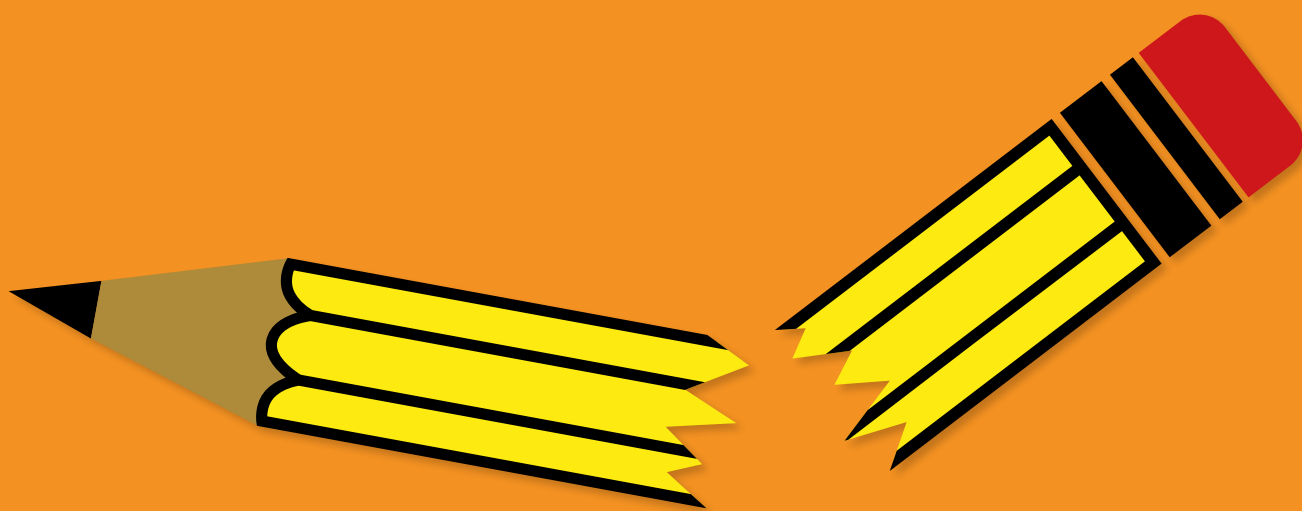


CRISI AL SECTOR DE PERIODISTES I PERIODISTES GRÀFICS A LA COMUNITAT VALENCIANA (2007-2016)



Unió de Periodistes Valencians



CRISI AL SECTOR DE PERIODISTES I PERIODISTES GRÀFICS A LA COMUNITAT VALENCIANA (2007-2016)



Unió de Periodistes Valencians

ESMA KUČUKALIĆ I FULGENCIO TORREMOCHA

EDITA

UNIÓN DE PERIODISTES VALENCIANS

PRESIDENT

SERGI PITARCH SÀNCHEZ

MEMBRES COMISSIÓ EXECUTIVA 2013-2017

AMPARO GARCÍA VILAPLANA, CRISTINA CHIRIVELLA BERGA, JAVIER ALFONSO GRACIA, ANDRÉS
HERNÁNDEZ DE SÁ, VIOLETA TENA BARREDA, JUAN MAGRANER HERNÁNDEZ, BIEL ALIÑO GARCÍA,
JULIO GÓMEZ VIVÓ, NATXO ANDREU PALOMARES, ANTONI RUBIO REVERTER, JAVIER R. CAVANILLES,
MARTA HORTELANO I ELENA CÍVICO

REDACCIÓ - BECA EMILI GISBERT-

ESMA KUČUKALIĆ I FULGENCIO TORREMOCHA

ESTADÍSTICA

ALI ESQUEMBRE

FOTOGRAFÍA

BIEL ALIÑO

ARXIU FOTOGRÀFIC

UNIÓN DE PERIODISTES VALENCIANS

CORRECCIÓ

ANTONI RUBIO

DISSENY I MAQUETACIÓ

JUANJO CHOLBI

LACARMENGRAFICA.COM**COMUNICACIÓ I ADMINISTRACIÓ**

JESSICA ORTEGA COMES

Imprimeix:

Grupo Diario Imprenta, S.L.
P.I. Camí de la Mar. C/ Calderers, 40
46120 Alboraya-Valencia
Tel: 96 330 18 32

Dep. legal: V-1106-2016**UNA PUBLICACIÓ DE:**

UNIÓN DE PERIODISTES VALENCIANS



Unió de Periodistes Valencians

WWW.UNIOPERIODISTES.ORG**Direcció:**

Plaça Forn de Sant Nicolau, 6 baix esquerra
46001 Valencia

Teléfono: 96 392 09 68**administracio@unioperiodistes.org****Twitter:** @unioperiodistes**Facebook:** [unideperiodistes.valencians](https://www.facebook.com/unideperiodistes.valencians)

- Un **36,8%** dels periodistes valencians respon trobar-se en situació de desocupació. D'aquesta xifra, un **35,3%** porta més de dos anys parat.
- Més de la meitat d'enquestats, un **55,1%**, s'ha vist afectat per un ERO o un acomiadament improcedent.
- Un **57,9%** afirma haver patit una reducció de salari, mentre un **22,4%** declara suportar una major càrrega de treball. L'actual situació provoca que un **65,7%** tema per la seua estabilitat laboral.
- El **53,7 %** s'ha vist obligat a convertir-se en autònom després d'un acomiadament.
- L'atur afecta a **158** fotoperiodistes, mentre les empreses només mantenen **15** amb contracte. La resta treballa com a autònom.
- El **87,9%** dels enquestats considera que els ajustos de plantilles han afectat als continguts gràfics.
- Dels enquestats que responen haver realitzat pràctiques durant o després de finalitzar els estudis, un **28,5%** afirma no haver sigut remunerat.
- Les universitats valencianes generen anualment vora **400** nous periodistes per accedir al precari mercat laboral.
- Un **46,7%** de professionals assenyala que canviaria de professió si tinguera la possibilitat.

INDEX

Carta del President de la Unió de Periodistes Valencians.....	10
Presentació	12
1. L'origen de la crisi econòmica	14
2. L'enquesta: «Crisi al sector de periodistes i periodistes gràfics a la Comunitat Valenciana (2007-2016)»	18
2.1. Dades d'atur	20
2.2. ERO	23
2.3. Nivell de formació dels periodistes i periodistes gràfics	24
2.4. Valoració de la professió	26
2.5. Condicions laborals	30
2.6. Llibertat d'expressió	32
2.7. Distribució empresarial	34
2.8. Els professionals més joves	36
3. Dades d'atur dels professionals en el SERVEF	38

3.1. Atur registrat per ocupació i titulació	40	7.2. Reflexions sobre el futur de la premsa comarcal	84
3.2. Atur registrat per sexe i per províncies	42	7.3. L'entrevista	88
3.3. Registre històric d'atur (2007-2015)	44	8. Xarxa d'emissores municipals	92
4. Fotoperiodistes	46	8.1. Un full de ruta per al futur	94
4.1. Cap a l'autonomització	48	9. Mitjans de comunicació emergents	100
4.2. Tarifes a la baixa	49	9.1. L'entrevista	104
4.3. Condicions laborals	50	10. Nova eixida professional: la docència	108
4.4. Menys presents als mitjans i més als gabinets	52	11. Universitats	112
5. Destrucció de l'ocupació per mitjans de comunicació	54	11.1. Molts periodistes per al mercat precari	116
6. A la cerca d'alternatives: la figura de l'autònom	70	11.2. Del periodisme cap a la comunicació	118
6.1. L'opinió	74	A mode de reflexió: Adaptar-se o morir	120
7. La premsa local i de proximitat: un nínxol de mercat	76	Fonts i Bibliografia	126
7.1. L'associacionisme com alternativa	80		

CARTA DEL PRESIDENT DE LA UNIÓN DE PERIODISTES VALENCIANS

La crisi econòmica ha truncat molts projectes de vida a la Comunitat Valenciana en els últims vuit anys. L'índex d'atur al nostre territori és en maig de 2016 del 21% i va arribar a ser del 28% en els moments més durs de la crisi que va començar a 2008. Al sector del periodisme i la comunicació aquests percentatges superen i han superat en 16 punts la mitjana.

Aquestes xifres demostren que l'impacte de la recessió en el nostre sector ha sigut més demolidor que en la resta del teixit productiu valencià. Sense cap dubte ha sigut una crisi superior a altres àmbits, com ara la construcció o la indústria. Malgrat aquests números, poc s'ha parlat sobre els problemes laborals de la professió periodística i molt menys s'ha reflexionat sobre les causes o la manera d'eixir d'aquest pou en què encara continuem furgant.

La Unió de Periodistes Valencians vam decidir enfocar la nostra beca d'investigació Emili Gisbert 2016 a l'anàlisi i quantificació de l'impacte laboral i professional que ha tingut una crisi que ha destruït milers de llocs de treball i que ha anat acompanyada d'una gran precarització salarial i laboral.

Si una professió ha sigut paradigma d'aquesta crisi eixa és el periodisme: menys treball, més precarietat i una revolució tecnològica que manté engarjolats i perplexes a periodistes i editors. Només els qui han sabut adaptar-se a aquest nou paradigma han aconseguit vore la llum en nous nínxols de mercat com la gestió de les xarxes socials i els gabinets de comunicació, àmbits que han suportat molt millor que els mitjans de comunicació l'impacte de la desfeta.

Aquest informe que els presentem és la primera investigació que s'ha fet sobre l'efecte

que la crisi ha tingut en la professió al nostre territori. Les seues conclusions acrediten el que tots intuïem, però a voltes cal vore-ho negre sobre blanc per a començar a reaccionar.

La beca Emili Gisbert 2016 és un diagnòstic per a començar a curar una malaltia que es cronifica. Reconèixer què ens passa per prendre la medicina correcta. D'aquestes planes ha d'eixir la llavor d'un gran pla d'ocupació, una verdadera "reconversió" que deuran portar endavant professionals, sindicats, editors, patronals i administracions públiques. La societat actual necessita, ara més que mai, periodistes que expliquen i interpreten aquesta complexa realitat. I per a això, ens calen professionals amb condicions de treball dignes.

Sergi Pitarch i Sànchez

**President de la
Unió de Periodistes Valencians**

PRESENTACIÓ

El present treball sorgeix a partir d'una iniciativa de la Unió de Periodistes Valencians en el marc de la segona convocatòria de la beca “Emili Gisbert” de recerca periodística. L'objectiu d'aquesta nova edició és la d'analitzar la incidència de la crisi en la professió periodística des de 2007 fins a l'actualitat, tant en la faceta del periodista com del fotoperiodista en l'àmbit de la Comunitat Valenciana.

Les xifres que oferim resulten molt clarificadores de l'estat de salut de la professió pel que fa a llocs de treball destruïts, baixes incentivades, prejubilacions, precarietat laboral, disminució en la qualitat dels continguts, ajust de salaris o disminució dels mateixos amb major càrrega de treball.

Malgrat aquesta visió no massa favorable però real, subscrivim sense objeccions una frase del periodista i escriptor Gabriel García Márquez, qui proclama que “encara que es patisca com un gos, no hi ha millor ofici que el periodisme”.

Tot i que la crisi que assota a la professió periodística és una realitat palpable, s'aprecia una certa estabilitat pel que fa a l'increment de les xifres d'atur. Les dades facilitades pel Servei Valencià d'Ocupació (SERVEF) situen el nombre de periodistes aturats en l'any 2015 en 1.129, encara que com veurem més endavant, en els primers mesos d'enguany hi ha un lleu descens de l'atur d'un 3%.

Si ho comparem amb les xifres que arreplega l'últim Informe de la Profesión de l'any 2015 de l'Asociación de la Prensa de Madrid que abasta tot el territori nacional, s'aprecia un lleuger descens del 8% en el nombre d'aturats, en passar dels 9.451 de 2014 a 8.680 de 2015. La mateixa informació constata que la desocupació és majorment femenina, ja que dos tercers parts de l'atur afecta a les dones, una realitat que s'extrapola a l'àmbit valencià on l'atur entre les periodistes apuja fins el 64%.

A més de les dades aportades pel SERVEF, l'enquesta realitzada per aquest estudi entre els membres de les diferents associacions professionals de tota la Comunitat Valenciana reflecteix xifres preocupants com a conseqüència de la crisi. La mostra arreplegada situa l'atur entre els periodistes valencians en el 36,8%, com veurem més endavant amb detall.





1. L'ORIGEN DE LA CRISI ECONÒMICA

A bans de continuar amb l'exposició del treball considerem adequat aportar una introducció de l'origen de la Gran Depressió que els experts situen a l'agost de 2007. És quan es manifesten els primers símptomes en l'economia dels Estats Units i concretament amb els problemes immobiliaris arrossegats per les hipoteques conegudes com “subprime” o hipoteques fem, d'alt risc. Aquesta situació va contagiar ràpidament tota l'economia mundial perquè la banca internacional havia apostat fortament per aquest sector.

Amb la declaració en fallida del quart banc d'inversió dels EUA, el Lehman Brothers al setembre de 2008, la crisi es va agreujar. L'economia europea se'n ressent d'una forma molt severa i, com no podia ser d'una altra manera, Espanya pateix les conseqüències amb la Gran Recessió. Els primers efectes es van deixar sentir amb l'esclat de la coneguda i demoledora bombolla immobiliària, a més de

la crisi bancària de 2010 i el brutal increment de la desocupació.

Les dificultats econòmiques van colpejar feroçment les empreses periodístiques, per la qual cosa assistim a una sèrie de dràstiques mesures que es van traduir en la reducció de plantilles. Paradoxalment, el minvament de personal es va encebar especialment amb professionals amb dilatades i acreditades trajectòries professionals.

Igualment ha repercutit en la qualitat de continguts, així com en una palpable precarietat laboral. Açò, en el millor dels casos, perquè pitjor sort han corregut altres mitjans que s'han vist abocats a la desaparició de les seues capçaleres, amb especial rellevància en publicacions gratuïtes amb presència en la nostra Comunitat com Metro, Adn, Qué! o 20 Minutos.

A la Comunitat Valenciana juntament amb Madrid, Andalusia i Catalunya és on més ocupació s'ha destruït en el sector. Tota l'estructura informativa s'ha vist durament colpejada per la crisi. Les principals capça-

**EL MINVAMENT DE PERSONAL
ES VA ENCEBAR ESPECIALMENT
AMB PROFESSIONALS AMB
DILATADES I ACREDITADES
TRAJECTÒRIES PROFESSIONALS**

leres, amb manxeta valenciana però totes propietat de grans grups comunicatius nacionals, han vist reduïdes les seues redaccions a causa d'ERO, retallades de plantilla i baixades salarials. El mateix ha ocorregut amb les delegacions dels mitjans nacionals, entre els quals, periòdics de referència han tancat les seues delegacions valencianes. La premsa, les emissores i televisions locals i comarcals, sense polítiques comunicatives pròpies des de fa dècades i per açò, grans dependents de les corporacions municipals, s'han vist abocades al tancament en desenes de casos amb els primers símptomes de la crisi, i la falta d'inversió institucional.

A aquest panorama cal afegir a més el tancament sobtat de la RTVV que va posar en el carrer vora 1.600 professionals, entre els quals hi havia més de 400 periodistes, i que va suposar un dur colp per a tota la professió, així com per a la democràcia valenciana.

**A LA COMUNITAT VALENCIANA
JUNTAMENT AMB MADRID,
ANDALUSIA I CATALUNYA ÉS ON
MÉS OCUPACIÓ S'HA DESTRUÏT EN
EL SECTOR. TOTA L'ESTRUCTURA
INFORMATIVA S'HA VIST DURAMENT
COLPEJADA PER LA CRISI.**

2.

L'ENQUESTA:
«CRISI AL SECTOR
DE PERIODISTES I
PERIODISTES GRÀFICS
A LA COMUNITAT
VALENCIANA
(2007-2016)»

L'enquesta que presentem ha sigut realitzada entre professionals de la comunicació, majoritàriament associats a la Unió de Periodistes Valencians, així com de la Asociación de la Prensa de Alicante, Asociación de Periodistas de Castellón i el col·lectiu Mujeres Periodistas del Mediterráneo. Cal ressaltar que és el primer Observatori sobre la professió a la Comunitat Valenciana pel que no cap una comparativa en l'evolució de les dades respecte a anys anteriors.

Malgrat açò, l'enquesta resulta summent important a l'hora de plasmar la situació actual i la incidència de la crisi en l'activitat periodística, tant en l'àmbit de redactors com de periodistes gràfics.

De les enquestes arreglades, el 54% corresponen a dones i el 46% a homes, la qual cosa ja ens avança una major presència del sexe femení que masculí en els mitjans de comunicació valencians. (Fig. 1).

Entre les enquestes rebudes, el 74,1% pertanyen a periodistes i el 17,8% a periodistes gràfics. (Fig. 2). Per distribució geogràfica, el

FIGURA 1. ATUR PER SEXES

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

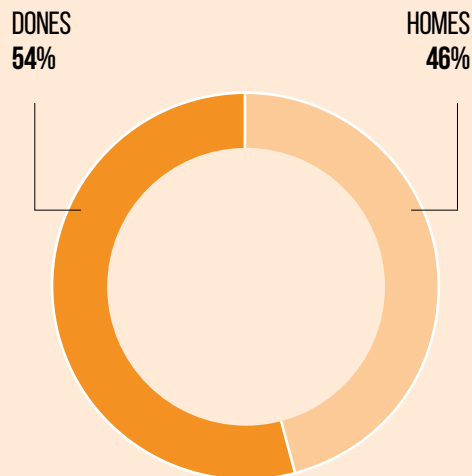


FIGURA 2. TREBALLE COM A PERIODISTA O PERIODISTA GRÀFIC?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

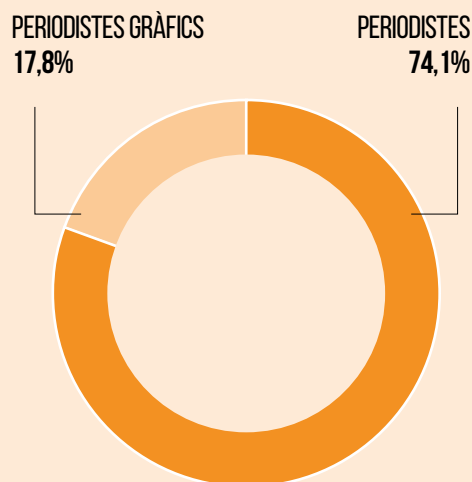
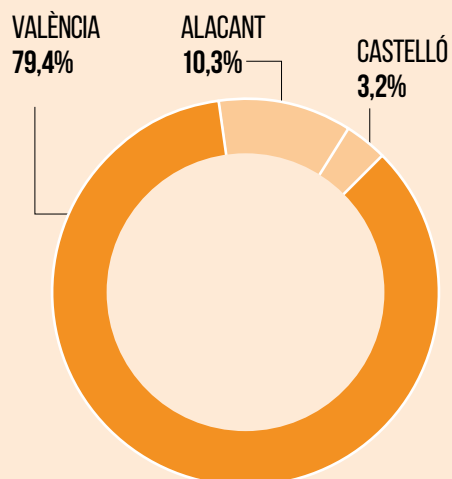


FIGURA 3. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



79,4% desenvolupen el seu treball a València, el 10,3% a Alacant, el 3,2% a Castelló i el 7,1% fora de la Comunitat Valenciana. (Fig. 3).

2.1. DADES D'ATUR

El 36,8% dels enquestats està en atur (fig. 4), una dada bastant superior a la nacional que se situa en el 25% segons la Federación Española de Asociaciones de Prensa (FAPE). El percentatge de l'enquesta coincideix, encara que és lleugerament superior a la dada extreta de l'informe realitzat per la Asociación de la Prensa de Alicante (APA), que situa l'atur entre els associats en un 30% des del començament de la crisi econòmica¹.

L'atur entre els enquestats per la Unió es perfila com de llarga durada ja que el 35,3% (fig. 5) fa més de dos anys que està aturat, i el gruix dels desocupats, un 31,5%, es va quedar sense treball a la franja d'edat considerada pels serveis d'ocupació com a crítica, -i que està en els 40 anys- seguida d'un 20,8% d'enquestats que van quedar a l'atur entre els 40 i els 50 anys (fig. 6), la ràtio d'inserció laboral més difícil. El 29,5% percep prestació per desocupació o subsidi (fig. 7).

Quant a l'experiència laboral prèvia al cessament de treball, hi ha un muntant important de professionals que s'han quedat

1- Enquesta de l'Observatori de l'APA sobre la situació professional i laboral en 2013.

FIGURA 4. TREBALLE ACTUALMENT?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

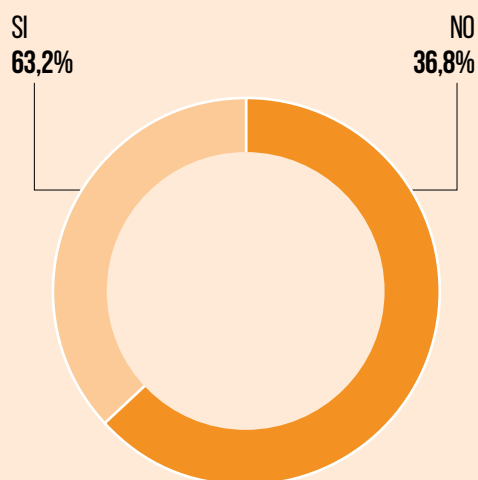


FIGURA 5. EN CAS DE NO ESTAR EN ACTIU, QUANT TEMPS PORTES DESOCUPAT?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

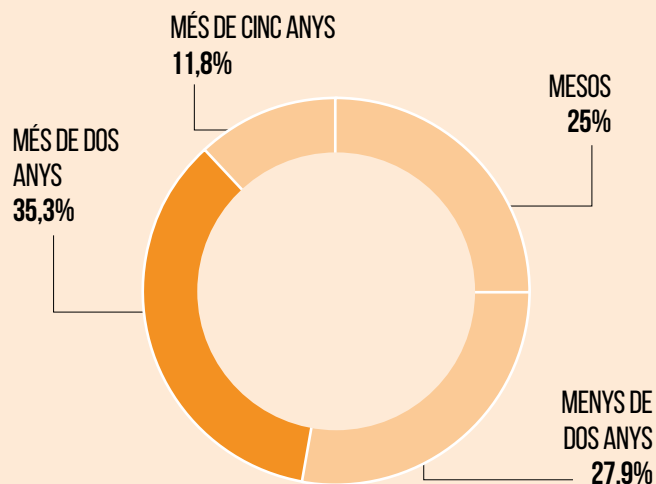


FIGURA 6. A QUINA EDAT T'HAS QUEDAT A L'ATUR?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

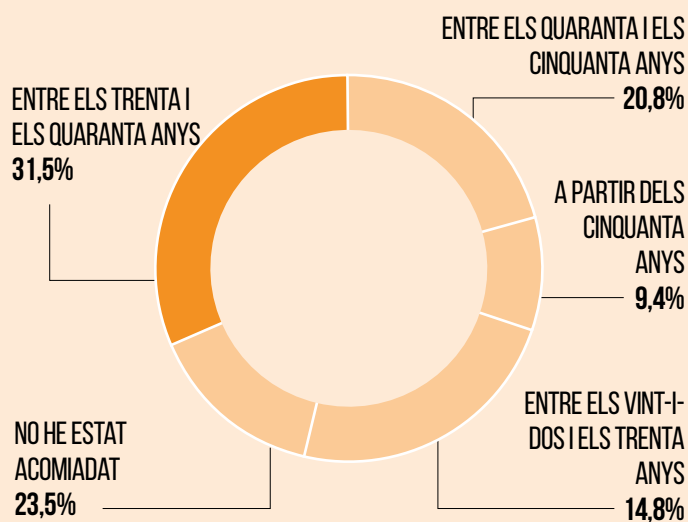


FIGURA 7. PERCEPS ATUR O SUBSIDI?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

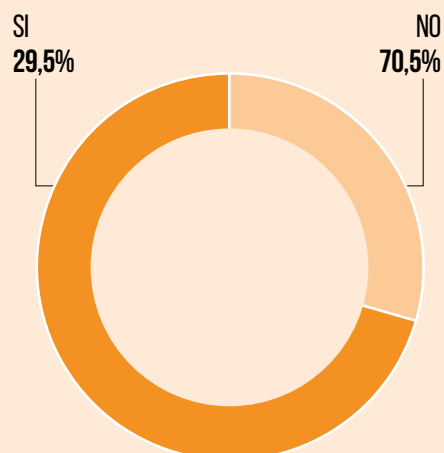
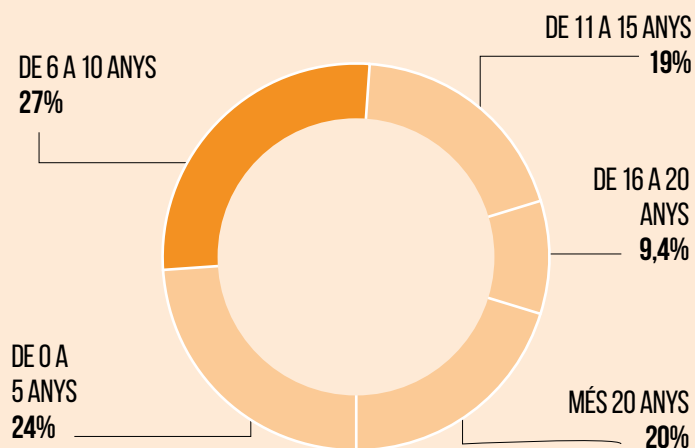


FIGURA 8. QUANT TEMPS PORTAVES A L'EMPRESA?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



**ELS DIFERENTS ESTUDIS SOBRE
EL SECTOR CONSIDEREN QUE ELS
PERIODISTES JOVES I ELS MÉS
VETERANS DE LES REDACCIONS
SÓN ELS MÉS PERJUDICATS
PELS ACOMIADAMENTS**

en atur després de portar 10 anys en actiu (27%), així com aquells que portaven més de 15 anys de cotització (19,5%). L'enquesta apunta a dos perfils més, els professionals que portaven entre 1 i 5 anys en l'empresa, que representen un 24%, i aquells que portaven més de 20 anys exercint, que suposen un 20% (fig. 8). Els diferents estudis sobre el sector consideren que els periodistes joves i els més veterans de les redaccions són els més perjudicats pels acomiadaments².

