

El Informe sobre la Situación Laboral y Profesional del Periodista Digital en Cataluña

(A report on the job and professional situation of digital journalist in Catalonia)

Calvo Bermejo, Lucía
Grup de Periodistes Digitals. Pl. de la Vila, 8.
08080 Vilanova i la Geltrú

BIBLID [1137-4462 (2005), 11; 171-183]

Recep.: 18.05.04
Acep.: 04.07.22

El Informe sobre la Situación Laboral y Profesional del Periodista Digital en Cataluña, elaborado por el Grup de Periodistes Digitals expone cuáles son los principales problemas que afectan a los periodistas en Internet y define el perfil del periodista digital. Este artículo destaca los resultados más desesperanzadores del estudio y recoge algunas de las propuestas para que la situación mejore.

Palabras Clave: Perfil profesional. Periodista digital. Situación laboral. Precariedad.

Grup de Periodistes Digitals taldeak egindako Kataluniako Kazetari Digitalaren Lan Egoera eta Egoera Profesionala Txostenean azaltzen dira Interneteko kazetariak jotzen dituzten arazo nagusiak. Azterlan horren emaitzarik etsigarrienak agertu eta egoera hobetzeko proposamen batzuk biltzen ditu artikulu honek.

Giltza-Hitzak: Perfil profesionala. Kazetari digitala. Lan egoera. Egonkortasunik eza.

Le Rapport sur la Situation du Travail et Professionnelle du Journaliste Numérique en Catalogne, élaboré par le Grup de Periodistes Digitals révèle quels sont les principaux problèmes qui affectent les journalistes sur Internet et définit le profil du journaliste numérique. Cet article souligne les résultats les plus désespérants de l'étude et recueille quelques propositions pour que la situation s'améliore.

Mots Clés: Profil professionnel. Journalisme numérique. Situation du travail. Précarité.

1. INTRODUCCIÓN: ANTECEDENTES Y CONTEXTO

Recién licenciados que mientras buscan un empleo estable, colaboran en sitios web sin cobrar un euro. Jóvenes periodistas que piensan en abandonar la profesión porque ya están cansados de ofertas de trabajo que no concuerdan con sus currículums fornidos de títulos, cursos e idiomas. Becarios sin rumbo fijo que saturan las redacciones. Profesionales con experiencia de más de tres años que se resisten a abandonar su pequeña empresa en quiebra ante la esperanza que un día resucite. Teletrabajadores que desde sus casas, esperan cobrar aquel artículo que escribieron para poder pagar la conexión a Internet. Gestores de contenidos de portales de grandes empresas de telecomunicaciones que intentan dignificar su trabajo (a pesar de sus sueldos). Periodistas digitales cuyas condiciones contractuales y salariales no se parecen en nada a la de sus compañeros de radio, prensa o televisión.

Existen cientos de situaciones laborales diferentes, precarias e injustas en función de la relación contractual del trabajador con la empresa (si es que existe). Muchos periodistas digitales no tienen en las empresas para las que trabajan convenios laborales que les equiparen con sus compañeros de otros medios, con las mismas categorías profesionales, funciones, tramos salariales y horarios. Cada vez son más las organizaciones, que aunque no estén vinculadas al sector de la comunicación, tienen en sus plantillas a periodistas y no respetan el Estatuto del Periodista Profesional¹.

Resulta complicado ordenar el mapa de periodistas en activo que trabajan en Internet debido a que el sector de empresas de comunicación digital es diverso y está en constante cambio y evolución. A ello hay que añadir la dificultad de definir quién es periodista digital. Sin embargo, sí es posible detectar en qué tipo de medios trabaja y qué actividades y tareas realiza. La introducción y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación –en especial Internet– supone un cambio en la forma de gestionar la información y el conocimiento. El resultado de este cambio es lo que llamamos ‘periodismo digital’, es decir, utilizar la Red para la búsqueda y difusión de la información, de una parte; pero por la otra, el saber aprovechar la comunicación de esta nueva herramienta de trabajo. Y asumir, a la vez, la posibilidad que haya millones de personas de todo el mundo dispuestas a emitir y recibir información a la vez.

