

La subcontratación en el sector de los medios de comunicación

• *Francesc Ràfols, Presidente del Sindicat de Periodistes de Catalunya / Sindicat de Professionals de la Comunicació (SPC) y Secretario de Organización de la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP)*

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).

Ya se ha dicho con anterioridad, pero conviene no olvidarlo. ¿Por qué externalizan las empresas? La respuesta es sencilla, para reducir costes.

¿Qué es lo que se externaliza en las empresas de comunicación? Depende de los ámbitos. En departamentos no estrictamente periodísticos se han externalizado o se ha pretendido externalizar áreas como Sistemas, Recursos Humanos, Logística, Distribución, Rotativas...

En el caso de los ámbitos más periodísticos, no ha habido grandes experiencias de externalizar servicios de peso, pero algunas empresas de comunicación, especialmente en Madrid, han tenido y tienen la tentación de hacerlo con algunas secciones, como pueden ser Economía o Deportes. Hasta ahora no se ha hecho porque ello conlleva muchos problemas de producción, especialmente en el entorno digital. Esto hizo que más que externalizar en terceras empresas, fuera el propio medio quien creara una sociedad propia en la que pretendía ubicar el personal de la sección externalizada. Así, por ejemplo, Unidad Editorial –empresa editora de *El Mundo*– creó la Sociedad de redactores de Economía, pero en pocos meses volvió a unificarlo.

Una experiencia distinta es en el fotoperiodismo. Los periódicos están obsesionados en alejar de sus plantillas a los profesionales de esta área. Lo hemos estado viendo en los últimos ERE que ha habido en el sector y también en despidos continuados en otros medios. Olvidan que para hacer un periodismo de calidad, una imagen de calidad es imprescindible. Con la excusa que con un móvil todo el mundo puede hacer una foto, se margina que el valor añadido que los fotoperiodistas incorporan es tan imprescindible como la aportación del redactor/a.

Así, las secciones de fotografía de muchos periódicos se han llenado de falsos y falsas autónomos y autónomas ya que en algunos casos estas personas realizan una jornada laboral completa, siguiendo las instrucciones dadas por las jerarquías correspondientes de estos medios. Para intentar evitar problemas en los tribunales de lo social, el último invento por parte de una de las cabeceras destacadas de Catalunya ha sido intentar forzar que estos fotoperiodistas colaboradores se constituyan en Sociedad Limitada para así intentar camuflar como una relación mercantil algo que es sin ninguna duda una relación de tipo laboral. También es cierto que hasta el momento, este intento no ha cuajado. Todavía.

Otra manera de como se externaliza en el ámbito del periodismo es a partir de un ERE. Un caso especialmente paradigmático en este sentido es el diario *Sport*, el periódico deportivo del grupo Z. A finales del pasado año hicieron un ERE en el cual fueron despedidas 26 personas, básicamente periodistas y, como decía recientemente, con especial incidencia en el área de fotografía. ¿Qué ha sucedido en *Sport*? Pues que ante la imposibilidad de cubrir la producción con la plantilla resultante, han debido externalizar la elaboración de ciertos contenidos para que desde la empresa “afortunada”, Area 11, se realicen varias páginas del periódico ya que la redacción no llega para hacerlas. Entre los afectados en el ERE había varios periodistas de prestigio en su ámbito, como por ejemplo la especialista en Tenis, Neus Yerro, o el de Atletismo, Carlos Galindo. Su amplio conocimiento en sus respectivas áreas, sus contactos, su agenda profesional, ha sido substituido por el personal de una empresa de servicios cuyos periodistas realizan de todo sin moverse de su silla. El resultado de todo ello no puede ser otro que una bajada de la calidad del periódico, tanto en su versión en papel como en la web.

De todas maneras, en el sector de la comunicación, debemos distinguir entre la externalización de contenidos –que acabamos de apuntar ahora– y la de servicios. En algunas empresas han querido externalizar departamentos enteros pero luego han visto que esto les salía más caro que mantener este servicio dentro de la empresa. El grupo Z se planteó externalizar el departamento de Recursos Humanos, en el marco del ERE que hubo en las empresas incluidas en el convenio intercentros de *El Periódico*, realizado esta última primavera.