2- Secretaría de Acción Sindical de UGT. Gabinete Técnico. *Análisis del sector de los medios de comunicación 2015*.

2.2. ERO

El 55,1% dels enquestats s'ha vist afectat per algun ERO (fig. 9). El 27% portava entre 6 i 10 anys en l'empresa, però un altre 20% portava més de vint, el que suposa que aquest percentatge haja extingit la seua relació laboral en una edat propera a la jubilació, encara que referent a això, només un 1,3% diu haver viscut una prejubilació (fig. 10).

FIGURA 9. T'HAS VIST AFECTAT PER ALGUN ACOMIADAMENT IMPROCEDENT O ERO?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

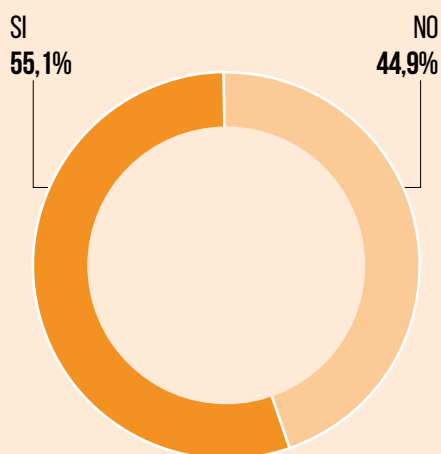
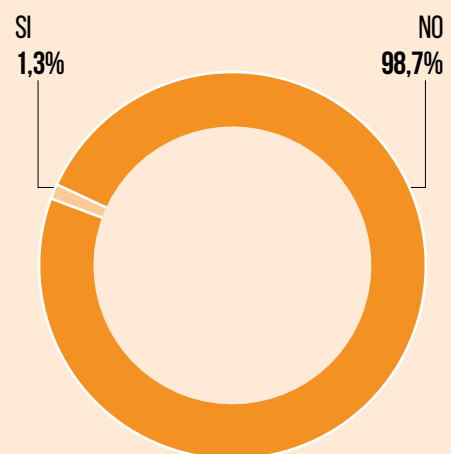


FIGURA 10. HAS VISCUT UNA PREJUBILACIÓ?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



2.3. NIVELL DE FORMACIÓ DELS PERIODISTES I PERIODISTES GRÀFICS ENQUESTATS

ls professionals mostren un alt perfil de formació que coincideix en xifra amb les dades que aporta la FAPE. D'entre els enquestats, el 86,9% afirma tenir estudis universitaris. D'aquest muntant, el 54,3% té una llicenciatura, el 4,9% el grau de Periodisme, el 20,1% estudis de màster i el 7,4% el doctorat. Un 8,7% indica tenir estudis de formació professional vinculats sobretot a la fotografia (fig. 11).

El perfil dels enquestats és, a més, de formació contínua. El 90,1% dels professionals indica que ha ampliat els seus estudis des de l'any 2007 (fig. 12), data que no només coincideix amb el començament de la crisi i amb un canvi de rol en les redaccions on el periodista realitza cada vegada més tasques, sinó també amb el moment d'irrupció de les noves tecnologies que requereixen una formació dels professionals del sector. D'aquesta manera, el 31,9% dels periodistes indica haver ampliat la seua formació en Noves Tecnologies, i un altre 31,3% en xarxes socials (fig. 13).

FIGURA 11. NIVELL DE FORMACIÓ

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

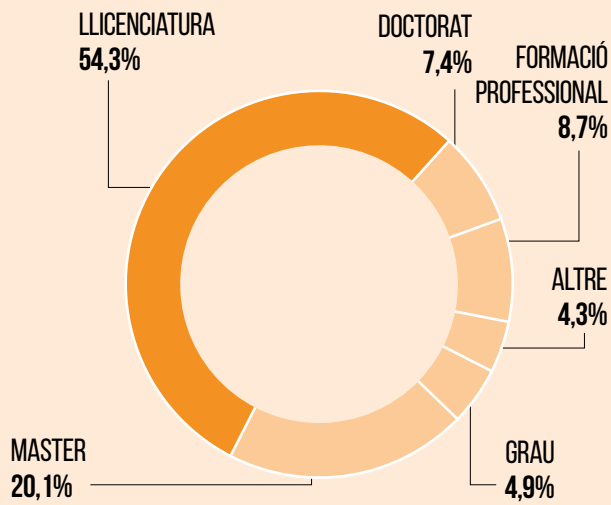


FIGURA 12. DES DE L'ANY 2007 HAS HAGUT D'AMPLIAR LA TEUA FORMACIÓ?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

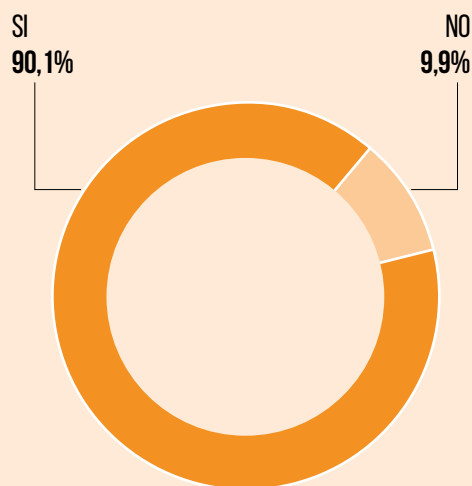
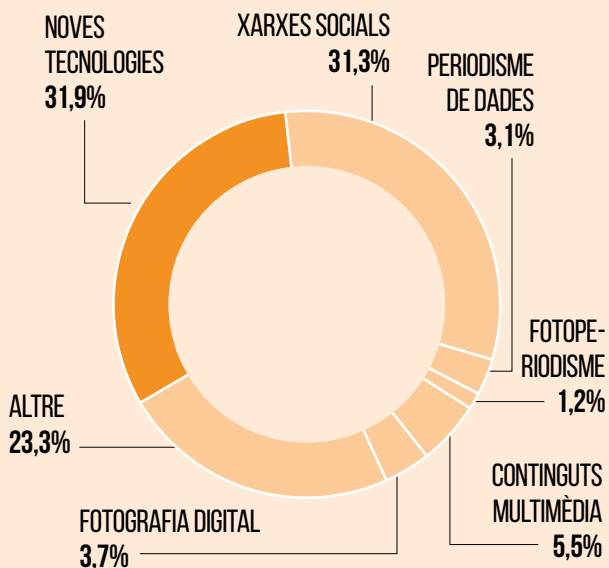


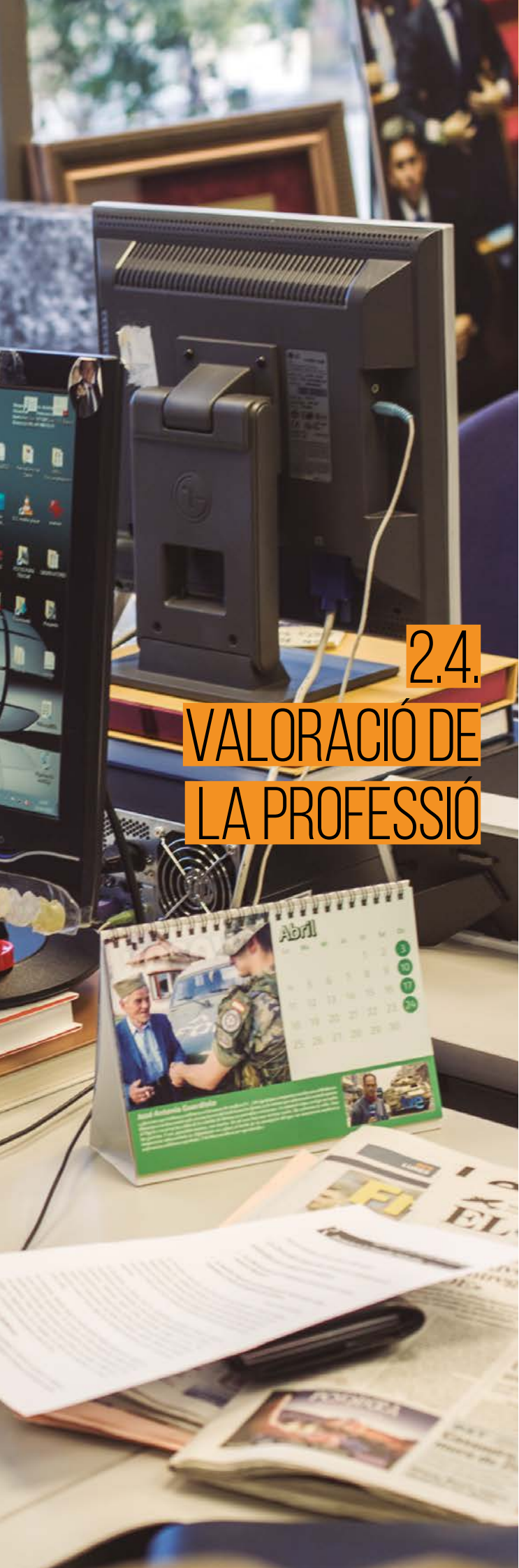
FIGURA 13 EN QUINA MATÈRIA HAS AMPLIAT LA TEUA FORMACIÓ?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



**ELS PROFESSIONALS MOSTREN
UN ALT PERFIL DE FORMACIÓ QUE
COINCIDEIX EN XIFRA AMB LES
DADES QUE APORTA LA FAPE**





2.4. VALORACIÓ DE LA PROFESSIÓ

El desencant dels enquestats es reflecteix en el nombre de professionals que canviarien d'activitat si tingueren l'ocasió.

De les respostes arreplegades es conclou que quasi la meitat, el 46,7% estaria disposat a abandonar la professió, enfront del 53,3% que no s'ho planteja. (Fig. 14). Evidentment, les condicions laborals i la falta d'estabilitat són raons de pes per a sentir-se desil·lusionats. La xifra és bastant eloqüent si tenim en compte que un 65,7% considera que no té estabilitat laboral, enfront del 34,3% que pensa en positiu. (Fig. 15).

Els enquestats responen majoritàriament que la consolidació del lloc de treball es va produir abans de l'inici de la crisi. En concret, un 42%, seguit pel 29,6% que la van aconseguir entre 2007 i 2014. Aquesta mateixa dada es veu reduït al 18,5% quan es tracta de consolidar el lloc en l'actualitat. (Fig. 16)

Els professionals que segueixen en actiu des de l'inici de la crisi han vist modificada la seua relació laboral en un 51,9%. (Fig. 17), en passar a exercir com a col·laborador, freelance, autònom o amb contracte temporal. (Fig.18).

FIGURA 14. SI TINGUERES POSSIBILITAT, CANVIAREIES DE PROFESSION?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

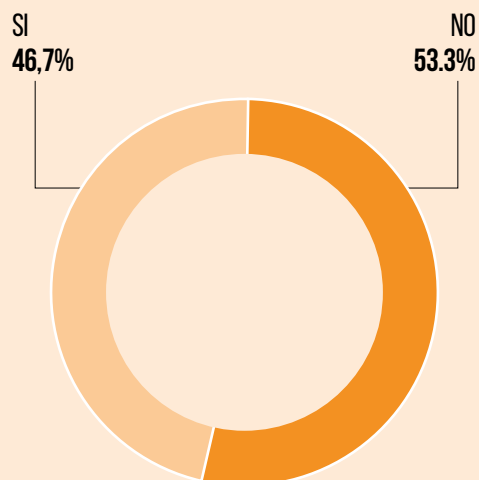


FIGURA 15. CONSIDERAS QUE TENS ESTABILITAT LABORAL?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

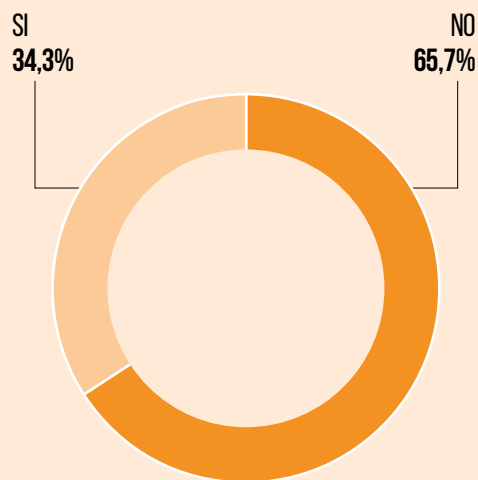


FIGURA 16. SI TENS ESTABILITAT LABORAL, QUAN VAS ACONSEGUIR-LA?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

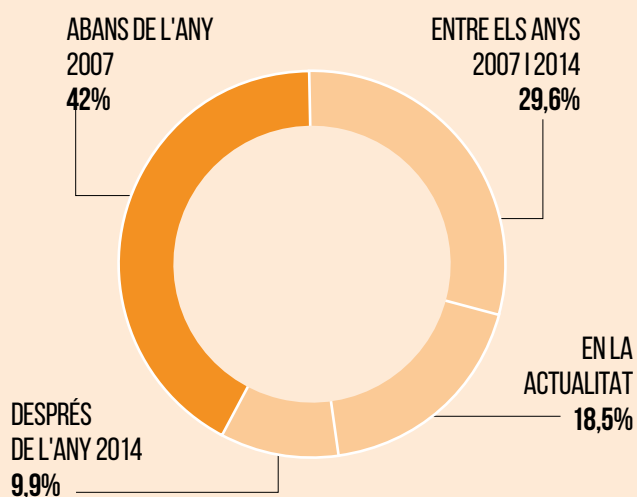


FIGURA 17. EN CAS DE SEGUIR EN ACTIU, DES DE L'ANY 2007, LA TEUA CATEGORIA LABORAL HA SIGUT MODIFICADA?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

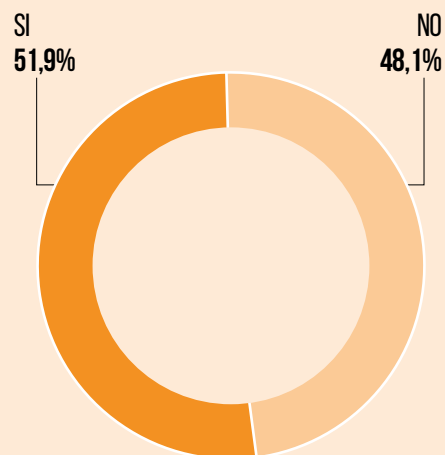


FIGURA 18. SI LA TEUA CATEGORIA LABORAL HA VARIAT, COM HA SIGUT?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

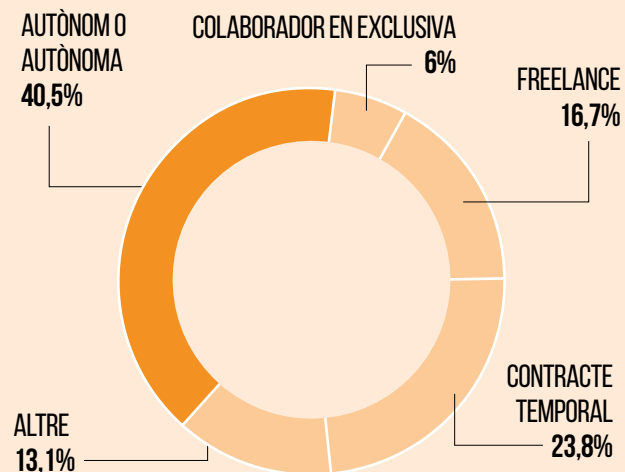
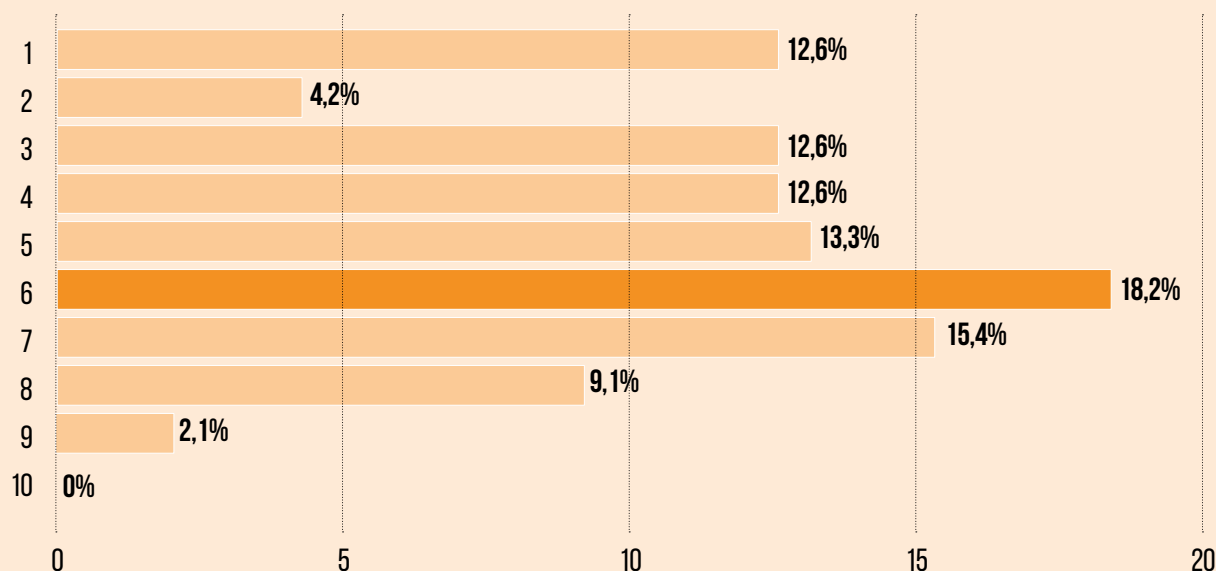


FIGURA 19. COM CONSIDERES EL TEU SALARI? VALORA DEL 1 AL 10, SENT L'1 LA VALORACIÓ MÉS BAIXA I 10 LA MÉS ALTA.
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



**EL DESENCANT DELS
ENQUESTATS ES REFLECTEIX
EN EL NOMBRE DE
PROFESSIONALS QUE
CANVIARIEN D'ACTIVATAT
SI TINGUEREN L'OCASIÓ**

Pel que fa a la valoració dels salaris que realitzen els enquestats, se'ls va plantejar una puntuació de l'1 al 10, sent l'1 la valoració més baixa i 10 la més alta. Del sondeig es desprén que el percentatge més gran, un 18,2% ho aprova amb una qualificació de sis, seguit per els qui van puntuar amb un set que representa el 15,4%. Per sota, és a dir, amb un 1, es comptabilitza el 12,6%, mentre la puntuació més alta, un 10, no rep cap reconeixement. (Fig. 19).

2.5. CONDICIONS LABORALS

es mesures adoptades per les empreses han incidit de ple en les condicions laborals dels treballadors. Un 71,7% (fig. 20) reconeix aquesta precarietat que es concreta en reducció de salaris, segons manifesta un 57,9%. Un altre 22,4% assenyala una major càrrega de treball i un 3,9% considera que li afecta en els desplaçaments. (Fig. 21). Un altre aspecte que ha provocat la crisi és que un 44,5% afirma haver hagut de desplaçar-se a un altre lloc geogràfic per a trobar treball en el sector. (Fig. 22).

A través de l'enquesta hem volgut conèixer altres aspectes relacionats amb les conseqüències que pogueren derivar de situacions per baixa o embaràs. En aquest sentit, quasi la meitat, el 48,3% ha temut en alguna ocasió per les seues condicions laborals per malaltia. (Fig. 23). En el cas de les dones, se'ls va preguntar si en cas d'embaràs, l'empresa havia pres algun tipus de mesura negativa. Un 17,6% va respondre afirmativament. (Fig. 24).

FIGURA 20. EN CAS DE MANTIDRE EL TEU TREBALL, HAS VIST REDUÏDES O PERJUDICADES LES TEUES CONDICIONS LABORALS?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

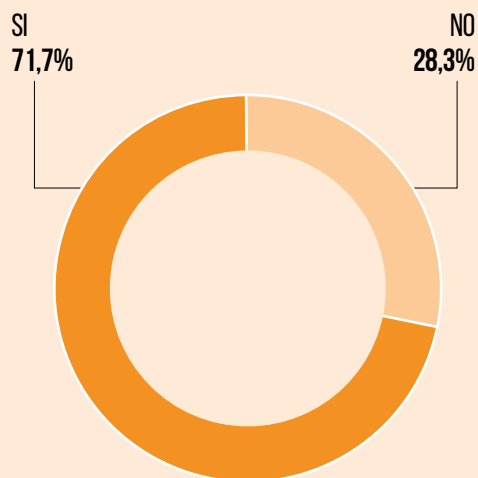


FIGURA 21. COM S'HA VIST REDUÏDES O PERJUDICADES LES TEUES CONDICIONS LABORALS?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

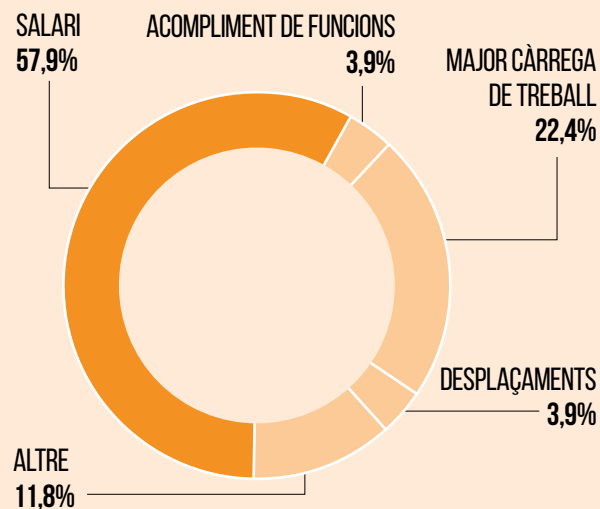


FIGURA 22. HAS HAGUT DE MOURE'T GEOGRÀFICAMENT PER PODER TREBALLAR AL SECTOR?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

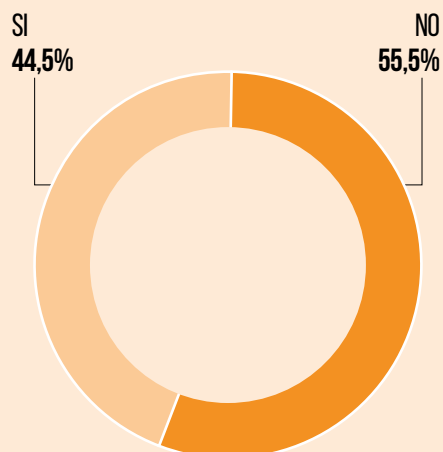


FIGURA 23. EN CAS DE MALALTIA, HAS TEMUT PER LES TEUES CONDICIONS LABORALS?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

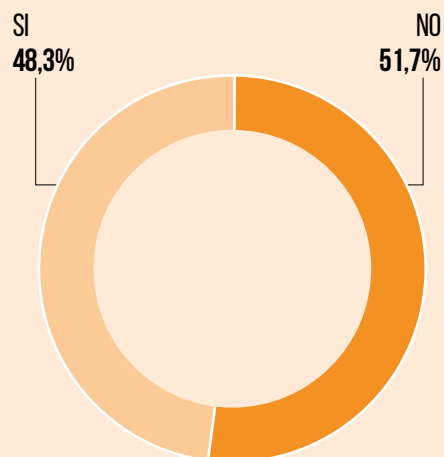
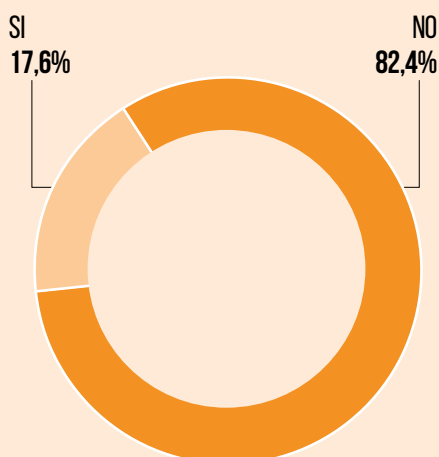


FIGURA 24. EN CAS D'EMBARÀS, L'EMPRESA HA PRES ALGUNA MESURA QUE ET PERJUDICARA?
 FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



2.6. LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ

En quina mesura les condicions laborals afecten al lliure desenvolupament del periodista és un altre punt que l'enquesta arreplega. Un percentatge important (72,7%) considera que sí es veu condicionada la seua llibertat d'expressió. (Fig. 25). I quan se li pregunta fins a quin punt, la percepció dels enquestats és «molt», en un 71,3%. (Fig. 26).