1.1. La precariedad laboral, tema de interés del GPD desde sus orígenes

El Grup de Periodistes Digitals (GPD), desde su fundación, en febrero de 1996, ha tenido como principal foco de interés los cambios y la evolución en el trabajo y la profesión de los periodistas que trabajan en Internet. Cuando organizó, en mayo de 1998, el I Congreso Internacional de la Publicación Electrónica,

1. El Estatuto del Periodista Profesional es el texto legal que regula los derechos y deberes de los periodistas. Regula el acceso a la profesión (quien es periodista) y garantiza y protege aspectos profesionales y deontológicos. En España, todavía está pendiente de aprobación como ley orgánica.

dedicó sesiones a reflexionar sobre el paro, las nuevas profesiones, el teletrabajo y los derechos de autor². Unos temas que no han dejado de preocupar a la asociación hasta que el mes de abril de 2003 decidió organizar unas jornadas junto con el Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) para abordar qué problemas laborales y profesionales son los que afectan de forma específica a los periodistas que trabajan en Internet.

En este encuentro, titulado “Periodistas digitales, precariedad en la Red” se presentaron dos documentos de trabajo³, elaborados por miembros del GPD y del SPC, que analizaban las principales causas de la precariedad laboral y profesional. Después de un intenso e interesante debate, se propusieron unas líneas de acción entre las que se encontraba la elaboración de un informe que diese a conocer qué problemas específicos afectan a los profesionales que trabajan en Internet. El planteamiento de este estudio partía de la hipótesis de si las precarias condiciones que de manera generalizada soportan los periodistas eran similares a los de los periodistas que trabajan en Internet o si estos últimos se ven afectados por una mayor precarización.

1.2. Metodología de la investigación

Uno de los inconvenientes que surgió a la hora de elaborar el informe fue quién debía contestar las 24 preguntas del cuestionario que el GPD, con el asesoramiento del Sindicat, había preparado para recopilar datos cuantitativos. Era complicado –y todavía sigue siéndolo– definir qué profesionales entraban en el saco de ‘periodistas digitales’. Uno de los cambios que ha propiciado Internet es que cualquier persona puede emitir información sin necesidad de que tenga un título universitario. Existen miles de sitios web (que no tienen por qué estar relacionados con los medios de comunicación) en los que trabajan periodistas. Además, en Cataluña no existe un censo de periodistas digitales que identifique cuántos periodistas en activo trabajan en Internet. ¿Cómo delimitar quién es y quién no es periodista digital? ¿Cómo seleccionar la muestra para la investigación?

Finalmente, se optó por colgar un cuestionario en el sitio web del GPD y difundir su existencia 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. Así pues, fueron las 66 personas que respondieron voluntariamente a la encuesta quienes se autoseleccionaron como muestra.

2. Las conclusiones de los talleres y seminarios del Congreso de Mayo del 98 se pueden consultar online: <http://www.periodistesdigitals.org/maig98/>

3. 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>

Aunque el tamaño de la muestra pueda parecer reducido, se trata del esfuerzo más amplio hecho hasta ahora en Cataluña por definir la situación laboral y profesional de los periodistas digitales. Para hacernos una idea de la poca atención prestada hasta la fecha a la investigación del trabajo del periodista en Internet, un dato: en el año 2000, el Col·legi de Periodistes de Catalunya hizo un estudio sobre la profesión periodística⁴ en el que no incluyó Internet como medio.

En todo caso, los resultados de este informe deben interpretarse como una descripción de los problemas del periodista digital de cara a plantear líneas de acción para erradicar –o al menos, suavizar– la precariedad laboral del sector. El Informe sobre la Situación Laboral y Profesional de los periodistas digitales en Cataluña es una radiografía orientativa que traza las principales tendencias que se dan en el mercado laboral y profesional del campo de la comunicación en Internet. Unas tendencias que se confirman al compararlas con los resultados de otros dos interesantes estudios que analizan variables similares a la de las de investigación del GPD. Uno es el estudio *Xornalismo en Internet. Actitudes profesionais e condicións laborais dos periodistas en lína*⁵, coordinado por los profesores Xosé López y Miguel Túnéz y editado por el Consejo de Cultura Gallega. El otro informe⁶, aunque no analiza con tanta profundidad como el de Galicia las condiciones laborales y profesionales de los periodistas, nos permite hacernos una idea de cuál es el estado de la cuestión en América Latina. Se trata de una investigación llevada a cabo por los periodistas Julio César Guzmán y Guillermo Franco a través de una encuesta online difundida a través del periódico colombiano ElTiempo.com.