No debe mezclarse en esta cuestión la problemática alrededor del colectivo de periodistas a la pieza, colaboradores o *freelance*. Esta es una figura imprescindible en el sector periodístico y debe ser regulado, como lo está en muchos países de nuestro entorno, como Francia, Portugal o Italia, donde los periodistas a la pieza disponen de cobertura social, las empresas cotizan por estos trabajadores en función de su trabajo y estos disponen de vacaciones proporcionales a su trabajo. Otra cosa es el abuso que se da en este ámbito, con muchos falsos y falsas autónomos/as pero aquí quien debe intervenir es la autoridad laboral, es decir, la Inspección de Trabajo, y afrontar los casos irregulares que detecten. Pero parece que a las autoridades laborales les da pereza el sector periodístico por el poder de los empresarios de la comunicación.

En este caso, además, nos encontramos que con la externalización de un departamento tan delicado, se saca fuera de la empresa información muy sensible. Ciertamente que en empresas pequeñas, en microempresas, externalizar esta gestión sea imprescindible porque la propia empresa no puede asumirlo. Pero en medianas y grandes compañías, esta gestión es mucho más compleja en la que se combinan incidencias de todo tipo, bajas, permisos... La realidad, pero, es que si les hubiera salido a cuenta, sin duda lo habrían hecho.

¿Cuáles son las consecuencias de todo ello?

- En primer lugar, las empresas tienen menos gente en plantilla y, por lo tanto, disminuye la representación sindical. Ello conlleva una menor capacidad de presión laboral.
- En segundo lugar, hay un factor psicológico. Cuando se externaliza se genera una especie de miedo en las plantillas a perder el empleo y disminuye la combatividad de la gente.
- Otra consecuencia es la que explicaba hace un instante en relación al intento de algún medio de forzar a que los colaboradores busquen fórmulas contractuales menos

“peligrosas”, como hacer una SL. Esa es, sin duda, una manera más sibilina, incluso diríamos barriobajera e ilegal de externalizar.

- Un dato que no hay que olvidar es que en el sector de la comunicación hay una atomización de convenios colectivos realmente excepcional. Disponemos de un convenio estatal de prensa diaria y otro de prensa no diaria. Hay además otro convenio de productoras audiovisuales pero que cubre esencialmente trabajadores del ámbito técnico. Los grandes periódicos españoles suelen tener convenio propio y hasta hace relativamente pocos años muchos diarios principalmente de ámbito local no tenían ningún tipo de cobertura laboral. La presión realizada por los sindicatos –Federación de Sindicatos de Periodistas, CCOO y UGT– consiguieron finalmente forzar con la patronal un acuerdo sobre los dos convenios de prensa. Después hay los convenios que las distintas cadenas públicas de RTV disponen. Las cadenas radiofónicas también tienen su propio convenio en cada empresa, así como las de televisión. Las emisoras locales públicas son un mundo muy disperso con fórmulas de todo tipo pero con muy pocas que faciliten una negociación colectiva y un trabajo de la representación sindical suficiente que garanticen a su personal unas condiciones laborales –y también profesionales– dignas.

Esta dispersión complica mucho más la negociación colectiva, que se hace mucho más débil con el sinfín de productoras de tipo tipo y empresas de servicios que cubren la externalización de la elaboración de contenidos. Es cierto que en el ámbito audiovisual, la externalización de algunos programas o contenidos tiene un efecto positivo en la dinamización del sector pero, al menos en el sector público, hay que garantizar unos amplios mínimos de producción propia que evidencien la titularidad pública de ese medio, con todo lo que ello conlleva. Nuestro principio es que los informativos no deben externalizarse bajo ningún concepto.

Además, lo que sucede a menudo es que las empresas que externalizan lo hacen a otras empresas con contratos a uno o dos años, para poder tener más fuerza en los acuerdos que hacen con ellas. Esto lo pagan los trabajadores de estas sociedades subcontratadas, con un empleo inestable y precario. Estas externalizaciones, por mucho que puedan demostrarse como erróneas, no suelen tener marcha atrás y ninguna empresa dice que aunque reconozca que el proceso le ha salido mal, «ahora voy a volver a contratar».