També hem volgut arreplegar la qüestió idiomàtica a l'hora d'accedir a un lloc de treball. Un 13,1% afirma haver suposat un inconvenient el nivell de coneixement del valencià, enfront d'un 86,9% que no va tenir cap problema. (Fig. 27). El sondeig arreplega també que un 76,1% té la possibilitat d'utilitzar el valencià com a eina de treball. (Fig. 28).

FIGURA 25. CREUS QUE LES CONDICIONS LABORALS AFECTEN A LA TEUA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ I A LA DEONTOLOGIA?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

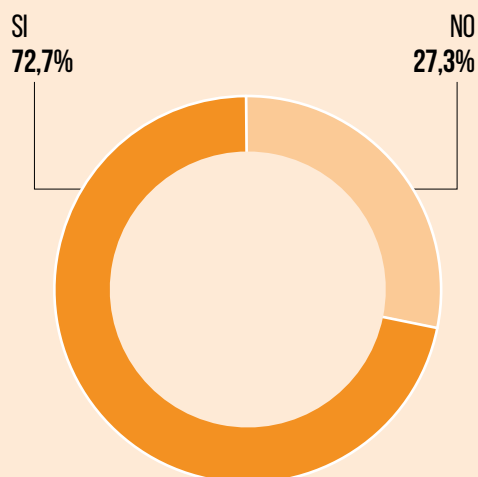


FIGURA 26. FINS A QUIN PUNT LES CONDICIONS LABORALS AFECTEN A LA TEUA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ I A LA DEONTOLOGIA?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

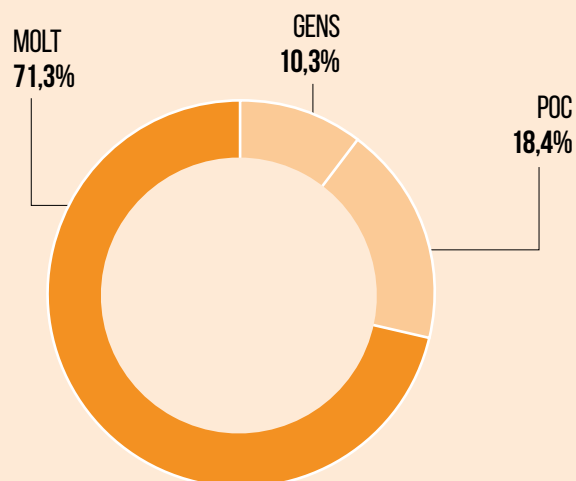


FIGURA 27. EL CONEIXEMENT O NIVELL DE VALENCIÀ HA SUPOSAT UN INCOVENIENT A L'HORA D'OPTAR A UN LLOC DE TREBALL?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

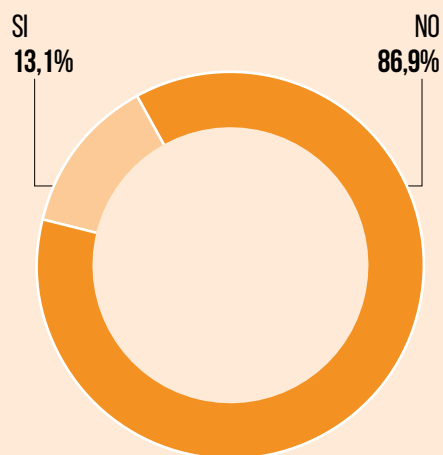
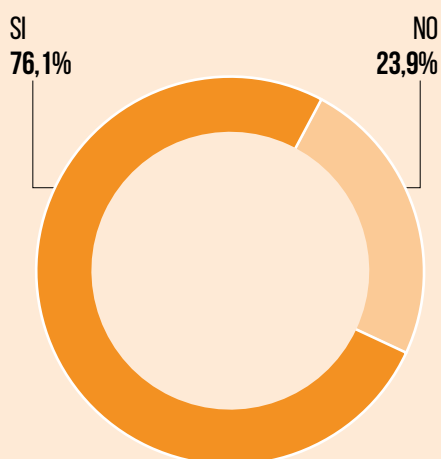


FIGURA 28. TENS POSSIBILITATS D'UTILITZAR EL VALENCIÀ COM EINA DE TREBALL?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



2.7. DISTRIBUCIÓ EMPRESARIAL

Un dels ítems analitzats en l'enquesta arreplega les empreses de comunicació en les quals treballen els enquestats. El resultat posa de manifest que presten els seus serveis en 52 empreses diferents en tot l'àmbit de Comunitat Valenciana. A més de les clàssiques apareixen altres mitjans de menor implantació però amb presència en els canals informatius. Entre les primeres cal citar Levante-EMV, Las Provincias, El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, La Razón, Cadena SER, Onda Cero o Cope; agències com EFE o Europa Press; RTVV, RTVE, Tele 5, a més de mitjans digitals.

Un nombre important de professionals afirmen treballar en gabinets de comunicació, tant privats com a institucionals. També apareixen reflectits altres mitjans que es van obrint pas en el mercat de la comunicació com Valencia Plaza, El Periódico de Aquí, El Punt, Avui, La Veu del País Valencià, InfoTV (productora) o TV Mediterráneo, així fins a completar els 52 mitjans de

comunicació en els quals afirmen treballar els enquestats.

L'Observatori que presentem ha comptat amb la participació d'un ampli ventall de professionals amb categories laborals molt variades. En aquest sentit, cal citar periodistes amb càrrecs de responsabilitat com a directors, director-gerent, directora de projecte, directora de comunicació, redactors en cap, caps de secció, directora d'editorial o cap d'informatius. També trobem a un important nombre de redactors i fotoperiodistes al costat de periodistes dedicats a la docència, reporters, redactor-locutor, cap de fotografia, creació de continguts, periodista col·laborador, corresponsal freelance, operador de càmera o realitzador, entre d'altres.

**EL RESULTAT POSA DE MANIFEST
QUE PRESTEN ELS SEUS SERVEIS EN
52 EMPRESES DIFERENTS EN TOT
L'ÀMBIT DE COMUNITAT VALENCIANA**

2.8. ELS PROFESSIONALS MÉS JOVES

U L'enquesta indica que malgrat la crisi, els joves periodistes que van finalitzar els seus estudis després de l'any 2007 han pogut trobar treball en el sector. En concret un 55,6% (fig. 29), ha aconseguit trobar una primera ocupació, dels quals un 35,6% diu tenir un contracte indefinit (fig. 30). La dada que fins a cert punt pot resultar optimista es difumina amb els alts percentatges de precarietat en aquest tram de treballadors, on un 20% indica tenir contracte temporal, i un altre 24,4% assenyala estar amb un contracte en pràctiques.

Aquestes relacions laborals van parelles a sous més baixos que de la resta de redactors i a categories laborals inferiors a les reals, tal com assenyalen els enquestats més joves. Bastants entrevistats denuncien l'explotació per part de les empreses de la figura dels becaris que realitzen labors iguals que la resta de la redacció i que poden arribar a tenir aquesta condició durant dos o tres anys i, fins i tot, una vegada finalitzada la formació.

FIGURA 29. EN CAS D'HABER FINALITZAT ELS ESTUDIS DESPRÉS DE L'ANY 2007, HAS POGUT OBTINDRE TREBALL AL SECTOR?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

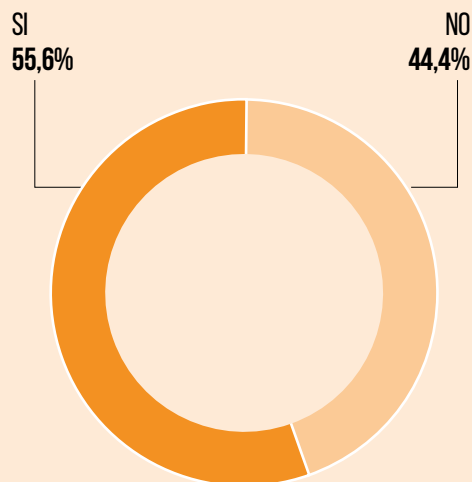
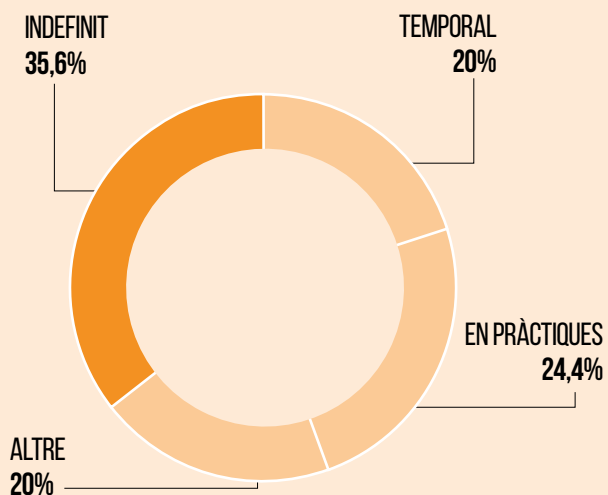


FIGURA 30. SI VAS POGUT OBTINDRE TREBALLA, COM ÉS EL TEU CONTRACTE?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



**BASTANTS ENTREVISTATS
DENUNCIEN L'EXPLOTACIÓ PER
PART DE LES EMPRESES DE
LA FIGURA DELS BECARIS QUE
REALITZEN LABORS IGUALS QUE
LA RESTA DE LA REDACCIÓ**



tre servef d'ocupació valencià



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA D'ECONOMIA,
HISENDA I OCUPACIÓ



3. DADES D'ATUR DELS PROFESSIONALS EN EL SERVEF

Les dades de periodistes i periodistes gràfics inscrits com a demandants d'ocupació s'han obtingut a partir d'informes elaborats pel gabinet tècnic del Servei Valencià d'Ocupació i Formació (SERVEF), així com de les estadístiques publicades pel Servicio de Ocupación Pública Estatal (SEPE), i les recopilacions que anualment va fent la Asociación de la Prensa de Madrid en els seus informes sobre la professió periodística.

Com a nota metodològica del propi SERVEF cal assenyalar que els criteris estadístics per al mesurament de l'atur registrat es corresponen amb el nombre de demandes d'ocupació en les oficines públiques l'últim dia del mes, excloent-se els següents col·lectius: demandants inscrits sense disponibilitat (perquè sol·liciten serveis aliens a l'ocupació, sol·liciten autoocupació o tenen la demanda suspesa), i els demandants d'ocupació no parats (pensionistes, demandants amb un altra relació laboral, autònoms, estudiants menors de 25 anys o majors de 25 a la recerca de la primera ocupació, contractats a temps parcial o persones

que busquen treball fora de la Comunitat, entre uns altres).

A causa de la impossibilitat de conèixer el nombre de periodistes i periodistes gràfics que poden trobar-se en les dues situacions a dalt esmentades, ja que no queden reflectides en les estadístiques del SERVEF, les dades ací mostrades es refereixen exclusivament als professionals que es troben en atur. Per això s'han posat dues limitacions a la cerca de demandants: la situació administrativa de la persona, és a dir, si està donat d'alta com a demandant o puga tenir una suspensió temporal per estar fent un curs, per exemple, i la situació laboral, que és la d'aturat³.

3- Si tenim en compte tot el sector d'informació i comunicacions, 2015 ha tancat amb 5.726 aturats a la Comunitat Valenciana, segons dades del SERVEF.

3.1. ATUR REGISTRAT PER OCUPACIÓ I TITULACIÓ

Amb aquestes dades, febrer de 2016 tancava amb 1.129 periodistes en atur, dins dels quals estan: crítics d'art, mitjans de comunicació i espectacles, periodistes, redactors de premsa, ràdio i televisió i redactors/correctors d'editorial. La xifra de fotoperiodistes o “reporters i/o informadors gràfics”, tal com tipifica el SERVEF aquesta categoria, és de 158. (Fig.31 i fig. 33).

A més, el SERVEF contempla la variable de titulació com un altre criteri de recerca. D'aquesta manera els periodistes aturats que acrediten posseir la titulació de periodisme sumen un total de 848, (fig. 32) entre els quals les dones (586) suposen quasi el 70%. En la segona figura apareixen únicament titulats periodistes, tant de llicenciatura com de grau, ja que no s'ha facilitat una categoria de titulació de periodistes gràfics expressament.

FIGURA 31. PERIODISTES I PERIODISTES GRÀFICS ATURATS A DATA DE 19 DE FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF.

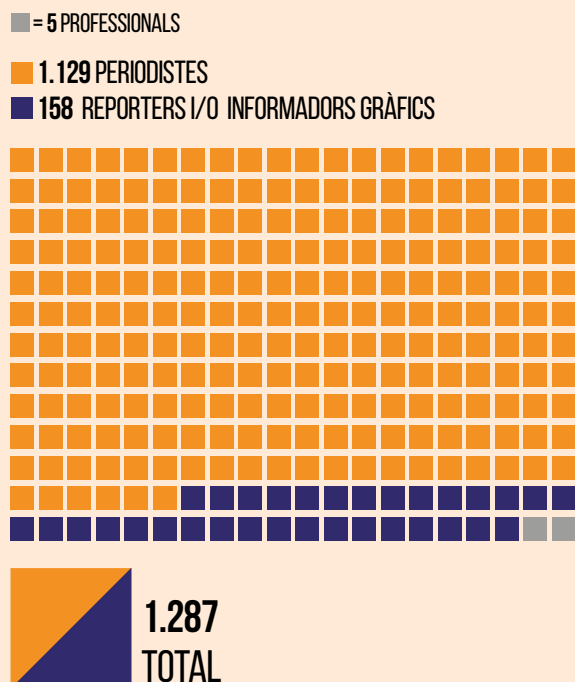


FIGURA 32. PERIODISTES TITULATS EN ATUR AL FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF

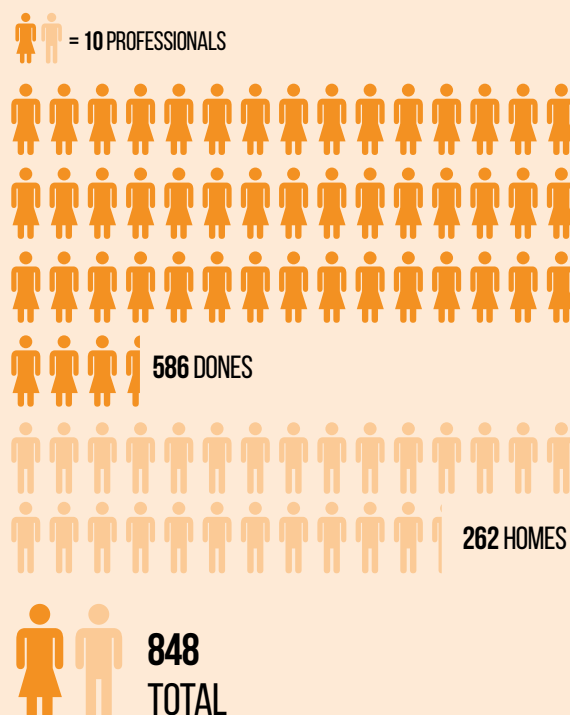
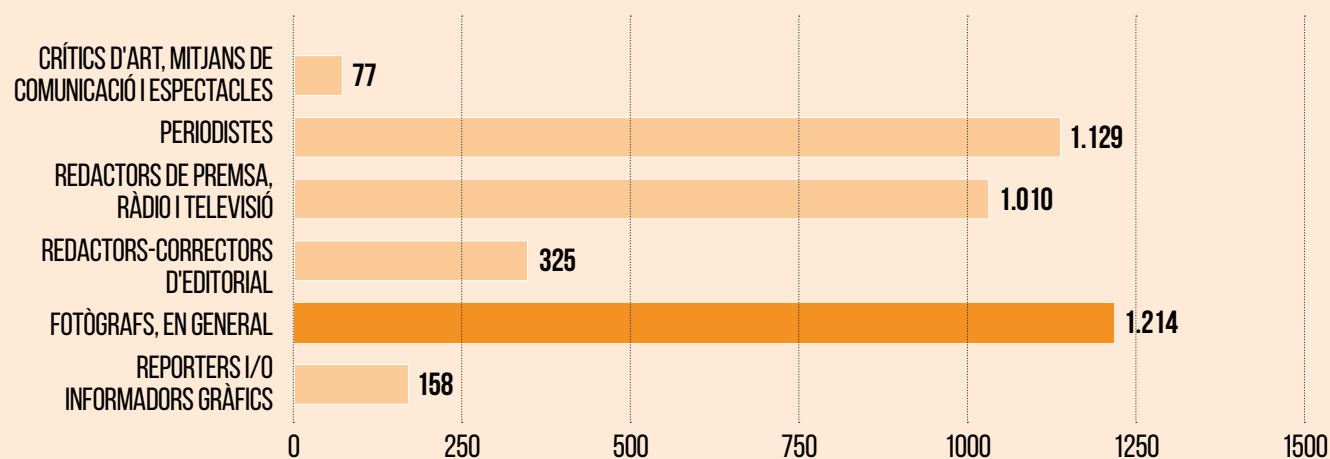


FIGURA 33. TIPIFICACIÓ DE CATEGORIES D'OcupACIÓ EN EL SECTOR PREMSA QUE UTILITZA EL SERVEF. DADES CORRESPONENTS AL MES DE FEBRER DE 2016. EL GRUP «PERIODISTES» ÉS EL BAREM DEL NOMBRE D'ATURATS.
FONT: SERVEF



3.2.

ATUR REGISTRAT PER SEXE I PER PROVÍNCIES

es dones suposen les dues terceres parts dels periodistes aturats, 722 d'un total de 1.129 (el 64%). És una xifra idèntica que la que es registra a nivell nacional (fig 34).

En el cas dels periodistes gràfics, l'atur femení arriba al 33% de la xifra de 158 professionals. Es important assenyalar que l'ofici a la Comunitat Valenciana està molt masculinitzat, la qual cosa implica que aquesta dada es considere com a alta (fig. 35).

Si observem la distribució de l'atur segons les tres províncies de la Comunitat (figures 36 i 37): València aglutina a més del 67% d'aturats (755), seguida d'Alacant (286) amb un 25%, i de Castelló (88) amb un 8% (fig. 36). En el cas dels periodistes gràfics, a València l'atur arriba al 62% (98), a Alacant un 29% (46), i a Castelló un 9% (14). (Fig. 37).

Si considerem la variable de titulats (fig. 38), la distribució de desocupació és pràcticament igual amb un 69% a València (588), un 25% Alacant (209) i un 6% a Catelló (51).

FIGURA 34. PERIODISTES ATURATS EN ALTA O SUSPENSÍO PER SEXE A LA COMUNITAT AL FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF

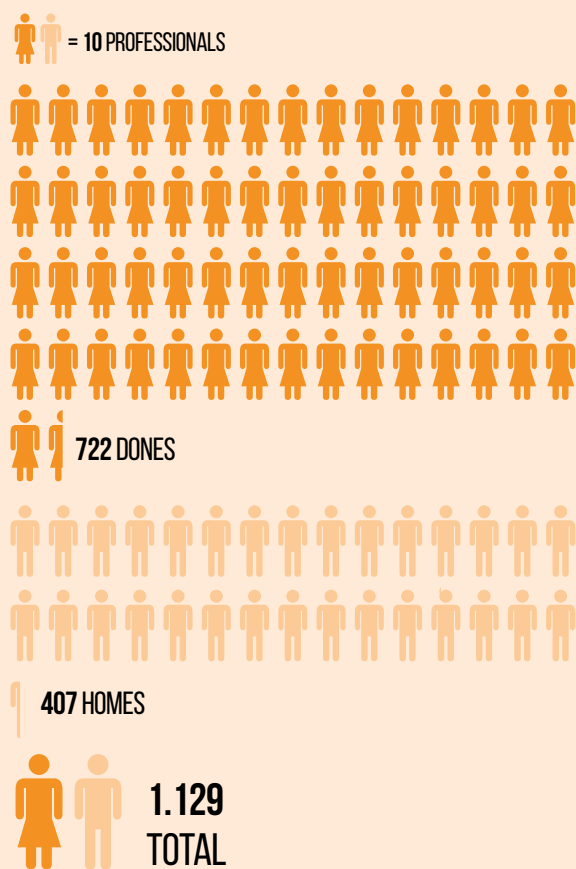


FIGURA 35. PERIODISTES GRÀFICS ATURATS EN ALTA O SUSPENSÍO PER SEXE A LA COMUNITAT AL FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF

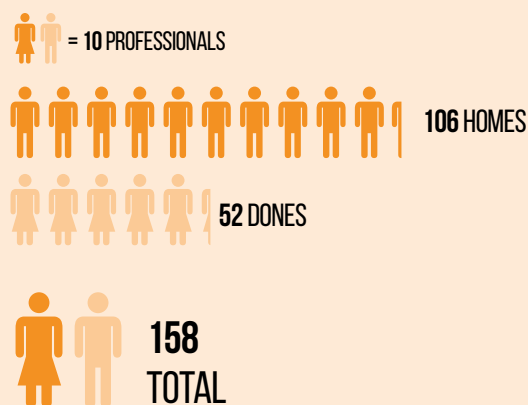


FIGURA 36. DISTRIBUCIÓ DE PERIODISTES ATURATS PER PROVÍNCIES AL FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF

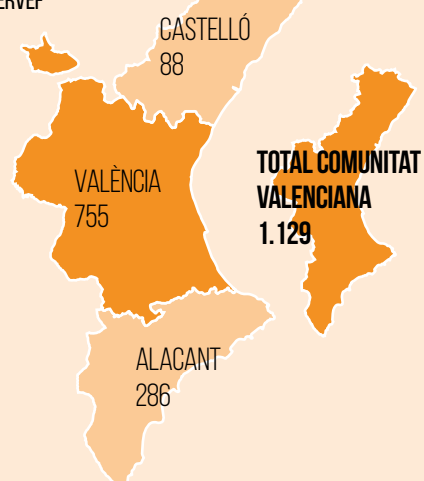


FIGURA 37. DISTRIBUCIÓ DE PERIODISTES GRÀFICS ATURATS PER PROVÍNCIES AL FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF



FIGURA 38. ATURATS EN ALTA O SUSPENSÍO QUE ACREDITEN LA TITULACIÓ DE PERIODISME PER PROVÍNCIES AL FEBRER DE 2016
FONT: SERVEF



3.3.

