

La subcontratación en el sector de los medios de comunicación

Luis Palacio Llanos, director del Informe de la Profesión Periodística.

Presentación en el debate: Las relaciones laborales ante el reto de la externalización

(Realizado en el marco del proyecto RECOVER, que analiza en cinco países como el crecimiento de la externalización está provocando problemas de cobertura para los trabajadores y las consecuencias que tiene sobre sus condiciones de trabajo. Está coordinado por el Centro de Estudios Sociológicos sobre la Vida Cotidiana y el Trabajo (QUIT) de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y financiado por la Dirección general de Ocupación, Asuntos Sociales e Inclusión de la Comisión Europea).

Dos palabras para explicar que es el Informe de la APM que dirijo. El Informe se edita desde el año 2004 y trata de proporcionar un retrato de la situación de la profesión periodística. Se basa en una encuesta, que contestaron el año pasado 1700 periodistas y está ahora en marcha la correspondiente a 2018.

Dicho esto hay que señalar que la externalización en el sector de los medios de comunicación tiene una larga tradición. Por lo menos, de 30 años. Y eso si no consideramos la figura de las agencias de noticias como una forma de externalización.

Por lo que se refiere a los medios impresos, es en la segunda mitad de los años 80 del siglo pasado, cuando comenzó a extenderse el fenómeno de la multiimpresión. La mayor parte de los principales periódicos comenzaron a distribuir la tirada de sus diarios en las plantas de impresión diseminadas por España con el objetivo de acercarse a sus consumidores. Lógicamente no todas las editoras realizaron la inversión en centros de artes gráficas propios y la mayor parte de ellos contrataban los servicios de talleres pertenecientes a otros grupos y periódicos. A principios de este siglo había más de 30 talleres que imprimían para terceros.

Esto se apoyaba en una tecnología que entonces llegaba a los medios de comunicación: la digitalización, que permitía convertir las páginas maquetadas en paquetes de datos y enviarlos por línea telefónica. La consecuencia de ello fue que las principales editoras de periódicos empezaron a desprenderse de sus plantas de impresión. Y las que las mantenían, las segregaban de sus diarios. Se esgrimían argumentos de rentabilidad y eficiencia por parte de las empresas.

En el caso de los medios audiovisuales, el fenómeno también se remonta a esa época, con la irrupción de las televisiones autonómicas, primero, y de las privadas, después. Aunque todas intentaron replicar el modelo conocido –es decir, el de Televisión Española- pronto se vio que eso era inviable y, apoyándose asimismo en las facilidades de transmisión que permitía la digitalización y la potenciación de las telecomunicaciones –con importantes economías de costes-, las televisiones

comenzaron a subcontratar buena parte de sus actividades. Principalmente, las relacionadas con las fases de producción y tecnológicas. Un proceso que continúa.

Esta semana, sin ir más lejos, la Corporación, la CCMA, ha abierto un concurso para adjudicar la mayor parte de las fases técnicas (grabación, transmisión, etcétera) que permitan trabajar a su corresponsal en Berlin. Ya lo ha hecho con Bruselas, Moscú, París, etcétera.

La lógica que subyace a todas estas externalizaciones es, lógicamente, económica. Las empresas evitan hacer frente a unas inversiones cuantiosas, como eran las rotativas y los centros audiovisuales, mientras que las compañías que prestan esos servicios pueden rentabilizar mejor las inversiones al trabajar para varios clientes.

Pero a nadie se le escapan las consecuencias desde el lado de los trabajadores, dividiendo las empresas en la parte informativa y la, llamémosla, industrial, la capacidad negociadora por parte de unos (periodistas) y otros (trabajadores de talleres, cámaras, etc.) era menor.

Tras realizar todo ese proceso externalizador y sin que todos los ahorros conseguidos permitieran crear unas empresas más modernas y competitivas, el sector de los medios de comunicación se adentró en la crisis económica iniciada en 2008 con unas consecuencias desastrosas.

Entre los años 2008 y 2015, según las estimaciones realizadas para el Informe, desaparecieron en el sector de los medios en España no menos de 12.200 empleos, no solo de periodistas. Para que se hagan una idea, los principales grupos de comunicación públicos y privados tienen actualmente en plantilla 9.200 periodistas.

Pero todo lo anterior es el contexto y la historia. Vamos ahora con la situación de los periodistas.

Según la encuesta del año pasado, entre quienes la contestaban (y me refiero solo a los que trabajan como periodistas y no en actividades de comunicación empresarial e institucional) el 75% estaban contratados por medios y el 25% restante eran autónomos. Dada la muestra utilizada (en su mayor parte periodistas miembros de las asociaciones de la prensa) probablemente los contratados estén sobrerrepresentados y los autónomos infrarepresentados y una relación 60-65/40-35 se ajuste más a la realidad.

Cuando se le preguntaba si eran autónomos por elección o por obligación, el 78% respondía que por obligación y el 22% por propia elección. Aunque, curiosamente, más de la mitad decía que se encontraba satisfecho con su situación.

Lo más habitual es trabajar en solitario para varias empresas, ya que lo hace la mitad. Pero casi un 20% lo hace desde una sociedad, bien unipersonal, bien creada con otros colegas.

Y aquí aparece una de las lacras de la profesión porque un 18% dice que trabaja como autónomo pero integrado en la estructura de una empresa, es decir es un falso autónomo. Y dentro del 20% que trabaja como colaborador para una sola empresa, probablemente muchos de ellos sean, en realidad, falsos autónomos.

La remuneración de los autónomos en periodismo muestra que el 43% ingresa menos de 1000 euros al mes, a los que habría que añadir otro 3% que no cobra nada.

En relación al salario y muy directamente relacionado con el tema que nos ocupa es uno de los datos del informe, no de 2017 sino de 2015. Ese año se hizo una investigación sobre las retribuciones de los periodistas, a partir de lo recogido en los convenios colectivos. Entre 2010 y 2015 se redujo el salario base un 17% de 32.500 euros a 27.000.

Pero en las conversaciones con los representantes sindicales de los medios salía una conclusión importante; cada vez más el salario del trabajador es algo privado entre él y la empresa, de tal forma que no existe ninguna transparencia al respecto, lo que dificulta enormemente la labor sindical.

Un dato final. En la encuesta del año pasado, el 69% de quienes trabajaban como periodistas pensaban que en el futuro el trabajo en periodismo sería realizado por autónomos.

Barcelona, 21 de septiembre de 2018