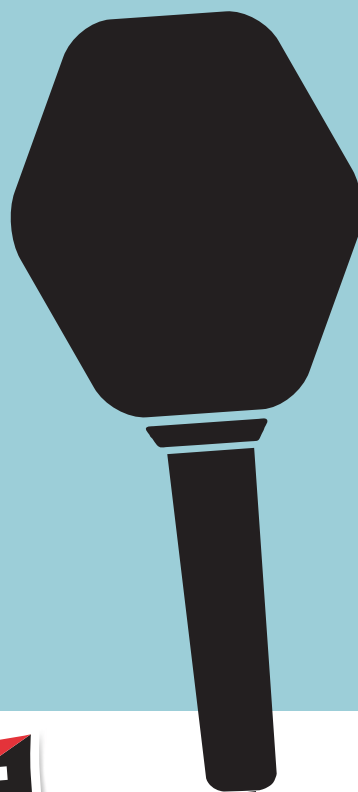
DE PRENSA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



PERIODISMO EN LA UVI

La precariedad en las
colaboraciones nacionales

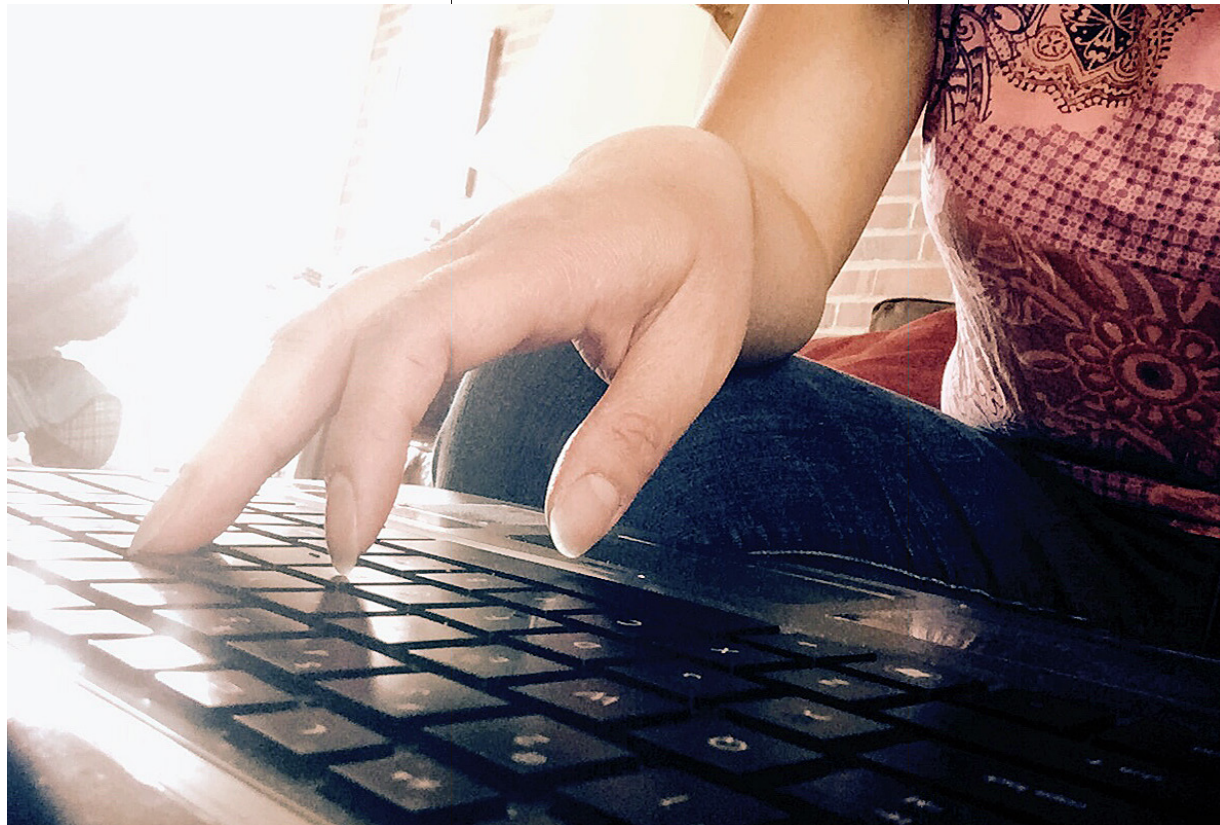
INFORME DE SITUACIÓN 2018



FALSOS MITOS, INESTABILIDAD Y DECLIVE

La precariedad en las colaboraciones nacionales

En los últimos años el sector de la comunicación y la información ha vivido una fuerte crisis laboral y financiera, al igual que otros ámbitos de la economía, con el agravante de que la información es un derecho constitucional que juega un rol fundamental en el desarrollo democrático de cualquier sociedad. La concentración mediática, el descenso de ingresos por publicidad y la caída de lectores han incidido de manera especial en los medios de comunicación escritos, aunque también en radio y televisión. La precarización y la drástica reducción de plantilla en prácticamente todos los medios de comunicación han hecho que muchos periodistas den por imposible trabajar como redactores en nómina y comiencen a emplearse como colaboradores.



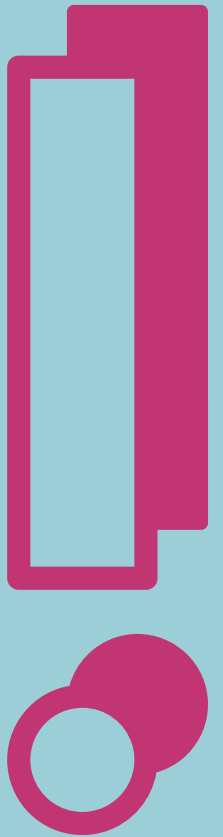
MAGANDAFILLE / CC BY

**Para ampliar información,
buscar apoyo, sumar fuerzas:**

Sección de Prensa y Medios de Comunicación
Sindicato de Artes Gráficas, Comunicación
y Espectáculos de CNT

628 367 594
@CNT_Prensa_Agen
prensa_agencias@graficasmadrid.cnt.es
graficasmadrid.cnt.es

**Nos une
la profesión.
Nos mueve
la dignidad.**



**ESTE DOCUMENTO
PRETENDE PONER DE
RELIEVE LOS PRINCIPALES
PROBLEMAS A LOS
QUE SE ENFRENTAN
LOS PERIODISTAS QUE
EJERCEN LA PROFESIÓN
COMO COLABORADORES
PARA UN MEDIO DE
COMUNICACIÓN ESPAÑOL,
ASÍ COMO ALGUNAS
IDEAS QUE AYUDARÍAN A