Los tres estudios suponen un primer esfuerzo por dejar escritos muchos de los problemas laborales que se comentan de boca en boca o en foros y listas de debate. Pueden ser documentos de gran utilidad para empezar a trabajar para que la situación mejore porque, como vamos a ver, los resultados del informe del GPD no son demasiado halagüeños.

2. EL PERFIL PROFESIONAL DEL PERIODISTA DIGITAL

El perfil del periodista digital es el de una persona joven –que tanto puede ser hombre como mujer–, de entre 25 y 30 años, que es Licenciado/a en Periodismo (un 80% de los encuestados tiene el título universitario). Trabaja, en el 32% de los casos, en la edición digital de un medio de comunicación que ya exis-

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

5. LÓPEZ, Xosé y TÚÑEZ, Miguel (coord.) (2002). *Actitudes profesionais e condicións laborais dos periodistas en lína*. Consello de Cultura Galega. http://www.consellodacultura.org/mediateca/publicacions/xornalismo_internet.htm.

6. GUZMÁN, Julio Cesar y FRANCO, Guillermo (2004). Perfil de los periodistas de Internet de los sitios latinoamericanos. El Tiempo.com. <http://eltiempo.terra.com.co/cult/21deabrilde2004/ARCHIVO/ARCHIVO-1590172-0.pdf>.

te en otros soportes (por ejemplo, en la edición online de una cabecera en papel) o en un medio exclusivamente digital (30%).

Internet ha propiciado que las empresas de telecomunicaciones o de servicios creen medios digitales (portales de contenidos, por ejemplo) y hay un 12% de periodistas que trabaja para estas empresas. También hay un 17% que trabaja para otras organizaciones, no relacionadas directamente con el sector de la comunicación como ayuntamientos, entidades bancarias, universidades, etc. Es significativo comprobar que un 14% de los encuestados trabaja en los sectores de la formación online, el marketing, la investigación y la docencia, el diseño gráfico y la fotografía. Esto explica la multiplicidad de actividades que un periodista digital puede llevar a cabo en la Red y que no tienen por qué estar directamente relacionadas con la producción y difusión de contenidos periodísticos.

2.1. Tareas del periodista digital

Si nos detenemos en el tipo de tareas que se realizan, destaca que en un 67% de los casos se producen contenidos originales y/o se dirigen proyectos, cifra que corroboraría el hecho de que muchos periodistas digitales mantienen sus propias empresas digitales al asumir a la vez la dirección y la actualización de contenidos de la web de su negocio.

Además de la redacción de información y de la edición de otros textos producidos por terceros –la tercera tarea más realizada, con un porcentaje del 47%–, el periodista digital incorpora a sus rutinas productivas tareas relacionadas con el uso de las nuevas tecnologías y de programario: retoque de fotografías (42%), maquetación web (33%), mantenimiento de directorios o bases de datos (30%), diseño gráfico avanzado (12%) o programación (9%).

¿Son estas tareas propias del periodista que trabaja en Internet o cualquier profesional de los medios de comunicación las incorpora a sus rutinas productivas? Desde que la digitalización llegó a las empresas informativas, ningún periodista, trabaje donde trabaje, puede escapar del uso de ordenadores, de Internet y de programas informáticos de correo-e, edición de textos y fotografías para realizar su trabajo. Según un estudio sobre el uso de la Red en los medios de comunicación, realizado en el 2002 por *Deloitte & Touche* y *Accesogroup*⁷, un 90% de los periodistas considera Internet imprescindible.

Sin embargo, la intensidad con la que utiliza Internet un periodista digital no es la misma que la del resto de compañeros de profesión. Habría que ver qué usos hace cada uno de la Red: si la utiliza como fuente de búsqueda de información a través de los clásicos buscadores o si trabaja en red, crea agendas de contactos virtuales que le proporcionan información privilegiada desde cualquier punto del planeta, hace crecer y madurar redes de comunicación a través de las

7. Estudio sobre el uso de la Red en los medios de comunicación, Deloitte and Touche y Acceso Group. <http://www.acceso.com/estudio>.

cuales comparte información y conocimiento con sus fuentes y audiencias, las cuales dejan de ser sujetos pasivos y participan en la circulación y renovación de información.