REGISTRE HISTÒRIC D'ATUR ENTRE PERIODISTES I PERIODISTES GRÀFICS (2007-2015)

l'elaboració de les dades d'atur corresponents al tram d'anys que va de 2007, inici de la crisi, fins a l'actualitat s'ha obtingut de dues fonts. En primer lloc cal indicar que a partir de març de 2009, les dades dels demandants parats del SERVEF passen a correspondre's amb la nomenclatura de la base de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 (CNAE 2009), la qual cosa ha suposat una modificació de la distribució dels sectors d'activitat econòmica. Això afecta a la lectura de les dades de periodistes demandants d'ocupació prèvia a l'any 2009, i per a la seua obtenció s'ha recorregut al arxiu històric dels informes de la professió de la Asociación de la Prensa de Madrid dels anys 2007, 2008 i 2009.

Com a segon punt, cal assenyalar que les dades procedents d'aquesta font corresponen als mesos de setembre, mentre que les xifres extretes de la base de SERVEF es llegeixen a la fi del mes de desembre de cada any. Hem considerat que la mostra de dades, encara que varia lleugerament en alguns anys, segueix

FIGURA 39. EVOLUCIÓ D'ATUR ENTRE PERIODISTES I PERIODISTES GRÀFICS
FONT: SERVEF I ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID.

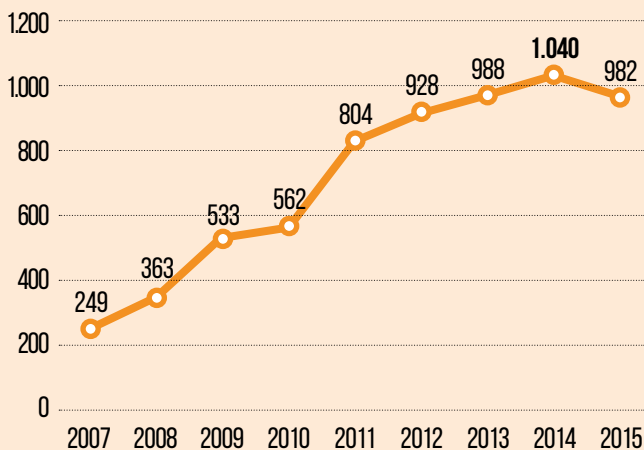


FIGURA 40. EVOLUCIÓ D'ATUR ENTRE HOMES I DONES
FONT: SERVEF I ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID.

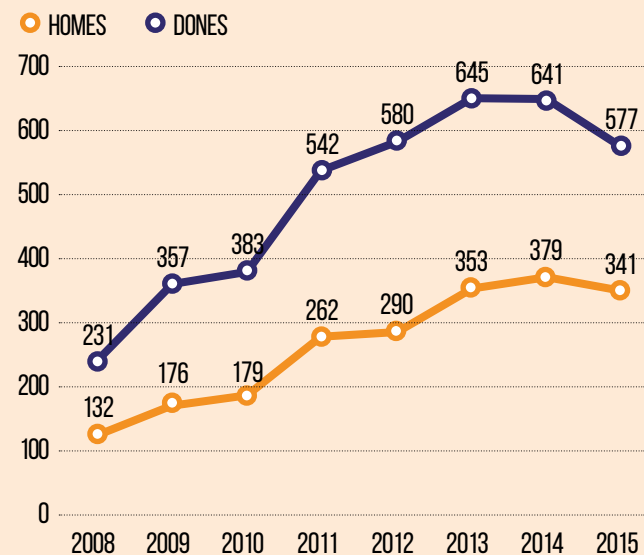
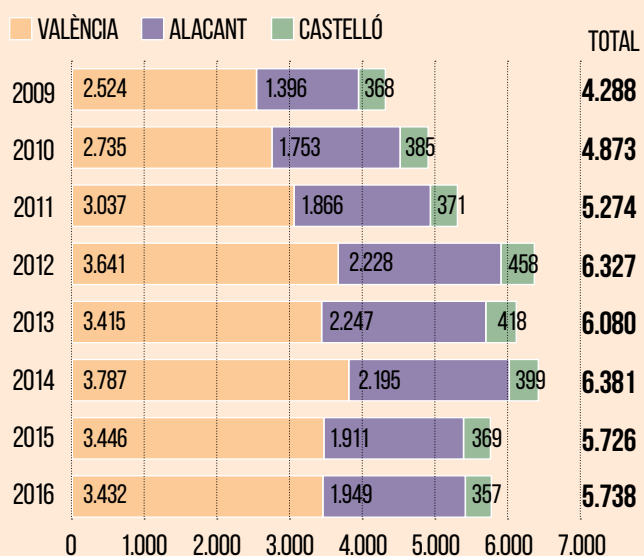


FIGURA 41. EVOLUCIÓ D'ATUR EN EL SECTOR INFORMACIÓ I COMUNICACIÓ PER PROVÍNCIES DE LA COMUNITAT VALENCIANA.
FONT: SERVEF



sent molt representativa a l'hora d'observar l'evolució de l'atur en la professió al llarg del període plasmat, (fig. 39).

En el tram d'anys de 2007, amb taxes baixes d'atur, a 2014, punt àlgid de registre d'aturats en el sector, el nombre de periodistes demandants puja dels 249 als 1.040. Les dades de l'any 2015 mostren una lleu recuperació d'ocupació amb la baixada d'aturats a 982, un 5,5% (fig. 39).

Pel que fa a l'evolució de l'atur per sexes, observem que la desocupació entre dones és quasi el doble respecte dels homes, i és una constant al llarg de tot el tram temporal representat, superant en els anys 2012 i 2013 en un 50% i un 45,5% la desocupació masculina (fig. 40).

És interessant observar també el gràfic històric de la destrucció d'ocupació en el sector d'informació i comunicació (fig.41). Les xifres en aquest cas pugen fins als 6.383 aturats l'any 2014, la qual cosa demostra la profunda ferida que ha fet la crisi en la indústria periodística i de comunicació a la Comunitat.





4.

FOTOPERIODISTES

a informació relativa a les condicions laborals dels fotoperiodistes de la Comunitat Valenciana s'ha obtingut de dades recopilades des de les empreses de comunicació on treballen i a partir d'entrevistes personals. La primera característica a destacar és que la gran majoria de periodistes gràfics treballa com a autònom o freelance dins de la categoria de “col·laboradors” dels mitjans de comunicació. Aquesta tendència cap a l’“autonomització” va començar a donar-se bastant abans que en la resta de perfils del sector. Així, ja l'any 2007, amb els primers símptomes de la crisi, aquests professionals es van veure abocats a treballar pel seu compte.

Segons es desprén de les xifres dels diferents expedients de regulació analitzats en aquest estudi, l'any 2004 podien comptabilitzar-se aproximadament 60 fotògrafs contractats en els diferents periòdics i agències, mentre que en l'actualitat, els periodistes gràfics amb contracte no arriben a ser 15 en tota la Comunitat Valenciana. Amb el tancament de les delegacions dels grans mitjans, però també amb els reajustaments de la premsa regional i local, els fotoperiodistes han passat a ser autònoms.

4.1.

CAP A

L'AUTONOMITZACIÓ

El primer efecte d'aquesta “autonomització” forçosa desemboca en la indefensió legal que travessa el gremi, tal com assenyalen els afectats. En ser autònoms no poden acollir-se als convenis de treballadors de les empreses. Els resulta molt difícil reclamar certs drets o protecció laboral per ser figures externes a la redacció que, no obstant això, en la majoria dels casos treballen constantment braç a braç amb els seus companys contractats.

Aquesta situació d'alienació crea un estat de desprotecció en aquests professionals. Consideren també ser els que més temen a agafar baixes laborals perquè no estan coberts més que per la seua condició de treballadors per compte propi. D'açò es desprén que la gran majoria de professionals autònoms declara sofrir estrés per la sobrecàrrega de treball, l'encadenament de jornades laborals desproporcionades, amb equip propi en la majoria dels casos, i a canvi de tarifes cada vegada més baixes.

4.2.

TARIFES A LA BAIXA

Pel que fa a les tarifes, en els últims set anys no s'han millorat els preus estimats sinó més aviat el contrari. Entre el marge de tarifes estan les cobertures d'un tema determinat a 25 euros bruts (el que suposa dues hores de treball), o el cobrament

per peça, una pràctica més comú en les agències on el preu oscil·la entre els 15 euros bruts per fotografia i els 110 euros per encàrrecs que superen set imatges publicades. Molts mitjans fan distinció entre si la fotografia va a ser publicada en paper (50 euros bruts) o en la web (30 euros), rebaixant quasi a la meitat el preu en aquest últim cas, a pesar que el treball pel fotoperiodista ha sigut el mateix.

Alguns mitjans arriben a pactar no pagar al professional si finalment la fotografia no ix publicada, encara que haja anat a cobrir aquesta informació, mentre que uns altres contemplen preus tancats per reportatge, cobertura especial o si la fotografia va en portada del mitjà.

En cap dels casos citats en el paràgraf anterior, i en cap dels mitjans consultats a excepció d'un, es paguen drets de reproducció o arxiu, a pesar que, des d'una perspectiva legal, l'autor de la fotografia autoritza la seua publicació, però no la seua cessió, cosa que ignoren la majoria de les empreses.

4.3.

CONDICIONS
LABORALS

ls fotoperiodistes autònoms, en ser professionals que en la seua majoria compten amb una formació de grau mitjà i superior però no amb una llicenciatura, no poden obtenir un carnet de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE). Això suposa que en moltes cobertures, sobretot a l'estranger, on es precisa un carnet de premsa internacional, tinguen dificultats per acreditar-se com a professionals, ja que en la majoria d'ocasions, al no ser contractats, tampoc compten amb el carnet del mitjà pel qual realitzaran el treball, i que els donaria una cobertura legal⁴.

En el cas dels fotoperiodistes contractats per mitjans, la situació es similar a la dels seus companys periodistes en plantilla, marcada per reduccions salarials i l'assumpció de noves responsabilitats, majorment vinculades a l'edició de la fotografia, en desaparèixer la figura d'editor d'imatge de les redaccions.

Un altre element que s'ha imposat entre els fotògrafs contractats és l'exclusivitat que impedeix al professional realitzar feines fora

4- La Unió de Periodistes Valencians demana als associats acreditar almenys cinc anys d'experiència en els mitjans per poder obtindre el carnet. Aquesta associació ha instat a la FAPE en diversos casos a acceptar als seus membres que no podien demostrar tenir una llicenciatura però que tenen acreditada trajectòria professional a la Comunitat.

**SI PARLEM DE LES
CONDICIONS ECONÒMIQUES
DELS FOTOPERIODISTES, LA
PLURIOCCUPACIÓ ÉS LA TÒNICA
HABITUAL, MENYS PELS QUE TENEN
LA CLÀUSULA D'EXCLUSIVISTAT**

de l'empresa per a la qual treballa. Es tracta d'una clàusula més que qüestionable per a salaris mileuristes, que en molts casos no són suficients per arribar a final de mes.

Respecte a la taxa d'atur en aquest gremi, és difícil donar amb una xifra exacta perquè no existeix un epígraf específic per a periodistes gràfics o fotoperiodistes en els serveis d'ocupació, tot i que el SERVEF documenta en 158 els “reporters o informadors gràfics” aturats que al·leguen com a primera alternativa aquesta ocupació⁵.

Si parlem de les condicions econòmiques dels fotoperiodistes, la pluriocupació és la tònica habitual (menys pels que tenen la clàusula d'exclusivitat amb les empreses). El més comú és cobrir actes, cerimònies nupcials, però cada vegada més, fotografia per als gabinets de premsa d'empreses alienes al periodisme i vinculades a les institucions.

5- A més dels aturats, el SERVEF assenyala 1.214 “fotògrafs, en general” apuntats al servei de demanda d'ocupació.

4.4.

MENYS PRESENTS EN ELS MITJANS I MÉS EN ELS GABINETS

Una de les reflexions més preocupants que trasllada el gremi és que paral·lelament a la pèrdua d'ocupació en els mitjans de comunicació tradicionals, creix la demanda de treball en la branca de la comunicació corporativa. Aquesta tendència implica que per falta de recursos i temps, cada vegada és més habitual publicar la informació i les fotografies de les notes de premsa que arriben a les redaccions sense passar per una elaboració.

Els professionals entrevistats assenyalen que aquest és l'autèntic intrusisme laboral, molt més perillós que el de qualsevol professional no format que es postula per al treball de fotoperiodista o periodista titulat, i com diuen, es qualifica com a propaganda.

Més de la meitat dels participants en l'enquesta, un 55,5%, considera que la reducció de plantilles ha influït «bastant» en la qualitat dels continguts, al costat d'una altra xifra molt significativa, un 40,9% (fig. 42) que ho percep com «molt». A més, un 87,9% (fig. 43) diu que ha baixat la qualitat dels continguts gràfics.

FIGURA 42. CONSIDERES QUE EN REDUIR LA PLANTILLA HA BAIXAT LA QUALITAT DELS CONTINGUTS?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

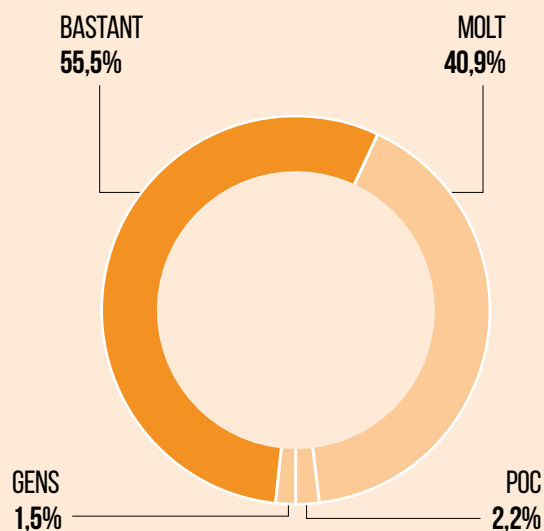
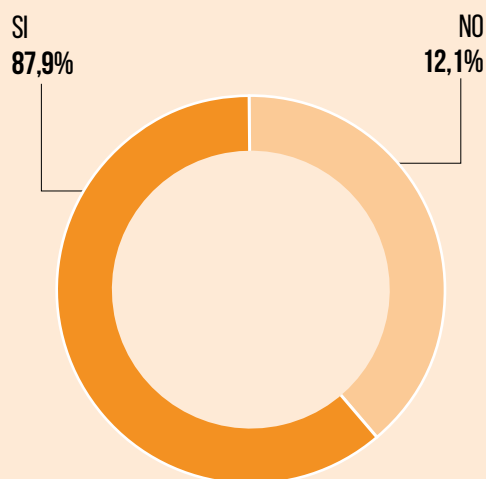


FIGURA 43. HA BAIXAT EL VOLUM I LA QUALITAT DELS CONTINGUTS GRÀFICS?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



**PER FALTA DE RECURSOS I TEMPS,
CADA VEGADA ÉS MÉS HABITUAL
PUBLICAR LA INFORMACIÓ I LES
FOTOGRAFIES DE LES NOTES DE
PREMSA QUE ARRIBEN A LES
REDACCIONES SENSE PASSAR
PER UNA ELABORACIÓ**

ONG urgen la reconstrucción de las escuelas

Las ONG Plan Internacional y Cruz Roja han advertido de la urgencia de reconstruir escuelas y recuperar los medios de vida de las miles de personas afectadas por los terremotos que asolaron Nepal el 25 de abril del pasado año. El plan internacional recuerda que la catástrofe dejó a más de un millón de niños sin colegio y que más de 250.000 personas han quedado sin hogar.

nifiesto Comunista.

Frente al escándalo de orden

ante los partidarios de adorar

Constitución para librarse de

plido, no hay demasiado pro

que surjan imitadores del

plido, porque la mayo

encontrados presind

apropiados del libro

en el momento de

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

de los comunistas

5.

DESTRUCCIÓ DE L'OCCUPACIÓ PER MITJANS DE COMUNICACIÓ

L PAIS C.V. - El diari El País, el de major difusió d'Espanya i un referent en la transició espanyola, tampoc ha eludit els efectes de la crisi. La delegació a la Comunitat Valenciana va arribar a comptar amb una plantilla de 15 periodistes, tres d'ells a Alacant, més alguns col·laboradors fixos d'un total de 23 treballadors. En el cas dels periodistes gràfics, també es comptabilitzaven tres de plantilla. No obstant això, la realitat a dia d'avui és que l'empresa editora Grupo Prisa va decidir a l'abril de 2015 tancar la delegació valenciana que passa a estar coberta per dos corresponsals per a tot el territori autonòmic. I el mateix succeeix amb els fotògrafs.

Al novembre de 2012 es va produir el primer ERO amb una considerable retallada de llocs de treball que va afectar a un total de 129 periodistes, 13 d'ells en la redacció El País Comunitat Valenciana. Posteriorment va haver-hi un degoteig de més acomiadaments, prejubilacions i marxades pactades. Actualment, la redacció està situada en el mateix edifici de la SER, pertanyent també al Grupo Prisa. Durant el període de crisi, també es va establir per primera vegada un conveni

que contemplava categories en els redactors, així com reducció de salaris i l'eliminació del repartiment de beneficis.

EL MUNDO

La delegació del diari El Mundo a la Comunitat Valenciana ha patit una reducció important de periodistes en nòmina i col·laboradors, a més de la retallada en el nombre de pàgines. Sobre els ajustos en plantilla, el d'aquest mes d'abril és el quart ERO que anuncia el grup Unidad Editorial, que actualment compta amb 1.400 treballadors, 700 menys que en 2009 quan va presentar el primer ERO dels tres que ha patit. Pel que fa a la delegació de València, s'han plantejat 7 acomiadaments, 2 a Alacant i 5 a València. Segons les dades facilitades pel Comité d'Empresa, Unidad Editorial vol acomiadar en aquest quart ERO a 224 treballadors, dels quals 91 correspondran al periòdic El Mundo. Només en la seua redacció de Madrid resultaran afectats 58 periodistes. En les delegacions regionals, altres 32. La conseqüència és que es tancaran almenys dues d'elles: Sevilla i Màlaga i també algunes de les revistes del grup.



En tots els ERO anteriors hi ha hagut afectació a la Comunitat, amb 12 acomiadaments solament a València i 8 a Alacant. A això cal sumar els contractes d'obra que no s'han renovat, i els contractats que s'han anat a Madrid o a altres mitjans, i que sumen un total de 9, a més dels col·laboradors i columnistes que no han sigut renovats.

Respecte a les pàgines de la delegació valenciana, l'edició encara eixia en 2007 amb un quadern de 24 pàgines i, de vegades, arribava a 32. Amb les primeres retallades l'edició passa a tenir 20 fulls i més tard solament 12. En l'actualitat no hi ha quadern i es fan 8 pàgines entre 10 persones.

En el cas dels fotoperiodistes, la tendència ha sigut l'autonomització. En 2007 tenien tres fotògrafs, dos a València i un a Alacant. Ara tots són autònoms. És un procés de retallada que va anar en paral·lel amb el dels col·laboradors. Pel que fa a condicions de treball, ha hagut dues retallades salarials. La primera del 7%, i la segona del 10%.

20 MINUTOS

El periòdic 20 Minutos és l'únic gratuït que

ha resistit la crisi a Espanya. Fundat pel grup escandinau Schibsted, va arribar a tenir a la Comunitat Valenciana 7 periodistes en la plantilla de València, 4 en la d'Alacant i un reforç d'altres cinc que cobrien la Comunitat Autònoma de la Regió de Múrcia des de la Valenciana.

El mitjà ha anat capejant la crisi al llarg d'aquests anys no sense grans contraccions, amb els consegüents tancaments de delegacions. Així, l'any 2012 tanca la delegació d'Alacant i Múrcia i les seues informacions passen a la redacció de València.

Al juliol de 2015, el periòdic és comprat pel Grupo Heraldo dins d'una aposta per l'expansió de la corporació a nivell nacional. Amb la compra es produeix un ERO que deixa al carrer 50 dels 127 treballadors, i en el cas de la Comunitat manté un únic delegat per cobrir totes les informacions. Sorpren que, malgrat la crisi, el diari segueix eixint en paper.

AGÈNCIA EFE, DELEGACIÓ VALENCIANA

Està sumida en un ERO des de fa quatre anys,



amb una data de resolució prevista per al proper 1 d'octubre. L'expedient no va implicar acomiadaments sinó baixes incentivades, prejubilacions i reduccions de jornada d'un 25% o 50%, i una baixada mínima de sou d'un 9%, però que en aquests anys ha arribat al 12%.

En la delegació de la Comunitat Valenciana, la reducció horària ha afectat a la pràctica totalitat de la plantilla a excepció de tres dels 23 treballadors, si bé la baixada de sou ha afectat a tots per igual. Pel que fa al nombre de periodistes i fotoperiodistes, la redacció es compon de 14 redactors d'agència, un periodista de televisió i tres fotògrafs, a més del delegat i d'altres càrrecs administratius.

En aquests anys de crisi s'han donat dos jubilacions, dos recol·locacions a l'estranger (a canvi de mantenir el lloc) i una no renovació, que no s'han cobert a pesar que el nivell de treball segueix sent el mateix que abans.

ABC

La delegació del diari ABC a la Comunitat Valenciana era una de les més antigues entre els periòdics de tiratge nacional però malgrat

les xifres de lectors, ha sucumbit a la crisi i va tancar l'edició valenciana al gener de 2016.

Previ a aquest tancament, el mitjà va anunciar ja al 2009 un ERO enfocat a les delegacions. Si bé aquest any a la Comunitat Valenciana es van executar acomiadaments puntuals i canvis de contractació, reflectits sobretot en fotògrafs que de contractats passen a ser col·laboradors, en 2011 arriba l'ERO que més afectaria a la delegació valenciana, que passa d'una redacció de 12 persones a quatre.

Cal assenyalar que dos dels periodistes acomiadats portaven dues dècades en el mitjà, i que paral·lela a aquesta reducció de plantilla, es produeix una disminució de pàgines del seu quadern valencià, que passa de 16 pàgines a 8, i més tard a 6 fulles.

Un any després del ERO, l'any 2012, el mitjà decideix obrir delegació física a Alacant, amb capçalera pròpia però sense un nombre fix de pàgines assignades, i amb un periodista contractat i dos col·laboradors. Tres anys després, a l'octubre de 2015, la delegació tancava.

Al gener de 2016, ABC tanca també València deixant tres redactors per cobrir tota la Comunitat, un col·laborador a Alacant i dos

col·laboradors puntuals per a esports i cultura. L'edició pròpia desapareix i s'aposta per una agenda informativa orientada als temes que poden interessar a nivell nacional, tant en la versió web com en la de paper, ambdues gestionades pels tres periodistes que segueixen contractats pel mitjà.

LAS PROVINCIAS MULTIMEDIA

En els seus 150 anys d'història, Las Provincias ha anat derivant d'un model empresarial de diari familiar fins a convertir-se en 2004 en un grup multimedia, després de ser absorbit com a part del gegant mediàtic, Vocento.

Aquest any precisament, la capçalera va arribar a tenir fins a 300 treballadors en plantilla, agrupant el diari, amb la seua versió web, la televisió de Las Provincias amb llicència autonòmica i l'emissora LP Punto Radio, a més del periòdic gratuït El Micalet.

El periòdic comptava amb 8 edicions (l'Horta, la Safor, la Costera-La Vall d'Albaida-La Canal de Navarrés, Camp de Morverde, La Marina, La Ribera, Alacant i Castelló). L'any 2007, dins d'una política empresarial de concentració, el diari tanca l'edició de l'Horta i el diari El Micalet que

Vocento substitueix pel gratuït Qué! Posteriorment, l'edició de la Costera també va tancar i va passar a concentrar-se a la de la Ribera.

L'any 2009 arriba el primer ERO que ja havia anat precedit de diversos acomiadaments durant els dos anys previs. Aquest primer expedient s'enceba amb 33 persones, i amb la desaparició de departaments com la recepció, arxiu o documentació, a més del tancament de la rotativa. L'ERO s'executarà l'any 2010, amb el tancament a més de la televisió LPTEVA (després del començament d'emissions de la cadena La 10 de Vocento a nivell nacional), i l'acomiadament de 14 dels 18 treballadors.