MEJORAR LA PRECARIA
SITUACIÓN DE ESTOS
TRABAJADORES.**

**EL INFORME HA SIDO
ELABORADO A PARTIR
DE LOS TESTIMONIOS
ANÓNIMOS DE
PERIODISTAS QUE
COLABORAN DE MANERA
HABITUAL O ESPORÁDICA
CON GRANDES Y
PEQUEÑOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN
ESPAÑOLES,
PRINCIPALMENTE DE
PRENSA ESCRITA.**

EJEMPLOS DE TARIFAS EN DISTINTOS MEDIOS PARA LAS COLABORACIONES DESDE ESPAÑA

Estas cifras son valores aproximados que pueden variar en función del contenido y que se basan en la información facilitada por las personas consultadas para la elaboración de este documento. La sección se ha puesto en contacto con estos medios para confirmar los datos, requerimiento al que solo han respondido algunos de ellos.

PRENSA DIARIA Y ONLINE

AGENCIA EFE

Desde 5 euros por un texto nacional provincial, desde 7 euros por un texto deportivo regional, desde 16 euros por foto, desde 20 euros por vídeo *

(*) Datos públicos vigentes desde octubre de 2012

BERRIA

Desde 60 euros por reportaje fotográfico

BROADLY (VICE)

Desde 50 euros

BUZZFEED

Desde 80 euros por artículo*

(*) Datos dados por la empresa

PRINCIPALES PROBLEMAS

FALTA DE COMPROMISO

En la práctica totalidad de los casos, el compromiso del medio con el periodista colaborador se basa en mensajes de e-mail o conversaciones telefónicas, lo que facilita que el medio se desentienda fácilmente de su compromiso con el periodista. Cada vez que un editor anula un encargo, el periodista pierde tiempo, dinero y la posibilidad de haber trabajado para otro medio. En algunos casos, los editores se niegan a pagar, escudándose en un “No es lo que esperábamos” una vez que el trabajo ha sido encargado, realizado y entregado.