El periodista Quim Gil, en un artículo⁸ sobre el perfil del periodista en red publicado en la revista *Telos*, enumera una serie de tareas y habilidades que la sociedad sí encomendaría a periodistas especializados en el uso de la Red. Saber gestionar el maremagno de información disponible en Internet, personalizar los contenidos en función de los intereses y necesidades de los usuarios, elaborar metainformación –contenidos que puedan ser publicados en muchos medios– y poder dinamizar la inteligencia colectiva –conocimiento generado en los grupos virtuales– son algunas de las nuevas responsabilidades del periodista digital.

Una de las críticas que se le podría hacer al *Informe sobre la Situación Laboral y Profesional del periodista digital* es que quizás se ha centrado más en aspectos relacionados con la precariedad laboral y ha dejado de lado qué nuevas labores son específicas del periodista en red. Si la irrupción de Internet modificó el paisaje informativo, provocó la creación de miles de publicaciones *online*, facilitó la expansión de comunidades virtuales de conocimiento, permitió al periodista acceder a mucha más información y contactos de los que disponía cuando trabajaba con la máquina de escribir, algo tiene (o tendría) que haber cambiado en la forma de hacer periodismo. Este informe refleja, por ejemplo, que un 24% de los encuestados se dedica a la moderación de foros y listas de distribución, una tarea que quizás sí sea más propia de esta nueva forma de entender el periodismo electrónico y que todavía, aunque existan miles de listas de discusión, foros y espacios virtuales de debate, no se considera como una labor que debieran desempeñar profesionales con conocimientos sobre comunicación.

2.2. Problemas que afectan a la profesión

Además de definir el perfil profesional digital, este informe facilita datos que permiten diagnosticar una serie de problemas que le afectan en el desarrollo de su carrera profesional. Estos son el pluriempleo, las dificultades que tiene el periodista para recibir formación tanto en la empresa como en centros universitarios y la devaluación de la calidad de los contenidos derivada de las precarias condiciones laborales.

2.2.1. 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%

8. GIL, Quim «Análisis Centrípeto de la periodista en red. Nuevos Perfiles Profesionales». En: *TELOS Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad* núm. 52 – Segunda época. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=2>

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.

2.2.2. FALTA DE FORMACIÓN CONTINUA

Tan sólo un 28% de los encuestados afirma recibir formación continua en la empresa donde trabaja. La formación continua es especialmente necesaria en un sector en que los conocimientos técnicos evolucionan de forma vertiginosa y aunque los periodistas digitales no tienen por qué encargarse de las tareas informáticas, un mejor conocimiento de las herramientas de que disponen redundaría en una mayor calidad del producto informativo. Aunque es una variable no estudiada en el informe, los periodistas sí que han manifestado en listas de correo-e como la del GPD, la poca presencia en los planes de estudio de las Facultades de Comunicación de materias relacionadas con el ciberperiodismo. Ante esta situación, el periodista tiende al autoaprendizaje y al autofinanciamiento de cursos privados para poder aumentar sus competencias en el trabajo.

2.2.3. DEVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO PERIODÍSTICO

La falta de recursos humanos a menudo obliga a que el trabajo de los periodistas digitales se reduzca a copiar y pegar contenidos. 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 etc.

3. CONDICIONES LABORALES DEL PERIODISTA DIGITAL

En el informe hay un apartado dedicado a analizar el tamaño y la titularidad de las empresas para las que están trabajando los periodistas digitales. En general, las empresas de Internet son de titularidad privada con muy pocos trabajadores en plantilla (un 49% tiene de 1 a 50 trabajadores). Las dificultades de una empresa pequeña para tener beneficios en Internet podrían explicar las precarias condiciones de trabajo del periodista digital. Pero, sin embargo, también hay grandes compañías, públicas y privadas (un 15% de los encuestados trabaja en empresas de 500 hasta 10.000 trabajadores), que explotan a sus plantillas y se aprovechan de la inestabilidad laboral del sector. Veamos a continuación qué conclusiones se han extraído del informe en lo que respecta a contratos, sueldos, jornada y convenio laboral.