L'any 2013 arriba el segon ERO, amb l'acomiadament de 20 professionals tot i que inicialment anaven a ser 23. Entre els departaments que s'extingeixen estava el de Recursos Humans que passa a ser gestionat des de la corporació. Aquest any tancava també Punto Radio on treballaven 11 professionals a més de molts col·laboradors. Després de la contracció del grup, el mitjà en l'àmbit valencià compta amb uns 179 treballadors. Quant a condicions laborals, la plantilla ha sofert la baixada de sou d'un 6%.

LEVANTE-EMV

El diari Levante-EMV, pertanyent a Editorial Prens Valenciana, no ha utilitzat la fórmula dels ERO per a reduir plantilla. No obstant això, les rescissions de contracte s'han produït igualment mitjançant acomiadaments improcedents i acomiadaments objectius de forma individualitzada. D'aquesta manera, s'han registrat 48 baixes de treballadors, 41 d'ells redactors i set redactors gràfics. Posteriorment es van produir 27 altes de periodistes, per cap de gràfics. Pel que fa a les condicions econòmiques, cal assenyalar una reducció de salaris esdevingut en 2012. Actualment disposa d'una plantilla de 77 periodistes i set gràfics repartits entre la redacció central de València i les delegacions de Castelló, Camp de Morvedre, la Ribera, la Safor, la Costera, la Marina i la redacció de cap de setmana.

PERIÒDIC MEDITERRÁNEO

A pesar que el Grupo Zeta, propietari del periòdic Mediterráneo de Castelló, ha fet públiques les altes previsions d'acomiadaments i la pretensió de la baixada dels salaris fins a un





20%, en el cas del diari castellonenc la plantilla ha sofert un degoteig lent de baixes. L'any 2009, la redacció comptava amb 38 periodistes i 4 redactors eventuais, i en el 2016 comptava amb 35 fixos i 3 eventuais. Es van produir per tant tres acomiadaments.

Pel que fa als col·laboradors, el periòdic segueix comptant amb 14 periodistes que ja no publiquen al mateix ritme que abans, per la qual cosa han vist perjudicats els seus ingressos al cobrar per peça.

La plantilla va acordar una reducció salarial l'any 2008 del 5% a canvi que no es produïren acomiadaments, amb una possibilitat de recuperació, però la congelació i baixada de sou segueix donant-se a data d'avui. Tots els fotògrafs del periòdic han passat a ser autònoms.

DIARIO INFORMACIÓN

Des de l'inici de la crisi, el periòdic ha sofert acomiadaments que s'han anat succeint en trams de temps mai inferiors a 90 dies, per la qual cosa mai ha declarat un ERO. De 152 empleats s'ha passat a 110, 42 treballadors menys, dels quals 22 eren periodistes. En el cas dels fotoperiodistes, el servei

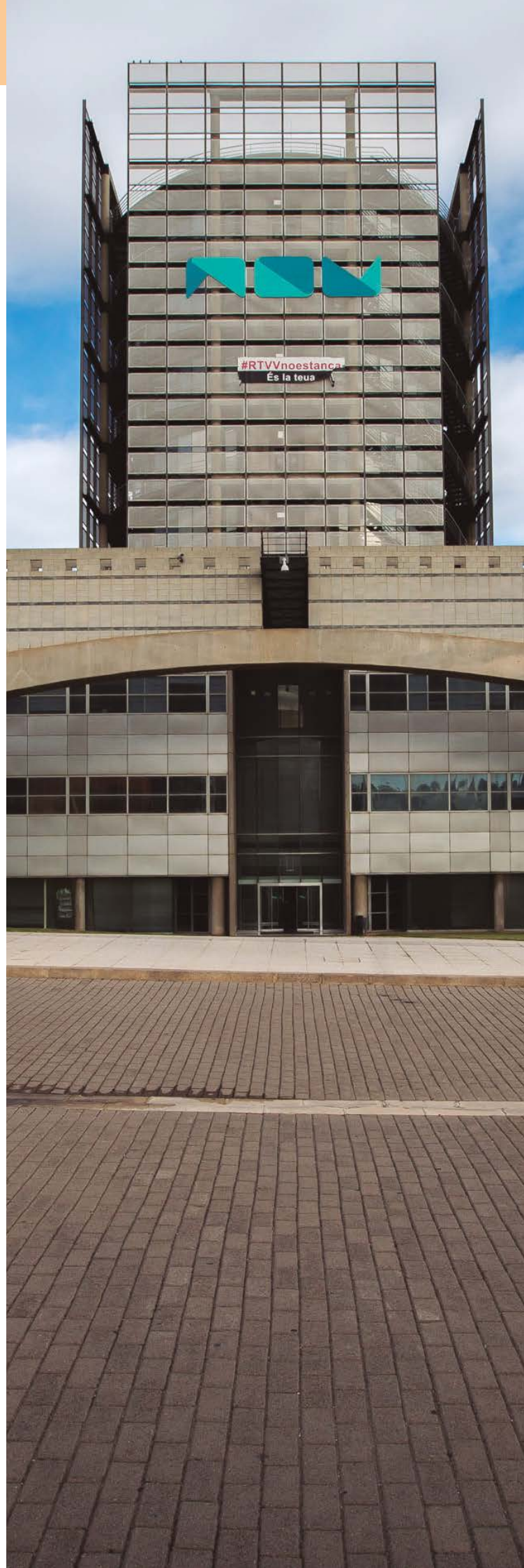
s'externalitza en les delegacions passant a ser tots els fotògrafs autònoms, si bé en la delegació central d'Alacant romanen tres en plantilla.

Les delegacions segueixen en actiu encara que amb menys personal: Elda i Villena amb tres col·laboradors, Elx amb tres, Oriola amb dos, la Vega Baixa amb dos i un ocasional, Alcoi amb dos i Benidorm amb altres tres.

En el cas de la redacció d'Alacant, les eixides no s'han cobert, motiu pel qual la plantilla de cap de setmana fa de reforç com a col·laboradors entre setmana cobrant per peça o bé amb un plus fix. Les condicions dels contractats han estat marcades per una pèrdua de dies de descans i la repercussió en hores de treball de les quals només es cobra el diumenge treballat, i en cas de festius, es lliura un dia i mig. S'ha produït una baixada de salari d'un 4,5% i la congelació del mateix des de l'any 2011.

Cadena SER

Les dificultats econòmiques del Grupo Prisa



en totes les seues empreses han tingut la seua repercussió en les diferents divisions de la mercantil. Com a conseqüència, va haver-hi una rebaixa generalitzada de salaris del 3% al 7% en tots els mitjans, a més de retallades de plantilla sense assegurar el lloc de treball. La SER i les seues emissores associades han reduït les plantilles en un 19% des de l'inici de la crisi. En 2012 ja es va aprovar un ERO que va afectar a 129 treballadors.

La Cadena SER a València no ha estat exempta d'una sèrie d'ajustos materialitzats en Expedients de Regulació d'Ocupació, prolongació de convenis i pèrdua de drets laborals.

Les mesures van afectar a les estructures locals, entre elles la Cadena SER a València, encara que no hem pogut constatar xifres concretes quant a la situació laboral dels professionals o acomiadaments.

COPE

No ha realitzat acomiadaments massius durant la crisi. Amb l'aprovació del seu Pla

Social 2007/2010, l'empresa va arribar a un acord amb els treballadors per reduir el sou un 15% a canvi de no realitzar un ERO de 100 persones. Aquesta baixada es va plantejar com a temporal fins que milloraren les condicions econòmiques de la cadena, moment en el qual es regularitzarien els salaris, i es plantejaria la possibilitat de retornar retroactivament els diners reduïts. A l'estiu de 2015, l'empresa va tornar a equiparar els sous a les xifres prèvies a la baixada del 15%.

En el cas de la Comunitat Valenciana, igual que en la resta de les redaccions, si bé no hi ha hagut acomiadaments, les baixes de tipus prejubilaciones incentivades, canvis de destinació o de treball no s'han anat reposant, la qual cosa suposa que hi ha menys personal per al mateix treball. La cadena compta ací amb quatre delegacions: València, Alacant, Castelló i Alcoi i tres emissores associades: Gandia, Villena i Elx.

La més nombrosa en personal és la de València amb 16 redactors, repartits entre programes d'informatius, magazins i esports,



dels quals tres són autònoms. Alacant i Castelló tenen una plantilla de set periodistes cadascuna, mentre que les emissores associades compten amb un nombre mínim de personal que en molts casos està compost per un únic periodista.

Segons fonts del comitè de l'empresa, l'objectiu després de la volta al sou original és aconseguir que es retorne amb caràcter retroactiu el salari que va ser reduït, i que els companys autònoms passen a formar part de la plantilla com a contractats. Un dels efectes de la crisi ha sigut no treballar durant els festius que suposen vuit dies a l'any.

ONDA CERO

Segons les fonts consultades, no ha patit cap ERO ni acomiadaments durant el període de crisi analitzat, entre 2007 fins a l'actualitat. Afigen que l'empresa ja va procedir a uns ajustos de personal abans d'iniciar-se la crisi, la qual cosa va permetre afrontar-la amb majors perspectives.

ANTENA 3 i LA SEXTA

La fusió d'Antena 3 i la Gestora de Inversiones Audiovisuales la Sexta l'any 2012 va tenir les seues conseqüències en les delegacions provincials d'Antena 3, entre les quals està la valenciana. Immediatament posterior a la fusió es dona l'externalització dels serveis informatius de tot el grup que recau en dues empreses, CBM en el cas d'Antena 3 i LiquidMedia, de Mediapro per a La Sexta.

En el cas de les delegacions, es produeix un repartiment entre les mateixes, on LiquidMedia es fa amb la gestió de la redacció valenciana. Amb la contracció dels serveis es produeixen 18 acomiadaments en les diferents delegacions, i en el cas de la valenciana es donen tres.

Des d'abril de 2014, i malgrat els acomiadaments efectuats, la delegació valenciana del grup creix en nombre de persones, tenint en l'actualitat quatre equips (3 + 1 de cap de setmana), amb quatre periodistes per a La Sexta i amb sis equips (5 + 1 d'esports), on treballen set redactors per a Antena 3.

Amb la fusió del grup en A3MEDIA, el conveni amb el qual operaven els treballadors d'Antena 3 va quedar obsolet. L'empresa CBM es va acollir al conveni marc de l'audiovisual mentre que els empleats de LiquidMedia es van syndicar en 2015, i van signar un conveni propi.

En l'actualitat, i segons fonts de l'empresa, les seues condicions són millors que les dels seus companys de CBM, ja que han aconseguit baixar la jornada de 40 a 36 hores en les jornades de cap de setmana, i reconèixer en incentius les hores extra treballades.

TELE 5

La delegació de Tele 5 a la Comunitat Valenciana ha mantingut estable el nombre de professionals i de salaris des de 2007, però sí han hagut de suportar una major càrrega de treball. En total es comptabilitzen 22 treballadors que corresponen a un cap de redacció, deu redactors, nou operadors de càmera, un cap de producció i un ajudant de producció. La delegació de València cobreix també la informació



de Castelló, mentre la subdelegació d'Alacant inclou l'actualitat de la Comunitat Autònoma de la Regió de Múrcia.

CENTRES TERRITORIALS DE TVE I RNE

El centre territorial de Televisió Espanyola a la Comunitat Valenciana tampoc ha escapat a l'efecte de la crisi, encara que els problemes de la Corporació RTVE van començar ja en 2006 amb un pla per a reduir personal. El Ministeri d'Economia i Hisenda va signar aqueix any un conveni amb l'Ens Públic pel qual se li va concedir una subvenció de 480 milions d'euros per a l'exercici 2006, sempre que es comprometera a elaborar de forma conjunta amb la Societat Estatal de Participacions Industrials (SEPI) un Pla de Sanejament i Futur per a RTVE.

Segons aquest pla, la SEPI va proposar que la plantilla no excedira dels 5.900 treballadors fixos més 500 amb contracte temporal. La retallada laboral es va decretar mitjançant un Expedient de Regulació d'Ocupació (ERO) que va extingir 4.150 contractes de treball fins a desembre de 2008.



Per a poder acollir-se a l'ERO, es va establir com a requisit tenir complits més de 50 anys a 31 de desembre de 2006. D'aquesta manera es passa d'una plantilla de RTVE al desembre de 2006 de 8.242 treballadors fixos i 1.124 contractats, la qual cosa sumava un total de 9.366 treballadors a una altra al gener de 2009 composta per un màxim de 6.454 treballadors, entre fixos i contractats. En percentatges suposa una reducció final del 32% en el conjunt de la Corporació.

Pel que es refereix a l'estructura territorial, la reducció va ser major. Es va passar dels 947 treballadors, entre fixos i contractats al desembre de 2006 als 551 al gener de 2009, és a dir, un 42% menys.

Centrant-nos en l'àmbit del nostre estudi, cal dir que l'estructura de Televisió Espanyola a la Comunitat Valenciana en 2007 estava composta pel Centre de Producció de Paterna en el qual treballaven 106 persones. La delegació d'Alacant la conformaven dos redactors i dos operadors de càmera i la de Castelló, amb un redactor i un operador de càmera.

Actualment, en les instal·lacions de Paterna queden 64 treballadors, dels quals, 16 són periodistes i cinc informadors gràfics. El personal de les delegacions està incorporat a les Unitats Informatives d'Alacant amb 13 persones, sis d'elles periodistes i dos informadors gràfics. Pel que fa a Castelló es mantenen dos periodistes per a RNE i TVE i un informador gràfic, d'un total de cinc treballadors.

Per la seua banda, els centres de Ràdio Nacional d'Espanya a la Comunitat Valenciana ocupaven en 2007 a 58 treballadors als quals caldria sumar altres «falsos autònoms». En Ràdio Nacional València concretament es comptabilitzaven 33 persones. Actualment queden 19 treballadors, en les emissores territorials d'Elx i Alacant es registraven nou persones en cadascuna d'elles. A Castelló disposava de set treballadors. En l'actualitat es compta amb dos periodistes para RNE i TVE.

TANCAMENT DE RTVV

El tancament de la Ràdio Televisió Valenciana el 29 de novembre de 2013 passarà a la

història de la comunicació a la Comunitat Valenciana com un dels despropòsits més inaudits viscuts en l'àmbit dels mitjans de comunicació. Amb més raó si tenim en compte que és la primera i única cadena autonòmica sotmesa a aquesta dràstica mesura, després d'acumular un deute de 1.200 milions d'euros provocats pels excessos en la seua gestió al que cal sumar el ferri control polític i de censura que va arribar a límits insospitats.

La manipulació política a favor del Partit Popular va provocar fins i tot la intervenció del Síndic de Greuges per a advertir de la necessitat de garantir el compliment dels principis d'objectivitat, veracitat, imparcialitat i respecte al pluralisme polític.

Les emissions regulars de Canal 9 van començar el 9 d'octubre de 1989 amb aquesta denominació, fins a la mateixa data de 2013 en què va passar a anomenar-se, simplement, Nou. No obstant això, poc duraria aquest canvi d'imatge, atés que a penes un mes més tard, el cinc de novembre, el Govern valencià, presidit pel popular Alberto Fabra avisava del

tancament del canal públic. Només 24 dies després el fos a negre anunciava definitivament el cessament de l'emissió.

El trist balanç d'aquesta mesura va ser el pas a engrossir les llistes de l'atur de 1.660 treballadors de Canal 9 i Ràdio Nou, dels quals, 470 eren periodistes que exercien el seu treball en el propi centre de producció de Burjassot, o en les delegacions de Madrid, Alacant i Castelló. Per sexes, 244 eren dones i 226 homes, segons les dades recopilades per a aquest treball a partir de la pròpia documentació de RTVV.

En aquest capítol cal assenyalar que un gran nombre dels periodistes figuraven amb contractes de categoria inferior com a guionistes, guionista-redactor, guionista-presentador, presentador-locutor i uns altres. Segons aquestes xifres, més de la meitat, el 59,79% treballaven amb contracte diferent al de la seua titulació i un 40,21% com a periodista-redactor.

**EL TRIST BALANÇ DEL TANCAMENT
VA SER EL PAS A ENGROSSIR LES
LLISTES DE L'ATUR DE 1.660
TREBALLADORS DE CANAL 9
I RÀDIO NOU, DELS QUALS,
470 EREN PERIODISTES**

Ximo
Puig

—
Oficina del
candidat



6.

A LA CERCA D'ALTERNATIVES: LA FIGURA DE L'AUTÒNOM

Un capítol important en el tema que ens ocupa és el que ha vingut a denominar-se l'“autonomització” o alternativa dels professionals a registrar-se com a autònoms per a seguir exercint, bé com a periodistes freelance, com a comunicadors en gabinets de premsa, iniciatives de publicacions digitals, o en el cas dels periodistes gràfics, a dedicar-se a altres activitats relacionades amb la seua especialitat, però al marge dels mitjans de comunicació.

Segons l'últim Observatori realitzat per la Asociación de Prensa de Alicante entre els seus associats, un 20% dels enquestats s'han vist ineludiblement abocats a aquesta opció. Aquest fet comporta una reducció o minva-ment d'ingressos i la incertesa moltes vegades de si es cobrarà o no el treball i en quins terminis.

Com a exemple de l'anteriorment exposat servisquen les xifres que aporta la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos referents a la Comunitat Valenciana. Dels 4.234 informadors i comunicadors registrats al desembre de 2008 s'ha passat als 5.571 a desembre de 2015. Segons el quadre adjunt,

**EL PERCENTATGE D'AUTÒNOMS
A LA COMUNITAT ÉS DE 31% I
SUPERA CONSIDERABLEMENT A LA
MITJANA DE LA RESTA DE L'ESTAT
QUE SE SITUA EN UN 25%**

s'observa un progressiu augment del 31,57% durant el període analitzat en paral·lel a la crisi. Aquest percentatge supera considerablement a la mitjana de la resta de l'Estat, ja que l'Informe Anual de la Profesión Periodística 2015 realitzat per l'Asociación de la Prensa de Madrid situa la taxa en un 25% d'autònoms, front al 31% de 2014.

En aquest apartat cal subratllar que quasi la meitat dels enquestats, un 46'3% (fig. 45), afirma haver iniciat algun tipus de projecte com a autònom en diversos àmbits com freelance, agència de comunicació, periodisme digital, productora audiovisual, docència, periodisme i màrqueting, community manager, fotografia en general, xarxes socials, editorial o disseny, entre d'altres.

FIGURA 44. EVOLUCIÓ NOMBRE D'AUTÒNOMS A LA COMUNITAT VALENCIANA

FONT: FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES DE TRABAJADORES
AUTÓNOMOS-ATA- FEBRER 2016

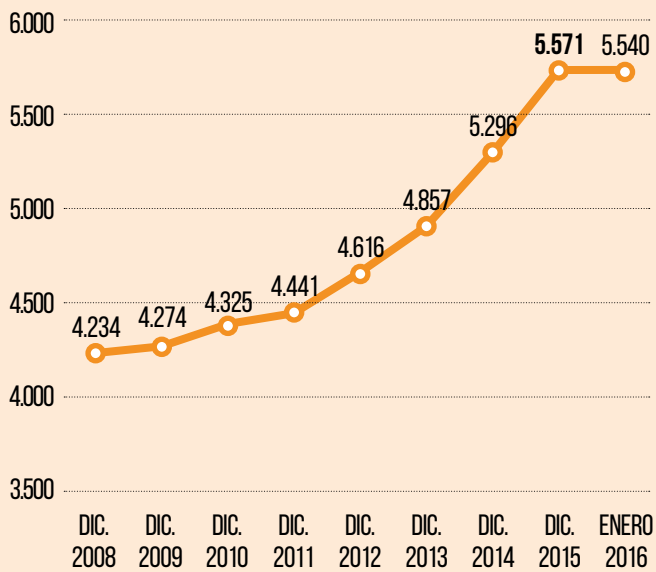
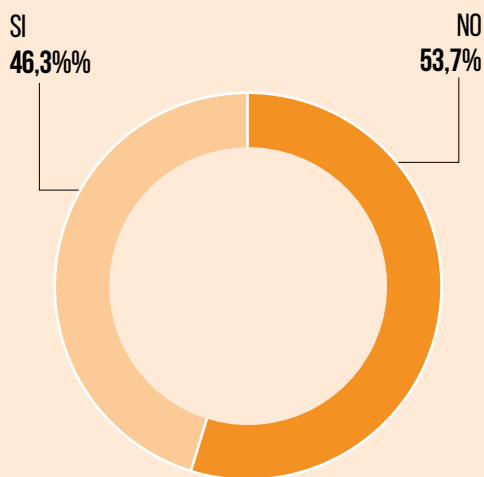


FIGURA 45. SI T'HAS VIST AFECTAT PER ACOMIADAMENT O ERO, HAS INCIAT ALGUN PROJECTE COM A AUTÒNOM O EMPRENEDOR?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



QUASI LA MEITAT DELS ENQUESTATS
D'AQUEST ESTUDI, UN **46'3%**,
AFIRMA HAVER INCIAT ALGUN TIPUS
DE PROJECTE COM A AUTÒNOM
DESPRÉS DE QUEDAR-SE EN ATUR



6.1. L'OPINIÓ DE RAFAEL PARDO



Rafael Pardo. President de l'Associació de Treballadors Autònoms de la Comunitat Valenciana

ES DESTACABLE L'EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE TREBALLADORS AUTÒNOMS DEDICATS AL SECTOR PERIODÍSTIC

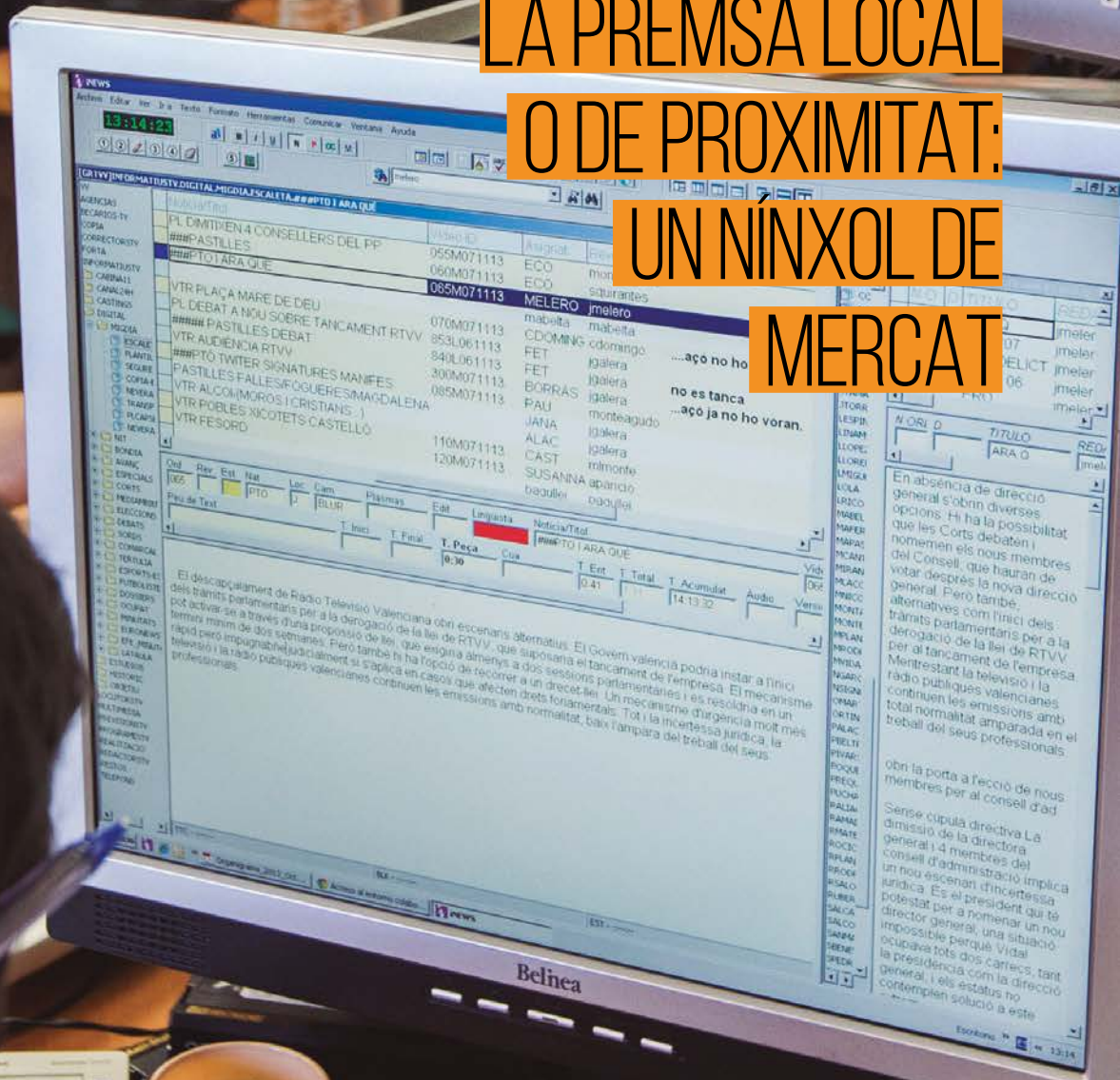
Com es pot apreciar en l'informe de ATA, és destacable l'evolució del nombre de treballadors autònoms dedicats al sector periodístic a la Comunitat Valenciana. Mentre que en el conjunt del Règim Especial de Treballadors Autònoms (RETA) s'ha produït un descens del nombre d'afiliats entre l'any 2008 i 2015, en canvi en aquest sector s'ha

produït un increment de més del 20%, la qual cosa posa de manifest la clara tendència a l'“externalització” que s'està produint dins del mateix.