La sustitución de noticias elaboradas por colaboradores por noticias procedentes de agencias de prensa es cada vez mayor. Sucede lo mismo, aunque en menor medida, con las notas de prensa y comunicados oficiales, que también sustituyen de manera creciente la labor del colaborador.

El o la periodista *freelance* suele dedicar una gran parte de su tiempo a hacer contactos. Cuando no tiene un medio fijo con el que colaborar, o cuando este no facilita suficientes encargos, se suelen invertir varias horas a la semana en proponer temas a otras empresas, tiempo que normalmente cae en saco roto, pues por mucho que se

trabaje una propuesta -muchos medios exigen un resumen, esquema o incluso fotos para valorar el encargo-, si al medio no le interesa lo habitual es que ni siquiera responda para dar una negativa.

Con frecuencia las empresas periodísticas tardan semanas e incluso meses en dar respuesta a una propuesta. Cuando aceptan, también con frecuencia se exige que el artículo o reportaje esté listo en muy poco tiempo, sin tener en cuenta que el profesional tiene más trabajo que realizar y dando por hecho que el periodista está dedicado en exclusiva al medio en cuestión.

En ocasiones, el colaborador propone un tema a cierto medio, sin obtener respuesta. Un tiempo más tarde, acaba viéndolo publicado, aunque realizado por algún periodista de la casa.

Las redacciones centrales modifican y editan la información de sus colaboradores con demasiada ligereza, sin conocer el tema o la noticia, y sin antes pedir la opinión o permiso del autor. La falta de seguimiento de una información es igualmente frecuente.

Hay una total ausencia de reconocimiento económico y personal del colaborador, incluso cuando sus temas aparecen en portada, entrega una información exclusiva o marca agenda. La adquisición de experiencia y autoridad a la hora de informar tampoco se ve reconocida por ningún medio.

PRESIONES Y DEPENDENCIA

Las negativas de un *freelance* a realizar un cierto encargo, ya sea por disponibilidad o por ética profesional, pueden conllevar con facilidad la ruptura de la relación de colaboración. Sabiendo esto, la independencia del periodista, en principio la única ventaja de su falta de nómina, se ve gravemente limitada.

Cuando sucede algún acontecimiento grave (un atentado, una crisis política, un desastre natural) en un territorio en el que el medio no tiene trabajadores, este ejerce una fuerte presión sobre los colaboradores al tiempo que mantiene unas tarifas que no reflejan la excepcionalidad del momento. Además, en este tipo de situaciones los medios a menudo presentan a sus colaboradores como parte de su plantilla, lo cual supone también un engaño a su público.

En estos momentos de alto interés mediático muchos medios, principalmente televisiones y radios, contactan a colaboradores para utilizarlos como fuente pero sin remunerar sus aportaciones.

A ojos del editor, el periodista *freelance* no tiene días libres ni horas de descanso: el medio requiere que una disponibilidad 24/7, pero sin pagar por ella.

REMUNERACIONES INDIGNAS

Con frecuencia los medios de comunicación, especialmente los de mayor difusión, piden que los colaboradores trabajen de manera gratuita o por cantidades o recompensas simbólicas (una suscripción al medio, algún tipo

de remuneración en especie...). En su desesperación por hacerse un hueco en un mundo muy endogámico, o esperando una oferta laboral que nunca llega, muchos aceptan este tipo de acuerdos.

Los medios de comunicación españoles pagan muy poco en comparación con los medios de otros países, inclusive naciones con menor renta per cápita.

El periodista *freelance* está sujeto a la precariedad implícita en el estatus de autónomo. Las exigencias fiscales no son tenidas en cuenta a la hora de remunerar su trabajo, lo que hace que las tarifas sean aún más irrisorias. (Por ejemplo: un periodista cobra 60 euros por una pieza, pero a eso hay que restar 30 euros en transporte y alimentación, el pago del IRPF, el IVA y la parte proporcional de la cuota de autónomos.) Esto supone que los periodistas trabajen en ocasiones a pérdidas, gastando más de lo que ingresan. Entre las motivaciones para seguir ejerciendo a pesar de esta contradicción están la necesidad de mantener el vínculo con el medio o de publicar para seguir en el mercado.

Con frecuencia se paga el equivalente a la publicación web aunque el trabajo aparezca también en la versión en papel, por lo que el periodista acaba cobrando menos.