3.1. Contrato

Un 63% de los encuestados tiene contrato laboral. De estos, un 35% lo tiene de tipo indefinido. El resto, están contratados por obra o servicio (un 15%), temporalmente (6%), a tiempo parcial (3%) o en prácticas (3%). Hay un 37% de periodistas digitales que aunque trabaje, se encuentra en otras situaciones menos favorables. Dentro de este grupo, hay un 21% de trabajadores sin ningún tipo de contrato, un 6% con contrato mercantil y un 9% de estudiantes en prácticas en convenio con alguna universidad.

Existen diferencias en las condiciones contractuales de los periodistas digitales en función de la empresa donde trabajan. El 40% que trabaja en medios exclusivamente digitales no tiene contrato laboral, en contraste con el 25% que trabaja en empresas de telecomunicaciones o servicios de Internet o del 19% que elabora información para la edición digital de medios existentes en otros soportes. En cambio, 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 hay un 10% que afirma no tener ningún tipo de contrato.

3.2. Sueldo

Un 38% de periodistas digitales cobra hasta 900 € mensuales y el resto, 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 en 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 trabajo como referente directo.

Un 15% de los encuestados que trabaja en medios exclusivamente digitales y un 18% de aquellos que mantienen webs no periodísticas cobra menos de 300 € al mes. Si estos sueldos se comparan con el número de tareas que realizan los periodistas, se podría 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.

3.3. Jornada

El 63% trabaja hasta 40 horas semanales y el 36% más de 40 horas semanales. La jornada mínima es de 15 horas semanales (estudiantes) y la máxima de 60 horas. Los periodistas encuestados achacan problemas de salud al hecho de tener que pasar toda la jornada laboral delante de un ordenador, problemas

que quizás otros profesionales de radio, prensa o televisión no sufren con tanta intensidad.

3.4. Convenios laborales

Las situaciones irregulares en lo que respecta a contratos, sueldos o horas de más dedicadas al trabajo es complicado que se resuelvan si el periodista, además, no está sujeto a un convenio laboral que establezca las condiciones por las cuales la empresa le contrata, en función de la categoría profesional a la que pertenece. No existen convenios colectivos de empresas periodísticas digitales en Cataluña y esto provoca que el periodista quede desamparado, sin protección, ni voz para exigir unas condiciones laborales dignas y acordes con su experiencia y formación.

Las cifras del informe referentes al convenio laboral son bastante desalentadoras e indicativas del estado de precariedad e indefensión en el que trabajan los periodistas digitales. A pesar de que un 44% de los encuestados dice tener convenio laboral, sólo un 9% lo valora positivamente y un 68% lo desconoce. Un 43% no tiene convenio laboral.

En la presentación del Informe, en noviembre de 2003 en Barcelona, el presidente del Sindicat de Periodistes de Catalunya, Dardo Gómez, dijo que sólo los trabajadores que estén organizados y unidos en comités de empresa pueden dar un paso hacia la negociación de un convenio que se adecue a las características de la empresa y del trabajo que realizan para ella. Sin embargo, es complicado conseguir mayor cohesión entre los trabajadores si tenemos en cuenta el poco tiempo que permanecen los periodistas digitales en el mismo lugar de trabajo y el teletrabajo.

3.5. 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 de empresas en las cuales han trabajado. El 72% ha estado 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.

3.6. Teletrabajo

Aunque buena parte de los encuestados trabaja desde la empresa, un 32% lo hace desde casa. Las condiciones laborales de los teletrabajadores son bastante precarias: en un 86% de los casos, los costes de teléfono, conexión en Internet y equipamiento, corren a cuenta del periodista. Un 61% no tiene ningún tipo de contrato. Por lo tanto, se confirma la desvinculación de la empresa res-

pecto de este tipo de trabajadores. De esta manera, las empresas de Internet pasan de tener plantillas fijas, a ser un ir y venir de colaboradores externos que trabajan por horas, por proyecto o por artículo entregado.

4. LÍNEAS DE ACCIÓN PARA DIGNIFICAR EL TRABAJO PERIODÍSTICO EN INTERNET

Contratos basura, sueldos bajos, pluriempleo, miedo a perder el sitio de trabajo, interés por no perder el tren de la actualización continua de conocimientos y por el aprendizaje del uso de las tecnologías, deterioro físico tras pasar tantas horas delante de una pantalla de ordenador, frustración por el poco reconocimiento del trabajo hecho y por el poco respeto a la autoría de los textos (un 13% de las empresas hace lo que quiere con las obras periodísticas y no remunera a los trabajadores. Y un 16% respeta la integridad de los contenidos pero los autores no reciben remuneración económica a cambio) y un largo etcétera.