Entre els més de 5.500 autònoms del sector que existeixen en aquest moment a la Comunitat Valenciana, es registra un nombre important de Treballadors Autònoms Econòmicament Depenents (TRADES), figura legal que va contemplar la Llei d'Estatut del Treball Autònom de l'any 2007, en la qual queden emmarcats aquells treballadors autònoms que reunint els requisits típics del treball independent, com l'autonomia en l'organització del seu treball, depenen econòmicament d'un sol client en almenys un 75% de la seua facturació. Encara que cal matisar que per a tenir la consideració legal de TRADE, és necessària la comunicació prèvia a l'empresa client i el registre del contracte que regule la relació mercantil entre el TRADE i el client.

7.

LA PREMSA LOCAL O DE PROXIMITAT: UN NÚNIXOL DE MERCAT



En absència de direcció general s'obrien diverses opcions. Hi ha la possibilitat que les Corts debaten i nomenen els nous membres del Consell, que hauran de votar després la nova direcció general. Però també, alternatives com l'incisi dels tramitadors parlamentaris per a la derogació de la llei de RTVV. Mentrestant la televisió i la ràdio públiques valencianes continuen les emissions amb total normalitat amparada en el treball dels seus professionals.

obri la porta a l'elecció de nous membres per al consell d'ad

Sense cúpula directiva La dimissió de la direcció general i 4 membres del consell d'administració implica un nou escenari d'incertesa jurídica. És el president qui té potestat per a nomenar un director general, una situació impossible perquè Vidal ocupava tots dos càrrecs, tant la presidència com la direcció general, i els estatus no contemplen solució a este

València, 7 nov (EFE).- La Policia Transits de València a un jove de 24 años muere a un compañero

{
 Els efectes de la crisi, la marginació dels diferents governs i la discriminació publicitària d'institucions públiques apunten com les causes principals que afecten a l'estabilitat de la premsa comarcal i local. Servisca com a exemple que durant 2015 el Ministeri de Presidència va destinar 49 milions d'euros a través de 75 campanyes de publicitat institucional. El pobre balanç és que a la premsa de proximitat no va arribar ni un sol euro.

Una prova de la importància i presència d'aquests mitjans de comunicació és que en 2010 hi havia al voltant de 170 capçaleres moltes de les quals han desaparegut. Un càlcul aproximat situaria en més de 50 els mitjans desapareguts. Aquestes xifres vénen recollides en la publicació «Periodisme contra les cordes. El valencià en els mitjans de comunicació», (Denes 2010), de Francesc Martínez Sanchis, Doctor en Comunicació Interdisciplinària i professor associat de Periodisme en la Universitat de València.

A continuació presentem una llista de més

d'una trentena de mitjans de proximitat existents en 2010, facilitada pel professor Martínez, però ara ja desapareguts.

- L'Avanç (València).
- Info TV.
- Gandia TV.
- Aldaia Ràdio.
- Sedaví Ràdio.
- Ràdio Sol d'Albal (recuperada en 2015).
- Crònica (Ontinyent i la Vall d'Albaida).
- Ciudad de Alcoi.
- Cadafal (Vila-real).
- Quinze Dies de la Safor.
- Papers de l'Horta (l'Horta Sud).
- El Punt (setmanari de paper).
- El Cresol (de l'Horta).
- Horta al Dia.
- TV Ontinyent (ara en versió digital).
- Mislata TV.
- Nou Disse
- Camp Verd (Unió de Llauradors).
- Eines (l'Horta).
- La Cabota (satírica).
- Lletraferit (cultural).

**DURANT 2015 EL MINISTERI DE
PRESIDÈNCIA VA DESTINAR 49
MILIONS D'EUROS A TRAVÉS DE
75 CAMPANYES DE PUBLICITAT
INSTITUCIONAL DE LES QUALS A
LA PREMSA DE PROXIMITAT NO
VA ARRIBAR NI UN SOL EURO**

- El Metropolità (València).
- Pensat i Fet (revista fallera recuperada en 1995 per E. Climent).
- Sembra (FEV).
- Silenci (revista cultural de l'Horta).
- Universitat.
- Bruixola.
- La Roda del Temps (Horta Nord).
- Ràdio Alaquàs.
- La Pobla TV.
- Telecarlón (Benicarló).
- L'Informatiu Digital.
- Edeta.cat (digital).
- Pàgina 26 (digital).
- Crònica Local (comarcal gratuït de l'Horta).
- El Pueblo del Siglo XXI (gratuït de l'Horta).

L'aparició de la premsa digital també ha suposat un revulsiu per als mitjans de proximitat. De fet, en 2012 es comptabilitzaven 165 digitals de contingut local i comarcal.

Per tot això, és imprescindible parlar de la premsa comarcal o premsa de proximitat a l'hora d'analitzar la situació de la professió

**EN 2010 HI HAVIA AL VOLTANT
DE 170 CAPÇALERES DE PREMSA
LOCAL I COMARCAL DE LES QUALS
AL MENYS 50 HAN DESAPAREGUT**

periodística en la nostra Comunitat. Generalment són les grans capçaleres i les empreses de renom les que centren tota l'atenció. Tanmateix, existeix un nínxol de mercat que per les seues pròpies particularitats i contribució a la professió, mereix ser destacat. I com a màxim exponent d'aquest tipus de publicacions locals apareix la primera Associació Premsa Comarcal Valenciana, la presentació de la qual va tenir lloc el 15 de desembre de 2015 en el saló d'actes de La Nau de la Universitat de València.



7.1. PREMSA COMARCAL VALENCIANA: L'ASSOCIACIONISME COM A ALTERNATIVA

'Associació Premsa Comarcal Valenciana està integrada per 11 publicacions editades per 10 empreses de tot l'àmbit de Comunitat: València, Alacant i Castelló. En conjunt suposen un tiratge mensual de 24.900 exemplars que sumen 156.870 lectors i un total de 1.576 pàgines editades.

Pel que fa al nombre de llocs de treball que genera, les 11 capçaleres ocupen a uns 50 professionals que realitzen diferents tasques, segons manifesta el president de l'Associació i director del Nostre Ciutat (Alcoi), Ramón Climent. «La crisi ha fet que siguen professionals «multitasca» que igual redacten que fan fotos o actualitzen una web i editen un video», manifesta Climent. I afegir que «el fotògraf de plantilla pràcticament s'ha extingit amb les noves tecnologies i la participació de les xarxes socials», conclou.

Pel que fa al nombre de titulats, els percentatges són molt diferents segons els mitjans. «Ser periodista de poble no té excessiu atractiu per a molta gent», afirma Ramón Climent. Malgrat açò, totes les capçaleres tenen un titulat i en alguns casos ho són tots els que participen. Condi-

**L'ASSOCIACIÓ PREMSA COMARCAL
VALENCIANA ESTÀ INTEGRADA PER
11 PUBLICACIONS EDITADES PER
10 EMPRESES DE TOT L'ÀMBIT
DE COMUNITAT QUE EN CONJUNT
SUPOSEN UN TIRATGE MENSUAL
DE 24.900 EXEMPLARS I
SUMEN 156.870 LECTORS**

ció indispensable per a pertànyer a l'Associació és que la publicació ha d'editar-se en paper, ser de pagament i estar constituïda com a empresa amb personalitat jurídica, tal com arreplega els seus estatuts.

En la taula adjunta s'observa com totes les capçaleres van aparèixer abans de 2007, és a dir, abans de l'inici de la crisi. Si bé El Nostre Ciutat figura 2013 com a any d'aparició, cal matisar que en realitat, la seua creació cal remuntar-la a 1953 quan apareixia com El Periódico d'Alcoi. No obstant açò, el Grupo Zeta ho va tancar el 30 d'abril de 2013, ja en plena crisi, fins que el 14 de maig ho van reobrir un grup de treballadors amb la nova capçalera.

A la presentació de l'Associació van assistir destacades personalitats de l'àmbit polític i universitari. A continuació, destaquem alguns paràgrafs de les intervencions pel valor dels seus continguts, ja que vénen a reflectir, d'una banda, el paper vertebrador de la premsa comarcal i per un altre, el gran esforç per mantenir-se en el mercat, malgrat les dificultats que travessen les empreses periodístiques en general.

FIGURA 46. ASSOCIACIÓ PREMSA COMARCAL VALENCIANA
FONT: ASSOCIACIÓ PREMSA COMARCAL VALENCIANA

PUBLICACIONES SEMANALES

PROVINCIA DE VALENCIA						
CABECERA	TU COMARCA.COM	LOCLAR	EL PERIÒDIC D'ONTINYENT	TOTAL EJEMPLARES	TOTAL LECTORES	TOTAL PÁG./MES
EMPRESA	NUEVOS SOPORTES DE COMUNICACIÓN Y ARTE, S.L.	VILLABLANCA PRESS, S.L.	PROYECTOS DE COMUNICACIÓN, S.L.			
ÁMBITO	LA HOYA DE BUÑOL/CHIVA	ONTINYENT/VALL D'ALBAIDA	ONTINYENT/VALL D'ALBAIDA			
FUNDACIÓN	2003	2005	1995			
EDICIÓN	SEMANAL	SEMANAL	SEMANAL			
DÍA PUBLICACIÓN	JUEVES	VIERNES	SÁBADO			
PRECIO	1,00	1,00	1,50			
PÁGINACIÓN	24	32	40			
EJEMPLARES	2500	1450	2000	5.950	37.485	384

PROVINCIA DE CASTELLÓ						
CABECERA	7 DIES ACTUALITAT VINAROS	7 DIES ACTUALITAT BENICARLO		TOTAL EJEMPLARES	TOTAL LECTORES	TOTAL PÁG./MES
EMPRESA	EDITORIAL ANTINEA	EDITORIAL ANTINEA				
ÁMBITO	VINARÓS	BENICARLÓ				
FUNDACIÓN	2001	2004				
EDICIÓN	SEMANAL	SEMANAL				
DÍA PUBLICACIÓN	VIERNES	SÁBADO				
PRECIO	1,20	1,20				
PÁGINACIÓN	32	32				
EJEMPLARES	1.000	1.000		2.000	12.600	256

PROVINCIA DE ALACANT							
CABECERA	CANFALI LA MARINA	ESCAPARATE	VALLE DE ELDA	EL NOSTRE CIUTAT	TOTAL EJEMPLARES	TOTAL LECTORES	TOTAL PÁG./MES
EMPRESA	MARINA ALTA PERIÒDIC S.L.	AREA OBERTA S.L.	EDICIONES NOTIVALLE	MÉS CIUTAT S.A.			
ÁMBITO	DÈNIA	IBI/FOIA CASTALLA	ELDA	ALCOIÀ/COMTAT			
FUNDACIÓN	1976	1993	1956	2013			
EDICIÓN	SEMANAL	SEMANAL	SEMANAL	BISEMANAL			
DÍA PUBLICACIÓN	SÁBADO	VIERNES	VIERNES	MART/SÁBADO			
PRECIO	2,10	1,50	1,00	1,50/2,00			
PÁGINACIÓN	80	32	36	32/40			
EJEMPLARES	6.000	950	2.500	2.000/25.000	13.950	87.885	880

PUBLICACIONES MENSUALES

CABECERA	CRÒNICA DE OLIVA	PORTADA.INFO		TOTAL EJEMPLARES	TOTAL LECTORES	TOTAL PÁG./MES
EMPRESA	SICOMGLOBE XXI S.L.	BELJANA PORTADA COMUNICACIÓN, S.L.				
ÁMBITO	OLIVA/LA SAFOR	VILLENA				
FUNDACIÓN	1997	2005				
EDICIÓN	BIMESTRAL	MENSUAL				
DÍA PUBLICACIÓN	-	-				
PRECIO	2,00	1,00				
PÁGINACIÓN	16	48				
EJEMPLARES	1.000	2.000		3.000	18.900	56

TOTAL GLOBAL	11 PUBLICACIONES Y 10 EMPRESAS			24.900	156.870	1.576
--------------	--------------------------------	--	--	--------	---------	-------



7.2. REFLEXIONS SOBRE EL FUTUR DE LA PREMSA COMARCAL



Francesc Martínez Sanchis. Doctor en Comunicació Interdisciplinar. Autor de la publicació «Peridisme local i comarcal. La comunicació valenciana de proximitat.» (València 2010).

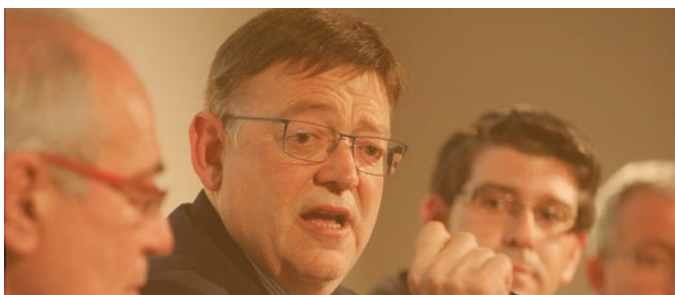
«LA INFORMACIÓ DE PROXIMITAT TÉ FUTUR»

El creixement ha estat moderat però sostingut. De fet, en 2007 s'editaven 87 periòdics de proximitat, de pagament i gratuïts. Això sí, amb grans diferències en l'ús de les dues llengües oficials. Sols 18 d'aquests periòdics són escrits preferentment en valencià.

Fora com siga, és indiscutible que la informació de proximitat té futur. En el moment present el principal repte de la premsa comarcal valenciana és aconseguir un model de negoci estable que trenque la precarietat a la

qual ha estat sotmesa històricament aquesta premsa, és a dir, consolidar la normalització d'un mercat de lectors i de publicitat que puga donar continuïtat a la xarxa de periòdics locals i comarcals existent.

En aquest sentit, Martínez advoca per la creació d'un Observatori Autònom de la Comunicació, amb un capítol dedicat a la comunicació local. Organisme amb finançament de la Generalitat i les diputacions i la participació de les universitats valencianes. Un Observatori de la comunicació per a consolidar un estructura dedicada a la investigació, divulgació i formació sobre la comunicació local. Això permetrà censar periòdicament els mitjans, mesurar audiències, analitzar les estructures organitzatives i professionals, veure febleses i forteses, valorar la convergència entre premsa escrita i digital, i traçar estratègies de futur.



Ximo Puig. President de la Generalitat Valenciana.

«EL SECTOR PERIODÍSTIC
ÉS EL SEGON MÉS
COLPEJAT PER LA CRISI»

El president del Consell va subratllar la importància de comptar amb un «ecosistema comunicatiu fort i que gire entorn d'una Ràdio Televisió Valenciana pública sostenible i de qualitat». Des de la seua experiència com a periodista de poble, tal com es va definir, va valorar la situació actual de la professió i va assenyalar que «el sector periodístic és el segon, després de la construcció, més colpejat per la crisi. Sense periodistes no hi ha democràcia i la qualitat democràtica es garanteix amb l'existència de mitjans de comunicació. El nou paradigma de la Comunitat Valenciana haurà d'estar unit a la cultura, a la nostra identitat i a la nostra manera d'entendre el món. Solidaritat, obertura i cultura són els valors que hauran de propagar-se a partir d'aquest moment a través la associació.



Manuel Palomar. Rector de la Universitat d'Alacant.

«LA GENT NECESSITA
CONSUMIR PREMSA
COMARCAL»

a creació de l'Associació de Premsa Comarcal Valenciana és una oportunitat necessària per a vertebrar el territori. La gent sent el concepte de comarca i necessita consumir premsa comarcal, la qual ha de tenir un paper reivindicatiu en la societat.



Jorge Rodríguez. President de la Diputació de València i alcalde d'Ontinyent.

«CAL ESTIMAR LA
PROFESSIÓ PER
MANTINDRE LA FLAMA DE
LA PREMSA COMARCAL»

Una heroïcitat en els temps que corren. Cal ser molt valents des del punt de vista empresarial i tindre en alta estima la professió periodística per mantindre viva la flama de la premsa comarcal en paper i de pagament. La premsa no sols actua com a informadora, sinó també com a transmissora de valors, de pensaments, de comportaments, de cultura. Per això necessitem una premsa local que transmeta i reforce allò que son i allò que anhelem com a societat.



Jorge Hermosilla. Vicerector de Participació i Projecció Territorial de la Universitat de València.

«LA PREMSA
COMARCAL
ESTÀ VIVA»

Es parla de globalització dels grans grups, la irrupció de les xarxes socials...però la premsa comarcal està viva perquè el fet comarcal existeix. Per això és lògic que existisquen mitjans de comunicació que s'identifiquen amb aqueixa realitat territorial.

7.3.

L'ENTREVISTA: RAMÓN CLIMENT



Medalla de Oro de España. La entidad que preside José Luis Salazar fue fundada en 1996 para crear en el intercambio y divulgar entre dirigentes y políticos. Chordá, no es necesario decirlo, se mostró emocionada con su distinción.



ACIERTA

RAFAEL NADAL Tenista

El tenista balear, probablemente el mejor deportista español de todos los tiempos, ha vuelto. Días después de imponerse en Montecarlo, ayer se hizo con la victoria en el torneo Conde de Godó e igualó el récord de Guillermo Vilas como tenista que más títulos ha ganado sobre arcilla en la historia. Roland Garros ya se dibuja en el horizonte.

RAFAEL NADAL No todo estará perdido mientras haya ferias de libros y en los kioscos vendan obras de Ortega y Gasset y Maquiavelo



Carlos Fabra. O sea que ya está en la calle hacen los políticos, se merecen. Ahora, el deber se puede en la ciudad no ha estado nada en

Franquismo. El mayor colaborador para la investigación de los delitos del franquismo, los partidos Social, los partidos el sueldo que cobra para



Ramón Climent. President de l'Associació de la Premsa Comarcal Valenciana i director de El Nostre Ciutat.

«L'ASSOCIACIÓ SORGEIX COM A RESPOSTA A L'ABSOLUTA MARGINACIÓ»

Com sorgeix la idea de crear una associació de capçaleres comarcals que a més, aglutina a mitjans de les tres províncies?

La iniciativa sorgeix com a resposta a l'absoluta marginació d'aquest sector.

L'administració autonòmica, la nacional i les grans empreses marginen en les seues campanyes a la premsa comarcal. L'Associació pretén donar visibilitat a aquests mitjans i servir com a vía de reivindicacions. A més,

sorgeix per a poder compartir experiències i dur a terme projectes en comú.

–Amb quin objectiu es crea?

Les finalitats de l'Associació vénen recollides clarament en els nostres estatuts. D'una banda, la gestió, defensa i foment dels interessos econòmic-socials comuns dels seus associats i del conjunt de la premsa local i comarcal, a exclusió de les activitats de defensa d'interessos professionals als quals es refereix la Llei 19/1977 d'1 d'abril, reguladora del Dret d'Associació Sindical. D'altra banda, tenim també la divulgació i la promoció pública de les publicacions associades i finalment, la promoció i el suport a la constitució, consolidació i interrelació d'editors periodístics.

–Quins avantatges aporta als integrants?

En general, totes les prestacions de serveis que tinguen interès per als associats, com la cerca i gestió de suports publicitaris per a les publicacions associades, la formació professional continuada dels associats i del seu personal,

**LA PREMSA COMARCAL NO
COMPETEIX, EN ABSOLUT, AMB
ELS PERIÒDICS TRADICIONALS.
INFORMEM, EXACTAMENT, DEL
QUE NO INFORMEN ELS PERIÒDICS
REGIONALS O NACIONALS**

així com l'administració i gestió dels recursos pressupostaris i patrimonials de l'associació. També cal subratllar la representació dels associats davant les Administracions i de terceres persones, així com la producció de productes editorials o promocionals per a la distribució conjunta.

–La crisi ha afectat de forma demoledora als mitjans de comunicació en general, tant de l'àmbit estatal com autonòmic. Com definiria l'estat de salut de la premsa comarcal?

De pura supervivència i en constant exercici de funambulisme. De tota manera i per la grandària xicoteta de les empreses, aconsegueix mantenir-se i superar amb més facilitat els vendavals de la crisi. Hi ha alguns periòdics mensuals que ho elaboren entres dos periodistes que fan tots els treballs, des de redactar a maquetar, inclosa la tasca comercial.

–No resulta complicat competir amb els periòdics tradicionals, més si tenim en

compte que la inversió publicitària també ha incidit negativament en qualsevol dels estrats, alt, mitjà o xicotet d'anunciants?

La premsa comarcal no competeix, en absolut, amb els periòdics tradicionals. Nosaltres no publiquem notícies nacionals ni internacionals. El nostre àmbit és la comarca, la informació de proximitat. Informem, exactament, del que no informen els periòdics regionals o nacionals.

–De quants exemplars i nombre de lectors parlem?

Parlem d'un tiratge de 24.900 exemplars i de 157.000 lectors mensuals, la qual cosa suposa un 6,3 lectors per exemplar, segons l'última dada del CIS.

–Finalment, algun projecte o iniciativa per a millorar la quota de mercat enfront de les capçaleres tradicionals?

La nostra competitivitat està enfront de nosaltres mateixos, no enfront dels tradicionals. El nostre problema és la falta d'atenció per part de les administracions provincials, autonò-

miques o nacionals. I per a millorar la nostra competitivitat necessitem els recursos que ens neguen precisament perquè no parlem d'ells tots els dies. L'Associació és la millor iniciativa que hem tingut per a poder augmentar la nostra competitivitat. El problema de la premsa comarcal no són els periòdics tradicionals sinó la revolució que ha suposat el «tot gratis» d'internet i la bolcada de lectors cap a les xarxes socials i la informació digital gratuïta.

8.

XARXA D'EMISSORES MUNICIPALS VALENCIANES

COMPROBAR SIEMPRE
LAS GRABACIONES

La Comunitat Valenciana comptava amb 52 emissores municipals amb llicència l'any 2011. Aquestes ràdios suposaven un model de mitjà de comunicació de servei, proximitat i participació ciutadana però molt dependent de la administració local, tant per la financiació com per la indefensió jurídica en la que estaven moltes emissores que emetien sense llicència administrativa, encara que consentides per la Generalitat⁶.

La dependència econòmica de les corporacions locals va suposar el tancament de moltes d'aquestes emissores amb l'inici de la crisi. El més sonat va ser el de Aldaia Ràdio, amb 42 programes diferents entre informatius, entreteniment i cultura⁷. En 2012, l'ajuntament governat pel Grup Popular tancava l'emissora, que portava deu anys en emissió, esgrimint la crisi com el motiu principal, i deixava al carrer tres periodistes i un tècnic.

La Corporació Municipal afegia a més, que en un informe del equip de govern anterior, els socialistes havien conclòs que la incidència de la ràdio municipal era mínima en la població, molt

per darrere del BIM o el periòdic local⁸. Altres emissores de referència que es van vore obligades a tancar van ser Ràdio Sol Albal (que posteriorment va ser reoberta), Ràdio Alaquàs, Sedaví Radio, i així fins a 30 emissores que s'han quedat pel camí de la crisi.

Fa just deu anys, naixia la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes, avui composta per Ràdio l'Om de Picassent, Ràdio Sol d'Albal, Ràdio Túria L'Eliana, Ràdio Godella, Burjassot Ràdio, Ràdio Mislata, Ràdio Riba-roja, Ràdio Rabossa d'Almàssera. En total, la xarxa dona treball a una dotzena de periodistes.