La demora en el pago de artículos, reportajes y fotografías puede llegar a ser de varios meses, sin previo aviso del retraso o del plazo estimado de pago. Por este motivo un amplio número de colaboradores se ve obligado a compaginar la labor de periodista con otros trabajos que permitan tener una fuente mínima y estable de ingresos.

CÓDIGO NUEVO

25 euros para reseñas o breves piezas de opinión de unas 250 palabras, 50 euros para artículos de unas 500 palabras con varias fuentes, hasta 150 euros por artículos extensos con muchas fuentes y vivenciales

COLPISA

Desde 90 euros por pieza de 1000 palabras

CRÓNICA GLOBAL (EL ESPAÑOL)

55 euros por pieza sin importar longitud

CUATRO

Desde 300 euros por vídeo

CTXT

40 euros por pieza de opinión, 50-60 euros por pieza de información, 60-75 por entrevistas, 75-90 euros por reportajes (*)

(*) Datos dados por la empresa

DIARI DE TARRAGONA

28 euros por un reportaje de 5.000 caracteres*

(*) Media.cat

ELDIARIO.ES

Desde 50 euros por artículo

EL ASOMBRARIO (Público)

Desde 40 euros

EL CONFIDENCIAL

Desde 100 euros por artículo y por reportaje fotográfico

EL CORREO

Desde 100 euros por reportaje fotográfico

EL ECONOMISTA

Desde 90 euros por pieza de 1000 palabras

EL ESPAÑOL

Desde 100 euros por reportaje

EL MÓN

Desde 12 euros por una entrevista web de 8.500 caracteres*
(* Media.cat)

EL MUNDO

Desde 55 euros por reportaje fotográfico

EL NACIONAL.CAT

40 euros por 12.000 caracteres*
(* Media.cat)

EL PAÍS

Desde 40 euros por artículo web

EI PERIÓDICO DE CATALUNYA

Desde 63 euros

EL SALTO

Edición general: 70 euros por artículo web de menos de 10.000 caracteres.

Ediciones locales: no remunerado

EUROPA PRESS

Desde 8 euros por noticia

INFOLIBRE

Desde 70 euros por artículo*
(* Dado por la empresa)

JOTDOWN (EL PAÍS)

Desde 75 euros para texto web, desde 100 en papel

LA MAREA

Desde de 50 a 75€ por artículo/ entrevista para la web. De 80 a 200 las piezas para papel*
(* Dada por la empresa)

LA SEXTA

Desde 300 euros por vídeo

MARCA

Desde 70 euros por reportaje fotográfico de entrenamientos, 100 euros por partido

MATERIA (EL PAÍS)

Desde 90 euros por artículo

Los colaboradores no tienen el apoyo de los medios para abonar pagos derivados de su labor, como la suscripción a una asociación de prensa. Sucede igual con eventos puntuales que exijan al periodista una cuota de inscripción (festivales de cine, por ejemplo) o en aquellos casos en que necesite apoyo legal (detenciones o multas).

DESPRECIO AL TRABAJO DEL FOTÓGRAFO

Muchos medios exigen fotografías al periodista, o texto al fotógrafo, sin que eso incida de manera notable en el precio del artículo, crónica o reportaje.

La venta de fotografías sufre una gran inestabilidad, criterio libre y falta de compromiso. Las tarifas están sujetas a cierta arbitrariedad, lo que dificulta la elaboración de presupuestos y deteriora las posibilidades de planificar coberturas.

Con frecuencia el periodista colaborador debe pagar de su propio bolsillo al fotógrafo, con lo que el medio obtiene dos trabajadores a cambio de uno mientras estos se dividen los magros ingresos.

MACHISMO, RACISMO Y DISCRIMINACIÓN

Esta precariedad afecta especialmente a las mujeres periodistas racializadas, migrantes, trans y/o con diversidad funcional.

PROPUESTAS PARA PALIAR ESTOS PROBLEMAS

→ Trabajar para la coordinación de los periodistas en sindicatos afines con el objetivo de mejorar las condiciones laborales de los *freelances*.

→ Exigir a los medios que publiquen sus tarifas actuales.

→ Denunciar a las cabeceras que mantienen en una precariedad extrema a sus colaboradores.

→ Exigir que texto y fotos se paguen por separado.

→ Promover la firma de contratos entre medio y periodista que establezcan las condiciones de colaboración -incluyendo la remuneración acordada, los derechos sobre el material y los plazos de entrega y publicación-, una práctica muy habitual en otros países.