El valle de lágrimas que supone trabajar en Internet y que este informe trata de exponer en cifras, está siempre presente en forma de relatos de experiencias personales en listas de debate o conversaciones de bar. La dificultad de encontrar trabajo tras obtener el título de licenciado –una variable no estudiada en el informe– y el miedo a perderlo aunque sea precario, marcan el día a día de los jóvenes periodistas.

Algunos piensan en tirar la toalla y escapar de una profesión, el periodismo, de la cual a uno le han enseñado que para sentirla y crearla hay que ejercerla. Decía Dardo Gómez, presidente del SPC, que un médico siempre es médico, se dedique a la sanidad o no. En cambio, un periodista tiene la sensación –en parte inculcada durante los años de Facultad– de que si no trabaja en un medio de comunicación, a ser posible de los grandes, no se puede considerar periodista.

Mientras tanto, algo se puede hacer para dignificar la situación profesional y laboral de los periodistas que trabajan en Internet. El GPD tiene entre sus objetivos el velar por una mejora general en la situación profesional y laboral de los periodistas digitales y para ello, plantea una serie de reivindicaciones y líneas de acción en tres frentes: empresas, universidades y colectivo de periodistas.

4.1. En las empresas

– **Respeto del Estatuto del Periodista Profesional:** La solución a muchas situaciones laborales irregulares se encuentra en tomar el Estatuto Profesional del Periodista como marco legal del periodismo digital. Habría que integrar el periodismo digital en la estructura de derecho y deberes de los periodistas. El GPD considera que las especificidades del periodismo digital no son tan grandes respecto de otras especialidades periodísticas como para crear un Estatuto propio o un apartado concreto dentro del Estatuto general. Una estrategia diferenciadora podría derivar en mayores situaciones de desigualdad para los periodistas digitales (por ejemplo, las empresas podrían agarrarse a la diferencia como

excusa para no dar los mismos derechos a los periodistas digitales que al resto de periodistas).

El GPD propone que una empresa, sea cual sea su actividad (aunque no se dedique a la comunicación), en el momento que contrata a periodistas, debe hacerlo respetando los criterios en el Estatuto Profesional del Periodista.

– Integración de los periodistas digitales en los convenios del resto de periodistas: Casi la mitad de los periodistas encuestados dice no tener convenio colectivo en su empresa, algo que dificulta considerablemente la negociación entre empresario y trabajador y la reivindicación de mejoras laborales. El GPD considera que los periodistas digitales que trabajan en empresas de comunicación multimedia deben estar integrados en los mismos convenios que sus compañeros de otros medios, con las mismas categorías profesionales, funciones, tramos salariales y horarios. Es importante, además, que el contrato laboral especifique el medio en concreto para el cual trabaja el periodista, para evitar que la empresa explote la información que elabora para múltiples medios sin que el periodista pueda reclamar ningún derecho sobre ella. Además, las empresas que no se dedican tradicionalmente a la comunicación pero que tienen sitio web mantenido por periodistas, deberían de incluir en su convenio un nuevo apartado dedicado a la web en el que se especificase las condiciones laborales de los periodistas digitales a partir del Estatuto Profesional del Periodista.

4.2. En las Universidades

– Aprobar y acatar convenios de prácticas con las empresas justos y equitativos

Otro de los temas que preocupa a la asociación es la responsabilidad de las Universidades cuando acuerdan convenios con las empresas periodísticas para facilitar la incorporación de estudiantes en prácticas (más conocidos como becarios/as). El GPD no se opone a que los estudiantes puedan formarse y adentrarse en la profesión realizando estancias en empresas. El problema surge cuando se suplen periodistas en plantilla por becarios. Es entonces cuando la Universidad debe intervenir de forma responsable para evitar que la empresa obtenga beneficios económicos de un estudiante en prácticas y se aproveche de su interés en obtener un lugar de trabajo fijo en el medio de comunicación en el que realiza la formación.