Globalmente, lo que ganan las empresas en los procesos de externalización es reducir costes. Pero es innegable que el precio es caro. Por contra, pierden calidad en el trabajo ya que lo hace menos gente –con más horas de trabajo y más estrés– o personal totalmente ajeno a la dinámica de la publicación.

Hay que tener en cuenta que en un medio de comunicación, la redacción es su motor, su alma, su sala de máquinas. Una redacción fuerte, potente, motivada, discute más, debate más y enriquece el trabajo que se hace en ese medio de comunicación. Por lo tanto, una redacción débil a base de externalizaciones, empobrece el trabajo de los y las profesionales de la información porque disminuye el número y la calidad de propuestas de contenidos surgidos desde esa sala de máquinas, desde esa alma. La agenda informativa de ese medio se nutre más de la que emana desde la cúpula, a partir de los intereses empresariales y políticos de ese medio y la consecuencia, la estamos viendo cada día, es el alejamiento de los medios de su público ya que se tratan cuestiones que, o bien no les interesan o bien están tratadas de acuerdo con unas visiones que, en el mejor de los casos, les son ajenas. No quiero asegurar que en todos los sectores donde se externaliza se pierde calidad en el producto, desconozco las peculiaridades de cada uno, pero es innegable que en la información y la comunicación, esta es uno de sus principales efectos, al margen de los laborales que ya hemos mencionado.

Otra consecuencia es que la mayoría de estas externalizaciones se hacen con regulaciones de empleo y despidos en los que, para intentar evitar conflictos, se pagan unas indemnizaciones en algunas ocasiones ligeramente superiores a lo que establece la ley. Si sucede, claro. Los medios de comunicación que externalizan también suelen prometer a las personas despedidas que les contrataran colaboraciones, sea directamente, o a través de las empresas subcontratadas, pero que lo harán ya con los salarios de la nueva empresa.

Por lo tanto la subcontratación sirve para que las empresas ahorren gastos de personal, reduciendo salarios ya que las colaboraciones son a un precio inferior y los salarios en las empresas subcontratadas, también. Estas deben hacer su negocio ofreciendo precios inferiores al gasto anterior del medio y pagando unos sueldos lo bastante bajos para que a ellas les quede un margen de beneficio que permita cuadrar los números.

Una situación especial es la de algunas “estrellas” de la comunicación, que gracias a sus productoras han obtenido pingües beneficios por su actividad. No me refiero a espacios de entretenimiento televisivo o radiofónico sino a espacios más específicamente periodísticos. Los informadores que trabajan en estas productoras suelen hacerlo sin convenio, con unas condiciones laborales precarias y distintas de los que están en plantillas en estos medios. No tienen capacidad de negociación y además están siempre a expensas que a la “estrella” de turno, le renueven el contrato en ese medio o no, sea público o privado. Por lo tanto su desprotección es muy evidente porque no hay convenio colectivo que les cubra..

Es decir, que hay un beneficio económico para el medio que externaliza y para el subcontratado y una pérdida económica y de derechos laborales para los trabajadores y trabajadoras afectadas por las externalizaciones. Y como daño colateral, que es mucho más grave de lo que los empresarios de los medios están dispuestos a admitir públicamente, una pérdida considerable en la calidad de la información. También se produce una caída en la satisfacción profesional de los/las trabajadores/ras de la comunicación por el poco respeto de sus medios hacia el derecho a la información de la ciudadanía que es, en definitiva, por lo que tienen que trabajar los medios de comunicación y sus profesionales.

Para terminar solo quería destacar, como han hecho antes las compañeras camareras de piso al hablar de como afecta en su colectivo la externalización, el papel de los sindicatos. Ante las dificultades para la negociación que han provocado las últimas reformas laborales, especialmente la última, los sindicatos son algo fundamental en su papel de representación de los trabajadores y trabajadoras y en el apoyo a sus luchas por la dignificación del empleo y las condiciones de trabajo. En Europa y en el mundo, los periodistas están organizados en sindicatos profesionales de periodistas, que luchan por mejorar las condiciones laborales de los y las profesionales de la información al mismo tiempo que defienden el derecho de la ciudadanía a una información de calidad, veraz y contrastada.

21 de septiembre de 2018