L'Associació es va crear amb l'objectiu de mantenir "uns mitjans de proximitat i amb vocació de servei públic", però també com a nexa d'unió per a l'intercanvi de programació i sinèrgies comunicatives. A l'inici de 2016 es va celebrar la primera reunió de la XEMV orientada cap a un nou model organitzatiu.

6- Veure: Martínez, Sanchis, F. *Periodisme local i comarcal. La comunicació valenciana de proximitat*. PUV, 2010. Pág. 107.
7- Idem.

8- *Levante-EMV*, "Aldaia cierra su emisora de radio y despide a cuatro trabajadores", 16.02.2012, [en línia] <http://www.levante-emv.com/comarcas/2012/02/16/aldaia-cierra-emisora-radio-despide-cuatro-trabajadores/881859.html> Última cerca: 8.3.2016.

8.1. UN FULL DE RUTA PER AL FUTUR

De la reunió de principis de febrer surgeix la següent fulla de ruta⁹:
«Després de deu anys estrenyent lligams i compartint continguts i programes, la **Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes** considera que ha arribat el moment de reorganitzar-se per a afrontar el futur més immediat, un horitzó des del que albiren bones dosis d'optimisme i il·lusió.

1.- Definir un marc jurídic sòlid i estable per a la XEMV.

Després de diversos i infructuosos intents de constituir la Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes com una agrupació d'ajuntaments, considerem que la futura XEMV ha de crear-se baix el paraigua d'un ens autonòmic capaç d'oferir seguretat i estabilitat. Una possible solució seria que la FVMP o la Generalitat crearen un ens amb personalitat jurídica pròpia, al qual posteriorment se li anaren adherint els municipis interessats a formar part de la Xarxa.

2.- Promoció i difusió de la XEMV.

El pas següent a la creació de la XEMV ha de

9- Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes (XEMV), Full de ruta: *Necessitats i objectius per al futur més immediat*, Mislata, 19.02.2016.

ser la promoció i difusió de l'ens, a partir del disseny d'una imatge institucional i un espai propi en Internet i en les diferents xarxes socials. A més, conscients de la necessitat de promocionar les emissores de ràdio municipals, es proposen una sèrie de mesures que contribuirien també a visibilitzar el paper d'aquestes ràdios i generalitzar el coneixement de la seua existència entre la ciutadania.

3.- Tramitació de llicències.

Una de les necessitats de les emissores de ràdio municipals i també d'aquells ajuntaments que estan estudiant la possibilitat de crear-ne una de nova és un servei de gestió i tramitació de les llicències. Considerem que la Generalitat Valenciana, a través de la direcció general de Relacions Informatives, podria habilitar un servei de gestió de llicències i concessions, amb fil directe per a la resolució de conflictes i capaç d'oferir assessorament tècnic i jurídic a les noves emissores.

**FINS A 30 EMISSORES
MUNICIPALS S'HAN
QUEDAT PEL CAMÍ
DE LA CRISI**

4.- Formació.

La professionalització de les ràdios municipals passa obligatòriament per la formació i el reciclatge de les persones que treballen en elles. Per això, un dels aspectes que s'han de potenciar des de la futura XEMV és la posada en marxa d'iniciatives específiques per a formar els professionals i col·laboradors que treballen en les emissores.

5.- Continguts.

La major part dels programes de les emissores municipals són produïts per col·laboradors i col·laboradores, és a dir, per persones que no tenen cap relació contractual amb els ajuntaments. Aquesta circumstància provoca que molts dels continguts de les ràdios municipals partiquen dels gustos o aficions de les persones que els realitzen i que, en no poques ocasions, les emissores tinguen dificultats per a completar les seues graelles amb programes de contingut informatiu i de servei públic. Per aquest motiu, es fa necessària la promoció, a través de la Xarxa d'Emissores Municipals

Valencianes, d'espais que perseguisquen objectius comuns, com per exemple la promoció del valencià, la recuperació de la història i les tradicions dels municipis, els programes amb finalitats socials i inclusives, etc.

6.- Col·laboració entre emissores.

La Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes, amb el suport de les administracions públiques d'àmbit supramunicipal, ha de promoure la col·laboració entre les diferents emissores que conformen la Xarxa per a portar endavant projectes conjunts. Les ràdios locals tenen molts aspectes comuns unes amb altres, ja siguen de caràcter geogràfic, social, cultural, esportiu o de qualsevol altra mena, i la XEMV ha de ser l'ens que propicie l'enteniment i la col·laboració entre totes elles.

7.- Necessitats tècniques.

Les principals febleses de les emissores municipals vénen propiciades pels recursos limitats que els ajuntaments poden destinar al funcionament de les mateixes. Per aquest motiu, un

dels aspectes més importants del suport institucional que reclamem per a potenciar i reforçar el paper dels mitjans de comunicació de titularitat pública és el suport econòmic, una ajuda que servisca per a cobrir algunes de les necessitats cròniques, tant a nivell tècnic com de recursos humans.

8.- Recursos humans.

El capital humà és el principal recurs que necessiten les emissores municipals per a complir amb la seua funció social i fer arribar a la ciutadania informació de proximitat i de servei públic. No obstant això, la realitat és que les ràdios no compten amb personal suficient per a poder exercir adequadament aquesta tasca i aquest ha de ser un dels objectius prioritaris de la XEMV. A més de consolidar els llocs de treball existents i combatre la precarització dels professionals que treballen en les emissores municipals, la XEMV proposa algunes mesures que servirien d'estímul:

- Pla d'ocupació per a joves acabats de graduar. Històricament, les emissores de radio

**LA XARXA D'EMISSORES
MUNICIPALS VALENCIANES
CONSIDERA QUE HA ARRIBAT EL
MOMENT DE REORGANITZAR-
SE PER A AFRONTAR EL FUTUR
MÉS IMMEDIAT, UN HORIZÓ
DES DEL QUE ALBIREN BONES
DOSIS D'OPTIMISME I IL·LUSIÓ**

d'àmbit local han sigut l'escola d'aprenentatge de grans professionals de la ràdio, tant de l'àmbit del periodisme i la comunicació com dels tècnics de so. Per tant, un pla d'ocupació per a joves que hagen completat la seua formació acadèmica i busquen el seu primer lloc de treball seria una solució ideal per a pal·liar la falta de personal de les emissores i, a més, per a dinamitzar un sector de la comunicació que ha patit molt els efectes de la crisi.

-Pràctiques formatives. Este pla d'ocupació podria complementar-se també amb un conveni a nivell supramunicipal amb la Fundació Adeit i altres escoles professionals per a la realització de pràctiques formatives curriculars en les emissores de la XEMV.

9.- Drets d'autor

Els drets d'autor constitueixen una de les despeses fixes per a totes les emissores de ràdio municipals, per la qual cosa considerem que seria positiu que l'ens autonòmic que done assumisca la futura XEMV negocie amb les diferents associacions que gestionen estos drets

(SGAE, Agedi, AIE i altres) un conveni conjunt per a totes.

10.- Futura RTVV

La Xarxa d'Emissores Municipals Valencianes ha participat en les reunions del comitè d'experts per a l'elaboració de la llei que ha de posar en marxa la Ràdio Televisió Valenciana. En este fòrum ja hem exposat la necessitat que el futur ens seguisca un model inclusiu, en el qual les emissores municipals puguen oferir informació puntual del que ocorre en els seus municipis, que siguen ràdios associades a l'ens autonòmic i que la convivència i la col·laboració entre la ràdio autonòmica i les municipals siga recíproca».



9.
MITJANS DE
COMUNICACIÓ
EMERGENTS

En el següent capítol hem volgut reflectir algunes iniciatives empresarials sorgides durant la crisi, com a alternativa a la destrucció d'ocupació en els mitjans convencionals. Aquesta és una xicoteta mostra, però existeixen molts altres amb la mateixa finalitat. Es tracta d'emprenedors que, aprofitant les possibilitats de la digitalització, irrompen en un mercat a baix cost i amb un potencial consumidor cada vegada més familiaritzat amb els mitjans digitals.

Alguns d'aquests projectes estan promoguts per antics treballadors de RTVV afectats per l'ERO que han aprofitat les seues trajectòries per a iniciar alternatives innovadores.

VALENCIA PLAZA

Valencia Plaza va sorgir l'any 2010 de la mà de quatre periodistes, tots aturats en aqueix moment, com un mitjà econòmic orientat a posicionar-se en un nínxol de mercat poc cobert a la Comunitat Valenciana. Si bé aquella va ser la idea original, el mitjà va anar obrint-se a informació política, cultural, esportiva i local.

En l'actualitat, el periòdic compta amb quinze periodistes en plantilla, tots amb contracte fix i amb fotògrafs col·laboradors que presten els seus serveis, tal com indiquen des de l'empresa, a través d'una agència especialitzada que treballa també per a altres mitjans.

A més del personal contractat, compta amb col·laboradors fixos en la secció de cultura que escriuen una peça setmanal, i amb columnistes fixos.

El desenvolupament de Valencia Plaza ha anat paral·lel al d'altres mitjans nacionals que han tingut molt èxit. El creixement anual del periòdic valencià és del 30-40%, si bé a l'inici de l'any 2016, ha superat les seues xifres en un 100% pel que fa al mateix període de 2015.

INFO TV

Naix en 2005 com un canal de televisió independent, professional, plural i en valencià, alternatiu a la televisió autonòmica Canal 9 que mancava dels principis bàsics d'objectivitat i pluralisme informatiu. El projecte, iniciat pel periodista valencià Juli Esteve, va començar

amb el finançament provinent de socis que van aportar en el seu moment la quantitat d'un milió d'euros. La iniciativa empresarial va donar treball a 15 videoperiodistes, alguns amb major perfil de redactor i uns altres amb major domini de l'audiovisual.

No obstant açò, InfoTV es va veure fóra del repartiment dels concursos de la Generalitat Valenciana per a l'adjudicació de diversos canals de Televisió Digital Terrestre (TDT), autonòmica i local, per a poder continuar amb la seua emissió, per la qual cosa va haver de tancar, tot i que financerament havia aconseguit un equilibri que no feia perillar la seua continuïtat. En aquell moment havia aconseguit els 70.000 espectadors diaris i 300.000 mensuals.

A partir de llavors, l'empresa començà a funcionar com a productora en l'elaboració de documentals amb continguts d'un reconegut nivell periodístic.

Des de 2008, data en la qual es va reconvertir en productora, ha produït vuit documentals que li ha permès mantenir en actiu l'empresa, encara que amb només dos treba-

**VALENCIA PLAZA VA SORGIR
L'ANY 2010 DE LA MÀ DE
QUATRE PERIODISTES, TOTS
ATURATS EN AQUEIX MOMENT I
EN L'ACTUALITAT COMPTA AMB
QUINZE PERIODISTES EN PLANTILLA**

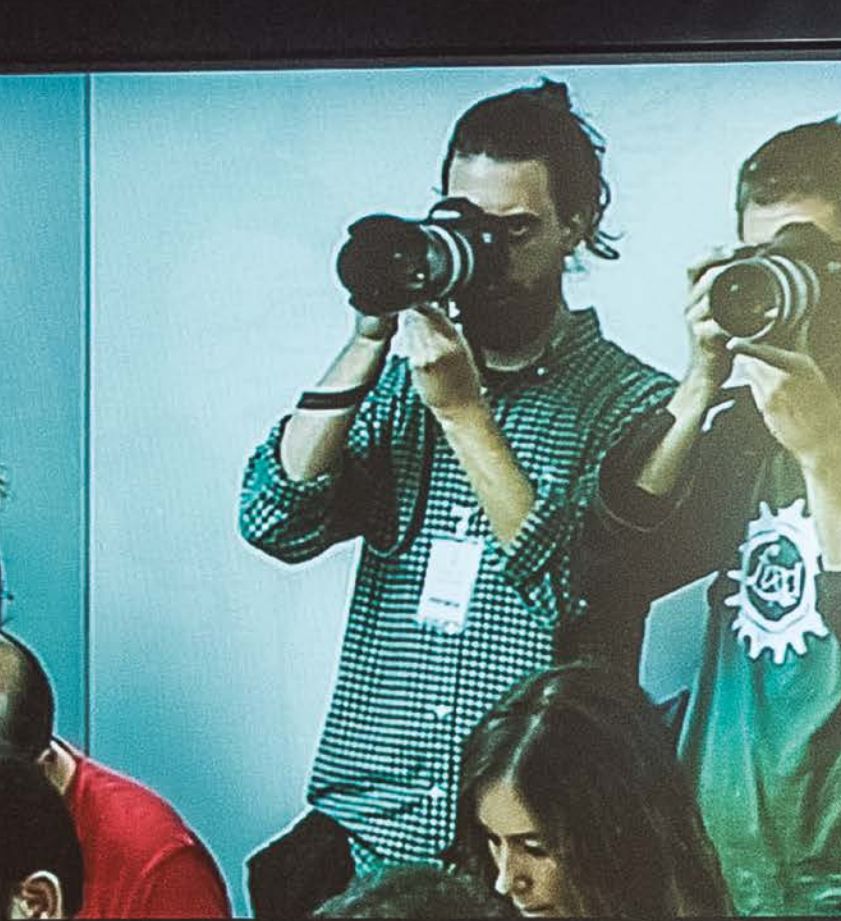
lladors fixos que es complementen amb altres contractes temporals vinculats a projectes concrets.

SAMARUCDIGITAL

SamarucDigital és un portal especialitzat en informació mediambiental on té especial rellevància els continguts audiovisuals. La idea parteix d'un grup de professionals afectats per l'ERO de RTVV, lligats directament amb el programa de "Medi Ambient" de Punt 2. La publicació és una alternativa al tancament del canal autonòmic i en ella participen cinc periodistes i sis tècnics audiovisuals amb una dilatada trajectòria professional. En conjunt conformen un equip multidisciplinari entre periodistes, productors, realitzadors, muntadors, càmera, dissenyadors gràfics i un músic-compositor col·laborador.

La iniciativa té com a característica que els usuaris poden opinar sobre els continguts, proposar temes per als audiovisuals, pujar els seus propis temes mediambientals o seguir la publicació a través de les xarxes socials

**INFO TV NAIX EN 2005 COM UN
CANAL DE TELEVISIÓ INDEPENDENT,
PROFESSIONAL, PLURAL I EN
VALENCIÀ, ALTERNATIU A LA
TELEVISIÓ AUTONÒMICA CANAL 9**



Panasonic

9.1.

L'ENTREVISTA:

ÁLVARO

OLAVARRIA I

FÈLIX TENA



**Álvaro Olavarria
(A. O.), director i
productor**



**Fèlix Tena
(F.T.), director de
continguts**

«APROFITEM CONEIXEMENTS I EXPERIENCIA DE 15 ANYS EN EL PROGRAMA MEDI AMBIENT DE RTVV»

specialitzat en continguts mediambientals, SamarucDigital pretén cobrir un buit que va deixar el programa Medi Ambient de Canal 9. Els seus promotors, la majoria extreballadors del mateix, aposten per omplir un espai que té demanda.

–(A. O.) Com sorgeix la idea?

La idea sorgeix de part d'alguns dels professionals que treballavem al programa Medi Ambient de RTVV, un programa amb més de 15 premis que va ser eliminat, va deixar de produir continguts nous, en 2012 abans del tancament de RTVV en 2013. Vam pensar que el buit que va deixar la radiotelevisió pública afectava també de manera especial els continguts sobre medi ambient. Per això, aprofitant els coneixements, experiència i el bagatge professional acumulat durant els 15 anys que va durar el programa Medi Ambient, vam considerar una proposta interessant oferir un mitja especialitzat en aquests tipus de continguts i a més en valencià. Sempre amb un filosofia que va des dels temes locals a una perspectiva global.

–(F. T.) A qui va dirigit fonamentalment?

A qualsevol persona. Evidentment volem arribar a la major quantitat de públic possible però sobretot partint d'aquella gent interessada en els continguts mediambientals, siga quina siga la seua formació o interessos.

–(A. O.) Per a la crisi que pateix el sector empresarial de la comunicació valenciana, no és una aposta arriscada?

Iniciar una nova proposta empresarial sempre és una aposta arriscada i en este cas, davant la crisi del sector periodístic, i després del tancament de RTVV encara més. Si no t'arrisques no et mous. No obstant les grans possibilitats de difusió que ofereix internet ens va decidir tirar endavant el projecte. Es tracta d'omplir on buit que pensem que té demanda, davant la creixent importància transversal dels continguts sobre medi ambient que afecten altres seccions informatives.

–(F. T.) En la presentació del portal es parla que la part audiovisual és la més destacada. Què ofereix exactament si ho comparem amb el que entenem com un periòdic digital?

Ofereix moltes coses noves. Partim del format d'un portal transmèdia i multiplataforma que inclou audiovisuals, compaginat amb articles com en altres diaris digitals. Combinem un

LA IDEA SORGEIX DE PART D'ALGUNS DELS PROFESSIONALS QUE TREBALLAVEM AL PROGRAMA MEDI AMBIENT DE RTVV, UN PROGRAMA AMB MÉS DE 15 PREMIS QUE VA SER ELIMINAT

tercer format mixte que suposa la inclusió de les declaracions dels entrevistats en vídeo, d'esta manera el clàssic “entrecomillat” es canvia per directament les declaracions de la persona que citem.

Sobretot, la novetat es l'especialització en continguts mediambientals i l'ús prioritari del format de vídeos informatius per contar eixes informacions, a l'estil d'un programa de televisió. De fet, SamarucDigital no només té difusió per internet, tenim un conveni de col·laboració amb l'Associació de Televisions de Proximitat de la Comunitat Valenciana per la difusió dels nostres continguts en nombroses televisions des de Vinaròs a Oriola. A més hem subscrit una col·laboració amb la televisió municipal La Pobla TV, de la Pobla de Vallbona, i també amb Baandú, una aplicació d'informació local per a mòbils.

–(A. O.) Com es finança?

En l'actualitat la nostra font de finançament són els patrocinis d'empreses, associacions o institucions. No volem incloure una publicitat

invasiva de manera que afecte la imatge dels continguts, per això utilitzem una format que acompanya les informacions per davant i per darrere. A més la nostra natura de portal transmèdia i multiplataforma ens permet captar tant la publicitat que podem obtindre per internet com per les diverses televisions en les quals hem començat a col·laborar.

–(F. T.) A quants professionals dóna treball?

Bàsicament cinc periodistes que col·laboren en diversos graus i sis tècnics audiovisuals. A més tenim altres dos periodistes més que col·laboren esporàdicament. Tenim en comú que molts provenim del programa Medi Ambient de RTVV amb anys d'experiències compartides.





10. LA NOVA EIXIDA PROFESSIONAL: LA DOCÈNCIA

D e l'enquesta realitzada en aquest estudi es desprèn que el 63,1% (fig. 47) de les persones que es trobaven en l'atur s'havien vist forçades a canviar d'àrea laboral. Una de les eixides recurrents ha sigut la docència, una oportunitat laboral per la qual ha optat el 20'6% (fig, 48) dels enquestats.

L'Asociación de la Prensa de Madrid ja apuntava l'any 2014 que més d'un terç de la professió havia escollit la docència com una eixida professional, ja fora en màsters universitaris o bé en l'ensenyament en Secundària¹⁰. Assignatures com Literatura, Geografia, Història, Castellà, Valencià, Francès, Anglès o Alemany són les matèries a les quals opten els llicenciats en periodisme que decideixen matricular-se en el Màster de Formació de Professorat de la Comunitat Valenciana que compta amb 2.346 matrícules a l'any, superant a la Comunitat de Madrid amb 1.890 o Catalunya amb 1.007¹¹.

La demanda de matrícules en aquest màster que capacita a professionals de diferents àrees a exercir com a professors de Secundària s'ha disparat en els últims cinc anys. A

10- Asociación de la Prensa de Madrid, *Informe Anual de la Profesión Periodística* 2014.

11- Veure: De la Torre, N. "Hacerse profesor, el último recurso", *El Mundo*, 22.09.2014., [en línia] <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/09/22/541f1446ca474116538b4585.html>. Última Cerca: 2.03.2016.

**EL MÀSTER DE FORMACIÓ DE
PROFESSORAT DE LA COMUNITAT
VALENCIANA COMPTA AMB 2.346
MATRÍCULES A L'ANY, SUPERANT
A LA COMUNITAT DE MADRID AMB
1.890 O CATALUNYA AMB 1.007**

la Universitat de València s'ha passat de 1.300 inscripcions a 1.800, moltes de les quals són de periodistes. En el cas de la Universitat Catòlica de València que també imparteix el màster, el nombre ha crescut de 135 alumnes a 420, dels quals un bon nombre de matriculats, tal com assenyalen fonts de la universitat, són antics treballadors de Canal Nou.

Des de l'organització del Màster de Secundària de la Universitat de València assenyalen que, cadascuna de les disciplines que s'imparteixen, compta cada any amb almenys quatre alumnes procedents de periodisme. Això suposa un càlcul a la baixa d'entre 130 i 150 futurs professors periodistes formats en les set edicions que ha tingut aquest màster. A aquesta xifra cal afegir la d'altres universitats de la Comunitat com la Sant Vicent Màrtir, la Miguel Hernández d'Elx o la Jaume I de Castelló, que sumades elevarien a, aproximadament, 350-400 la xifra de periodistes que han cursat estudis per a professor de Secundària.

La Comunitat Valenciana té una capacitat de 55.000 places de professor de secundària¹²,

12- Dades elaborades a partir d'informació facilitada per l'organització del Màster de Professorat de Secundària de la Universitat de València.

FIGURA 47. DURANT EL TEMPS A L'ATUR, HAS HAGUT DE CANVIAR D'ÀREA LABORAL?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

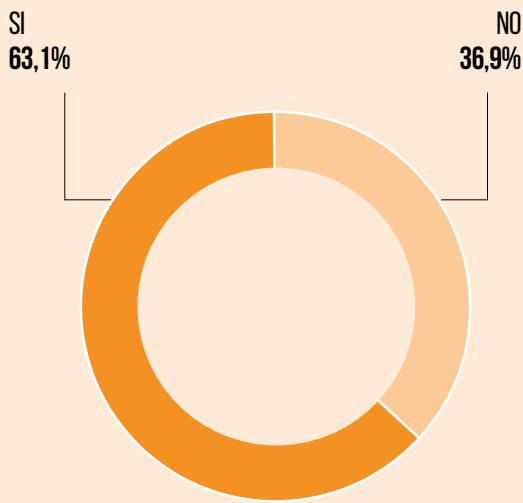
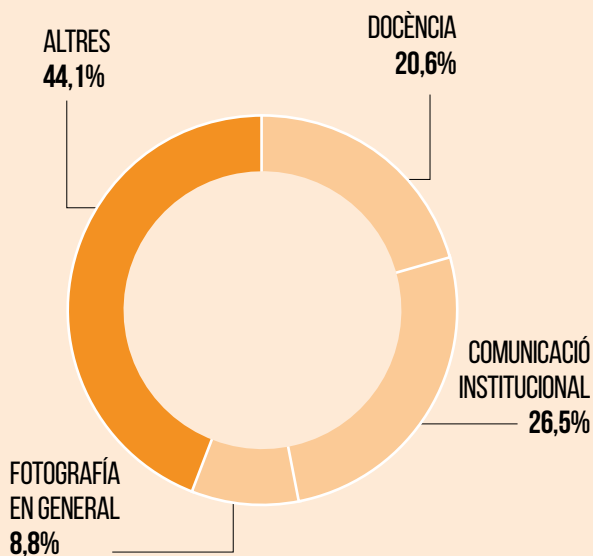


FIGURA 48. EN CAS AFIRMATIU, DE QUIN TIPUS?
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



tant en centres públics com concertats. Del muntant total, 49.945 són del sistema públic i 14.355 pertanyen a l'àmbit de l'ensenyament concertat¹³. Encara que les borses de treball són nombroses, les places que van eixint cada any gens tenen a veure amb altres èpoques en les quals es convocaven oposicions per a milers de professors.

Consultada la base de dades de la Conselleria d'Educació, només 80 professors catalogats com a funcionaris de carrera al·leguen tenir titulació de Periodisme¹⁴. És una xifra modesta però parcial ja que reflecteix únicament als professionals que tenen plaça de funcionari o bé són interins en actiu. Tot el muntant de periodistes que exerceixen en centres concertats o estan apuntats a les diferents borses d'ocupació no vénen reflectits en aquesta dada.