Afortunadamente, 32 decanos facultades de Ciencias de la Comunicación⁹ del Estado Español firmaron en junio de 2003 un acuerdo de diez puntos para armonizar las prácticas externas de los alumnos. Se trata de un acuerdo de mínimos para controlar los abusos de los empresarios sobre los estudiantes en prácticas, utilizándolos como mano de obra barata o gratuita. Este es un primer paso

9. 'Els degans de les facultats de la Comunicació fan un primer pas per regular les pràctiques dels estudiants'. Noticia publicada en *Fil Directe*, boletín electrónico de noticias del GPD. Núm 28, Julio de 2003 <http://sindicat.org/spc/docum/uploads/Fil%20en%20Linia%2028.pdf>

y es importante hacer un seguimiento del cumplimiento de los acuerdos tanto por parte de las empresas como de las Universidades.

- Investigar bolsas de trabajo existentes y creación de una bolsa de trabajo ética

Otro foco de precariedad para los estudiantes es el tipo de ofertas de trabajo que suelen gestionar las bolsas de trabajo que algunas Universidades disponen. En este sentido, el GPD tiene previsto investigar el funcionamiento de estas organizaciones para dar a conocer las irregularidades que pudiesen cometer. Esta es una de las líneas de acción pendientes de desarrollar y mientras tanto, el GPD se ha embarcado en un proyecto más ambicioso: la creación y posterior gestión de una bolsa de trabajo ética.

La bolsa de trabajo servirá para acoger el máximo de ofertas posibles del sector, de los nuevos medios de comunicación y de aquellas empresas que, cada vez más, necesitan profesionales del periodismo que puedan informar con responsabilidad social y ética en Internet. También pretende ser el lugar de encuentro de todos los periodistas especializados en la Red que quieran acceder a nuevos trabajos. Y convertirse en un espacio para dar oportunidades a los jóvenes estudiantes para que accedan a lugares de trabajo donde se les asegure el aprendizaje y unas condiciones laborales dignas. El GPD trabaja en estos momentos en el diseño y organización de las tareas para llevar adelante esta bolsa de trabajo, con la que intentará llegar a acuerdos de colaboración con Colegios de Periodistas, otras asociaciones, facultades de periodismo, centros de formación etc.

4.3. Entre el propio colectivo de periodistas

- Organizarse en comités de empresa

La postura del Sindicat de Periodistes de Catalunya es que los periodistas se organicen en comités de empresas, elijan representantes y empiecen a trabajar de forma colectiva para reivindicar mejoras laborales. “Yo sólo conozco una manera: la lucha organizada. La lucha organizada de los periodistas digitales. Entre todos los periodistas, sea cuál sea el tipo de empresa para la cual trabajen porque, en ocasiones, se trabaja para grupos multimedia (...). Los patrones sí que están organizados y además, sí me permitís el símil futbolístico, juegan en casa y con los árbitros y el reglamento a favor. Sólo lo cambiaremos si hacemos juego de equipo”, escribió Quico Ràfols, del SPC, a la lista de debate del GPD.

- Crear cooperativas de periodistas

Otra de las posturas que se ha defendido desde la lista de debate del GPD para acabar con la precariedad es la de crear cooperativas de periodistas digi-

10. Algunos ejemplos de cooperativas de periodistas: <http://www.sinopsi.info/> y <http://www.sinapsis.es>

tales¹⁰ que se conviertan en empresas proveedoras de servicios periodísticos para el resto de empresas de comunicación. Serían pequeños equipos de trabajo en línea que actuarían como *pools* de periodistas especializados que comparten despacho y clientes.

Mientras el periodista camina en la encrucijada de quedarse o abandonar la profesión, ve como las cosas sí van cambiando y que hay gente con propuestas e ideas para mejorar la situación laboral. El asociacionismo puede ser una vía para reivindicar mejoras, obtener mayor visibilidad y poder presionar a las empresas para que respeten los derechos de los periodistas y garanticen unas condiciones de trabajo justas. El Grup de Periodistes Digitals en ello está y con el Informe sobre la Situación Laboral y Profesional del Periodista Digital en Cataluña ha conseguido dar un paso más hacia la dignificación del trabajo del periodista que trabaja en Internet.

El ‘Informe sobre la Situación laboral y profesional de los periodistas digitales en Cataluña’ está disponible en el sitio web del GPD: http://www.periodistesdigitals.org/docs/informe_laboral_periodistas_digitales.pdf.