→ Exigir a los medios que informen tanto de sus plazos de publicación como de sus plazos de pago, y que se comprometan a su cumplimiento.

→ Informar a los medios del porcentaje que gastan los periodistas tanto en la cuota de autónomos como en los impuestos pagados por cada colaboración.

→ Concienciar a los reporteros para que no acepten trabajar con medios que al mismo tiempo promueven la precariedad del colaborador internacional y lo fuerzan a adoptar posiciones sensacionalistas o hirientes en su trabajo.

MANIFIESTO FREELANCE



DAVID BAKER / CC BY

Nos importa una mierda el futuro y no tenemos miedo a los últimos lobos de la madrugada.

Somos hombres y mujeres tomados uno a uno, como polvo, tenemos la fuerza de un diente de león, nos disgregamos, nos disolvemos, nos escondemos en nuestras pequeñas cuevas de treinta metros cuadrados, en las callejuelas del centro. No nos conocemos a nosotros mismos ni nos conocemos entre nosotros. De nuestros amos, la voz telefónica y los céntimos de cobre.

Venceremos, si vencemos, por cantidad y no por calidad, no sabemos de heroísmo ni de gloria, formaremos marabuntas rizomáticas de autónomos que, descabezados, como zombies, sembrarán el caos en el mercado laboral, sin orden ni concierto. No tenemos ni patria, ni dios, ni sindicato. Cientos de miles de autónomos por cada acomodaticio culo indefinido. Lo inundaremos todo como una masa informe, viscosa, translúcida que al menos tiene la suerte de marcar sus propios horarios laborales.

Modernos, cada vez menos jóvenes e independientes. *Freelancers* calvos, *freelancers* jubilados,

freelancers con trillizos, estatuas en las plazas de los pueblos al *freelancer*. Hacemos la siesta, invadimos las cafeterías con nuestras herramientas informáticas, tenemos tiempo para, al atardecer, alimentar nuestros estómagos hambrientos con canapés de vernissage.

Somos peligrosos llevamos un nuevo mundo en nuestros corazones. Da igual que todo arda: con nuestros procesadores de texto, con nuestras bases de datos, con nuestras hojas de cálculo, con nuestros mails humeantes, con nuestros editores de foto, con nuestras impresoras, con nuestros escáneres, con nuestros marcadores fluorescentes, y nuestros clips, y nuestro inglés nivel medio y nuestro francés leído, sobre todo, con nuestros precios bajos, construiremos un mundo nuevo, sin contratos fijos, pero sin patrones.

No nos vendemos: nos alquilamos por unas migajas de prestigio. Este es nuestro precario orgullo.

(Por cierto, soy rápido y limpio, ando disponible)

Sergio C. Fanjul

PAPEL (EL MUNDO)

Desde 400 euros por reportaje fotográfico

PIKARA MAGAZINE

30 euros por foto suelta, 50 euros por artículo de opinión, análisis o reseña, 60-120 euros por cobertura fotográfica-fotorreportaje, 70 euros por entrevista o crónica sencilla, 80-120 euros por reportaje solo texto, 120-150 euros por reportaje con fotos o vídeo*
(* Dado por la empresa)

PLAYGROUND

Desde 80 euros por artículo

PÚBLICO

Desde 60 euros por pieza

TAPAS

Desde 90 euros por página en reportaje de fotos, depende del número de fotos.

TEKNAUTAS (EL CONFIDENCIAL)

Desde 100 euros por artículo

TENTACIONES (EL PAÍS)

Desde 50 euros por una galería web de 20-30 fotos, 50 euros por un artículo

TIME OUT

Desde 10€ por artículo de 2.500-3.000 caracteres*
(* Media.cat)

TINTALIBRE (INFOLIBRE)

Desde 100 euros por artículo

VERNE (EL PAÍS)

Desde 80 euros por artículo

VICE

Desde 80 euros por reportaje

XATAKA

Desde 60 euros por pieza

YOROKOBU

Desde 50 euros por pieza online, desde 100 euros en papel*
(* Dado por la empresa)

DOCUMENTOS

DE PRENSA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



PRENSA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Para ampliar información,
buscar apoyo, sumar fuerzas:**

Sección de Prensa y Medios de Comunicación
Sindicato de Artes Gráficas, Comunicación
y Espectáculos de CNT