13- Veure: De la Torre, N. "Hacerse profesor, el último recurso", *El Mundo*, 22.09.2014., [en línia] <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/09/22/541f1446ca474116538b4585.html>. Última cerca: 2.03.2016.

14- Dada facilitada per la Conselleria d'Educació. Segons indiquen en aquest organisme la titulació prèvia dels professors ve reflectida només en els casos de personal en actiu amb plaça de funcionari o interí que està treballant als centres d'ensenyament públic.



11.

UNIVERSITATS

Malgrat la crisi, les xifres indiquen que la demanda d'inscripció d'estudiants en les diferents facultats públiques de periodisme no ha baixat a la Comunitat Valenciana des de l'any 2007.

La Facultat de Periodisme de la Universitat de València que va obrir les seues portes l'any 2000, accepta 80 estudiants per any, i des del començament del seu funcionament compta amb la nota de tall més alta de tota Espanya, només per darrere de la Universitat Pompeu Fabra, precisament per l'alt nombre de pre-inscripcions. Així, per exemple, la Facultat de Periodisme de la UV comptava amb una nota de tall de 8,42 sobre 10 en el curs 2009/2010 de l'antic pla, i en l'actualitat demana un 11,22 sobre 14.

Això també és un indicatiu d'excel·lència acadèmica dels alumnes que s'inscriuen en la carrera de periodisme dels quals la taxa de graduació ronda el 77,33%, i la taxa d'abandonament no arriba al 8%, encara que sí va pujar fins a un 19,28% en el curs 2013/2014, coincidint precisament amb el

tancament de Canal Nou. La llista d'espera d'aquesta facultat no ha baixat ni un any per sota dels 350 alumnes en aquests quinze anys, registrant les 800 preinscripcions en el curs 2014/2015, és a dir, després del tancament de l'ens audiovisual públic¹⁵.

La Comunitat a més compta amb altres dues facultats públiques, la Miguel Hernández d'Elx que va arrancar en 2005, i la Jaume I de Castelló que es va estrenar en 2009. La primera accepta 125 alumnes per any mentre que la segona compta amb 95 places que tots dos omplen en la primera fase de matrícula.

La facultat que podria haver experimentat una baixada en el nombre de matriculacions és la facultat de Periodisme de la Universitat Cardenal Herrera-CEU, que, en ser privada, podria acusar més els estralls de la crisi pels seus preus de matrícula. Sent la facultat més antiga de la Comunitat, amb 25 generacions de llicenciats, i amb 90 places a l'any, ha capejat la crisi de la mateixa manera que les públiques, amb una mitjana de matrícules a l'any que ronda els 300 alumnes, sent en els cursos

2013/2014, 2014/2015 i 2015/2016 superiors que les de 2007.

L'increment de matrícules en aquests cursos es justifica perquè coincideixen la finalització del cicle de la llicenciatura amb el començament del grau, tendència que es denota en la resta d'universitats. Però després de l'any 2014, la llicenciatura s'extingeix i per tant, tots els estudiants matriculats són de grau de periodisme. Les xifres d'alumnes a partir d'aquest curs tornen a nivells de 2011, amb un ple absolut als quatre centres universitaris de la Comunitat.

La clau de que la llicenciatura, ara grau de Periodisme seguisca sent atractiva per als estudiants sembla contradictòria amb l'alta taxa de desocupació en el sector, i amb un episodi tan poc encoratjador per al mateix com va ser el tancament de la RTVV, però es tracta "d'una professió carismàtica, en molts casos vocacional, a més de ser una carrera en la qual s'ofereix un ampli ventall de matèries que la fa molt interessant per als estudiants", tal com indica el coordinador del grau a la Universitat

15- Grau de Periodisme, Desenvolupament de l'Ensenyament. Dades facilitades per la Facultat de Periodisme de la Universitat de València.

**EL 86,9% DELS ENQUESTATS
AFIRMA TENIR TITULACIÓ DE
PERIODISME, UN 19,7%
COMPTA AMB UN MÀSTER I UN
7,7% AMB UN DOCTORAT**

de València, Josep Lluís Gómez Mompart. El professor subratlla que “Cada cop són més els professionals que consideren que la titulació en Periodisme és més necessària, ja que la informació és quelcom tan transcendent que necessita que qui l'exercisca estigua format”¹⁶.

En això coincideixen els professionals valencians enquestats en el present estudi que demostren tenir un nivell alt de formació, entre els quals el 86,9% afirma tenir titulació de periodisme, un 19,7% compta amb un màster i un 7,7% amb un doctorat, si bé no arriba al 60% el nombre total d'enquestats que ha finalitzat els seus estudis en la Comunitat Valenciana.

Dins del grup que sí ho ha fet, la Universitat CEU-San Pablo acapara el gruix de titulats amb un 32,08%, seguida de la Universitat de València amb un 19,25%. Aquesta dada s'explica amb la tardança incorporació dels estudis de periodisme en la Comunitat Valenciana (als anys 90) pel que fa a altres comunitats, sent a més una universitat privada la primera en oferir aquest tipus de formació.

16- Gómez Mompart. “Periodistes i periodisme a Espanya i al País Valencià”, *Arxius*, nº23, desembre, 2010.

11.1. MOLTS PERIODISTAS PER AL MERCAT PRECARI

Una dada cridanera que també apunta el catedràtic Mompart és que en quinze anys s'ha passat de 33 centres on s'impartia periodisme (la meitat de caràcter privat) a 52. Dit en xifres, aquest increment suposa que cada any ixen quasi 4.000 periodistes llicenciats en l'àmbit nacional, dels quals aproximadament 400¹⁷ es formen i graduen a la Comunitat Valenciana¹⁸. Segons dades de la Asociación de Prensa de Madrid des de 1976 (data de l'obertura de la primera facultat) fins a l'any 2014, hi havia 84.953 periodistes llicenciats en tota Espanya¹⁹. Amb els quasi 4.000 nous professionals llicenciats l'any 2015, hi hauria 88.904 periodistas graduats a tot el territori.

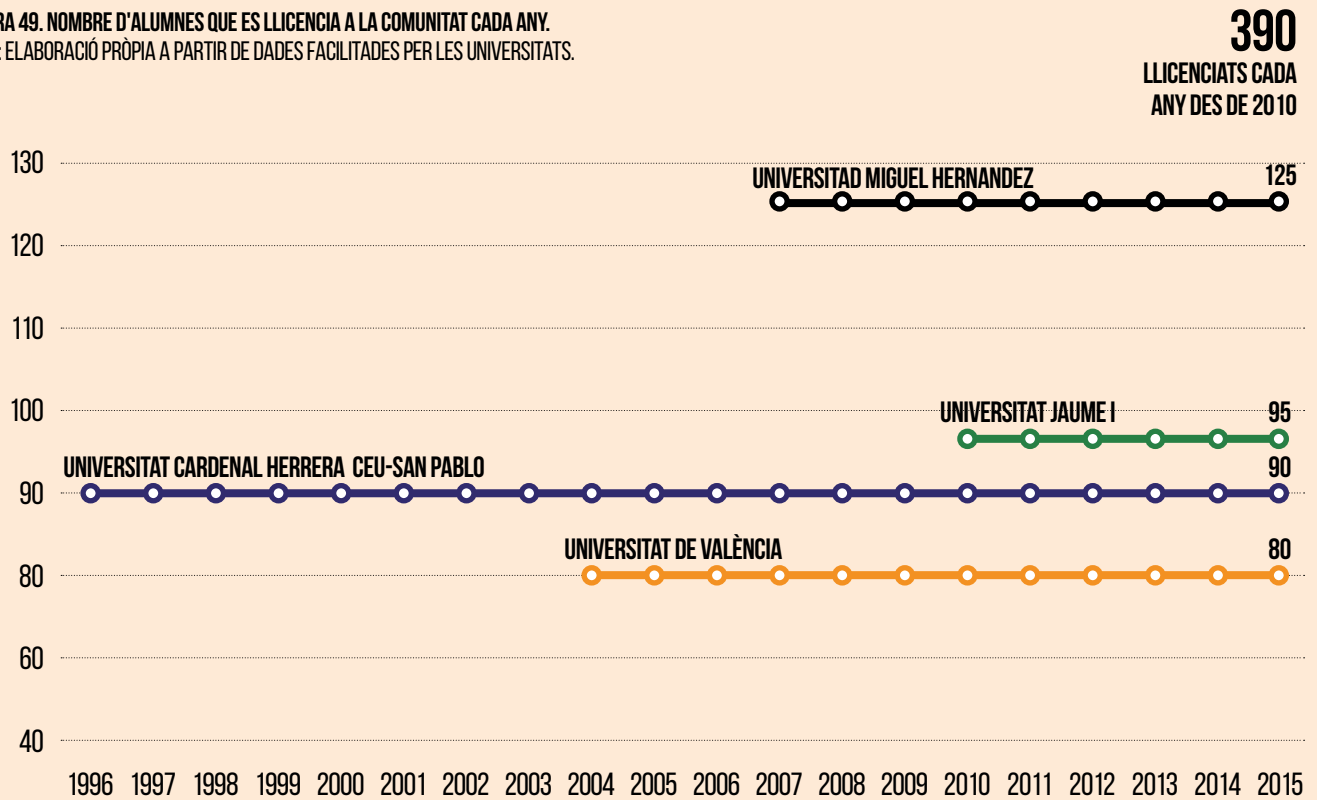
Com hem assenyalat, en la Comunitat es llicencien cada any aproximadament 400 estudiants segons fonts de la Universitat de València. En els 25 anys d'existència del Grau de Periodisme, en la Universitat Cardenal Herrera-CEU i les posteriors obertures de facultats públiques des de l'any 2000, la suma total ronda els 4.150 periodistes llicenciats ací.

17- Dada obtinguda del còmput total de llicenciats a les diferents universitats valencianes.

18- L'any 2015 es van llicenciar 3.951 periodistes en tota Espanya segons l'últim informe de la professió de la Asociación de Prensa de Madrid.

19- Informe de la Profesión de la Asociación de Prensa de Madrid, 2015.

FIGURA 49. NOMBRE D'ALUMNES QUE ES LLICENCIA A LA COMUNITAT CADA ANY.
FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR DE DADES FACILITADES PER LES UNIVERSITATS.



**CADA ANY ES LLICENCIEN
AL VOLTANT DE 400
PERIODISTES EN LES
UNIVERSITATS DE LA
COMUNITAT VALENCIANA**

És el que s'aprecia en el gràfic (fig. 49) on es recull l'increment gradual de titulats en correspondència amb les obertures de noves facultats i a la data aproximada d'eixida de nous graduats en cada centre. A aquests hi ha que afegir tots els professionals que han estudiat en universitats fora de la Comunitat.

11.2.

DEL PERIODISME A
LA COMUNICACIÓ

De l'enquesta elaborada per a aquest estudi es desprén que, malgrat l'augment extraordinari d'estudiants de periodisme parell a la situació de crisi, el 80,9% (fig. 50) va poder realitzar pràctiques professionals després de finalitzar els seus estudis, i el 71,5% (fig. 51) ho va fer, a més, mitjançant pràctiques remunerades. Això ho corrobora també el coordinador del grau de periodisme, Gómez Mompart, qui indica que durant els anys 2005-2010, el 85% del alumnat es quedava en l'empresa on havia realitzat les pràctiques, baixant la xifra al 60% en anys posteriors, però cada vegada menys en llocs directament lligats amb el periodisme i més amb càrrecs en l'àmbit de la comunicació.

Davant la situació de crisi del sector dels mitjans, alguns corrents acadèmics apunten la necessitat d'un nou model de la titulació de periodisme orientant cap a la comunicació en sentit ampli. És una tendència que es reflecteix en la pròpia enquesta en la qual el 90% dels professionals ha hagut d'ampliar

FIGURA 50. HAS REALITZAT PRÀCTIQUES LABORALS DURANT O DESPRÉS D'HAVER FINALITZAT ELS TEUS ESTUDIS?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.

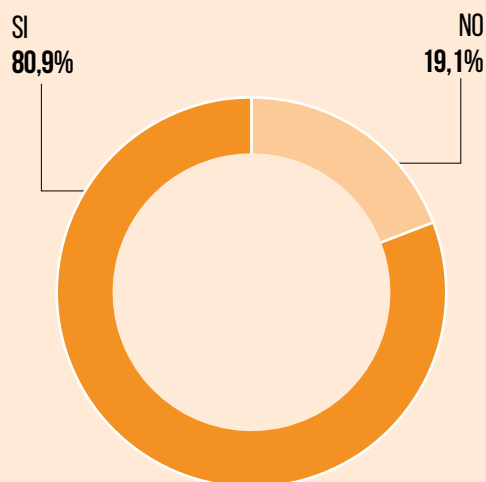
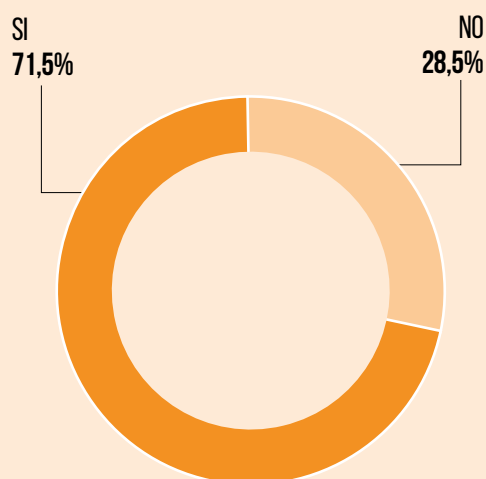


FIGURA 41. SI HAS REALITZAT PRÀCTIQUES, HAN SIGUT REMUNERADES O NO?

FONT: ELABORACIÓ PRÒPIA A PARTIR D'ENQUESTA.



la seua formació a partir de l'any 2007, sobretot en noves tecnologies i xarxes socials (un 63%), i enfocar l'ofici des dels mitjans tradicionals cap a la comunicació institucional i corporativa en un 26,9%. (Fig. 13).



Pinterest



Instagram



foursquare



Clicker



CONCLUSIONS:
A MODE DE
REFLEXIÓ.
ADAPTAR-SE
O MORIR

a recessió econòmica no fa més que agreujar la pròpia crisi interna del periodisme en general, que amb la irrupció d'internet experimenta una revolució semblant a la de l'aparició de la impremta, tal com assenyalen alguns autors. La carta oberta emesa el passat mes de març pel director del diari El País, Antonio Caño, a la seua redacció en la qual els comunicava la imminent transformació de la capçalera en un mitjà exclusivament digital, ha sigut una notícia d'enorme rellevància. No perquè és el primer mitjà que ho faça marcat per la crisi, la falta de publicitat en paper i la cada vegada major transferència de lectors cap a la web i cap a les aplicacions per a tablet o les smartphones, -ja ho han fet altres referents com The Guardian-, sinó perquè es tracta del periòdic més llegit d'Espanya que s'ha inclinat cap a la digitalització total. Caño indicava en la carta que “el pas del paper al digital és només un dels molts que haurem de donar fins a aconseguir el nostre vertader espai futur”, deixant veure així el moment d'inestabilitat i transformació que travessa la professió²⁰.

20- Caño, A. “Carta abierta del director de El País a la redacción del periódico”, *El País*, 3.03.2016., [en línia] http://elpais.com/elpais/2016/03/03/actualidad/1457031570_991358.html. Última cerca: 15.03.2016.

El vertiginós avanç en el desenvolupament de les noves tecnologies obliga al sector a reinventar-se constantment, intentant anar al pas de la immediatesa que aquestes brinden, i forçant als professionals a competir en aqueixa carrera deixant arrere rols tradicionalment assentats en el periodisme com el de l'anàlisi o la reflexió. Les eines d'informació i comunicació, les famoses TIC, en l'actualitat, i per primera vegada en la història, destrueixen més treball del que haurien de crear.

Són cada vegada més els oficis, i especialment en el periodisme, que ha deixat de fer la mà humana, i la tònica sembla que anirà assentant-se. L'últim informe de la Asociación de Prensa de Madrid, de l'any 2015, apuntava que és ja una realitat que les redaccions poden funcionar amb menys professionals, perquè són més digitals i requereixen de menys oficis. Una realitat de canvis amb els seus clars i ombres: "Aquests canvis, com tots, tenen grans avantatges. La primera i més important és que milions de persones a tot el món mostren avui interès i tenen capacitat per a ac-

cedir als nostres productes. Però, sens dubte, -i açò és el que més ens angossa avui- aquest nou temps suposa també un gran desafiament per a tots nosaltres. I una severa amenaça per a els qui dubten o es resistisquen a l'avanç incontenible de la transformació del nostre treball i del negoci que ho suporta", apunta Caño.

La mutació que està experimentant el periodisme com a professió no pot entendre's sense ser considerada com un fenomen complex i multidimensional que té la seua arrel enfonçada en la crisi econòmica, i que pot denominar-se "precarietat", ja no com una situació passatgera de l'ofici sinó com el naixement d'una nova classe social, "el precariat".

Com abans va ser el proletariat, que englobava únicament a la classe obrera, aquesta abasta a tot tipus de professions, també les d'alta qualificació que estan sent devaluades sota el jou de l'austeritat. Aquesta teoria que va avançar l'economista i professor de la Universitat de Londres, Guy Standing en la seua obra "Precariado, una nueva clase

**EL 36,8% DELS PERIODISTES
VALENCIANS ES TROBEN A
L'ATUR, PER DAMUNT DEL 25%
DE LA MITJANA DE L'ESTAT**

social” (Pasado y presente, 2013), dóna una diagnosi clara de les manifestacions d'aquesta nova realitat: “El precariat, o està en atur, o té un contracte a temps parcial involuntari, o un contracte temporal. Sense un ancoratge estable en el treball, sense la identitat que dóna un lloc més o menys segur, centenars de milers de persones es van incorporant a aquest grup que ni pertany a la classe obrera, ni a la classe mitjana, ni a l'economia submergida. No tenen contracte social amb la societat i en molts casos -avisa Standing-, poden deixar enrere les raons morals per respectar les lleis, la transgressió de les quals arriba a ser la seua única forma de sobreviure”, assenyala²¹.

El propi autor adverteix als periodistes: “La part bona de les entrevistes és que els periodistes entenen bé el concepte de precariat, els toca d'a prop”²². I als periodistes espanyols, i especialment als valencians els ha tocat molt d'a prop.

Les xifres de l'enquesta conclouen que el diagnòstic de salut de la professió periodística a la Comunitat Valenciana és "delicat". A tenor

21- Estefanía, J. “El precariado, la peor herencia”, *El País*. 23.11.2014. [en línia] http://economia.elpais.com/economia/2014/11/23/actualidad/1416766686_705737.html Última cerca: 15.03.2016.

22- “El 'precariado' es una clase social muy radical, la única que quiere ser lo suficientemente fuerte para abolirse a sí misma”. Entrevista a Guy Standing. *Sinpermiso*, 03.12.2015., [en línia] <http://www.sinpermiso.info/textos/el-precariado-es-una-clase-social-muy-radical-la-unica-que-quiere-ser-lo-suficientemente-fuerte-para>. Última cerca: 15.03.2016.

de les respostes, el 36,8% es troben en atur.

Aquesta xifra supera la mitjana de l'Estat que se situa en el 25%, segons les dades que disposa la Federación Española de Asociaciones de Prensa (FAPE). A més, un 35,3% és un aturat de llarga durada doncs porta més de dos anys desocupat.

A pesar que es percep una certa estabilitat després dels dràstics ajustos, encara existeix por al manteniment del lloc de treball. En aquest sentit, un 65,7% dels enquestats tem per la seua estabilitat laboral. La situació professional dels fotoperiodistas també revesteix una important càrrega de precarietat. Les empreses han optat majoritàriament pels acomiadaments i contractar el servei dels redactors gràfics com a autònoms i en unes condicions poc rendibles. Això fa que es vegien obligats a cercar altres alternatives per arribar a fi de mes amb uns ingressos mínimament raonables.

Un problema afegit que provoca l'augment d'aturats o demandants d'ocupació en les oficines del SERVEF, són els prop de 400 nous

**UN 65,7% DELS
ENQUESTATS TEM PER
LA SEUA ESTABILITAT
LABORAL**

periodistes que ixen anualment de les universitats valencianes per a accedir al precari mercat laboral.

Davant la manca en la creació de nous llocs de treball i la precarietat del mateix, molts professionals opten pel que s'ha vingut a encunyar l'"autonomització". La posada en marxa de nous projectes, encara que de poca envergadura, ha permès ocupar a cert nombre de professionals aprofitant els mitjans digitals que suposen menys inversió i baix manteniment.

Davant la situació que travessa la professió s'imposa la necessitat de crear un Observatori Autonòmic de la Comunicació, tal com defensen experts en la matèria. Aquest organisme tindria com a objectius mantenir actualitzat l'estat del sector, analitzar les mancances i possibilitats, estructures organitzatives, així com la confluència entre els mitjans escrits i digitals i estratègies de futur, entre unes altres.

En les nostres mans està dignificar el nostre treball i exigir les màximes garanties davant certs abusos empresarials. Com a eines cal fer

valdre el diàleg i el consens per a retornar el prestigi, la credibilitat i el respecte a una professió amb la gran responsabilitat d'informar i formar a una societat moderna, com la valenciana, amb la qual estem compromesos.

FONTS I BIBLIOGRAFIA

FONTS CONSULTADES:

SERVEI VALENCIÀ D'Ocupació i Formació
(SERVEF)

-Informe sobre l'atur entre periodistes i periodistes gràfics per ocupació.

-Informe sobre l'atur entre periodistes i periodistes gràfics per titulació.

-Informe històric d'atur entre periodistes i periodistes gràfics .

-Estadístiques SISPE - demandants actius desocupats <http://www.servef.gva.es/ca/estadisticassis-pehtml>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

-Listado de series graficadas de parados en Información y comunicaciones <http://www.ine.es/consul/serie.do?s=EPA66453>

SERVICIO PUBLICO DE EMPLEO ESTATAL (SEPE)

-Datos estadísticos de empleo 2007-2015

https://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/estadisticas/datos_estadisticos/empleo/datos/estadisticas_nuevas.html

ASOCIACION DE LA PRENSA DE MADRID:

- Informe anual de la profesión periodística 2015
- Informe anual de la profesión periodística 2014
- Informe anual de la profesión periodística 2009
- Informe anual de la profesión periodística 2008

ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE ALICANTE

- Encuesta del Observatorio de la APA sobre la situación profesional y laboral 2013.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

- Anàlisi de l' estat actual de la professió periodística a Catalunya, oportunitats en el sector i necessitats de formació, 2013.

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

- Grau de Periodisme. Desenvolupament de l'Ensenyament. Indicadors.

UGT. GABINETE TÉCNICO. Secretaría de acción sindical.

- Análisis del sector de los medios de comunicación 2015.

ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS

- Informe històric periodistes autònoms 2007-2015.

XARXA D' EMISSORES MUNICIPALS

- Full de ruta: Necessitats i objectius per al futur més immediat, Mislata, 19.02.2016.

Organismes i institucions consultades:

- Conselleria d'Educació
- Universitat de València
- Universitat Cardenal Herrera-CEU
- Universitat Miguel Hernández
- Universitat Jaume I
- Asociación de Prensa de Alicante
- Asociación de Periodistas de Castellón
- Asociación Profesional de Periodistas Valencianos
- Mujeres Periodistas del Mediterráneo
- Associació Premsa Comarcal Valenciana
- Xarxa d'emissores municipals
- UGT, CC.OO., INTERSINDICAL, CNT

BIBLIOGRAFIA:

- Parreño, M. *El Camp periodístic valencià. L'estructura mediàtica i la pràctica dels periodistes*. Publicaciones de la Universidad de València, València, 2015.
- Martínez, F. A (en varios). *El secuestro de la democracia. Corrupción y dominación política en la España actual*. AKal Ediciones, Madrid, 2011.
- Martínez, F. *Periodisme contra les cordes. El valencià als mitjans de comunicació*. De-nes editorial, 2010.
- Martínez, F. *Periodisme local i comarcal. La comunicació valenciana de proximitat*. Universidad de València, 2010.
- Levante-EMV, "Aldaia cierra su emisora de radio y despide a cuatro trabajadores", 16.02.2012, [en línea] <http://www.levante-emv.com/comarcas/2012/02/16/aldaia-cierra-emisora-radio-despide-cuatro-trabajadores/881859.html> Última cerca: 8.3.2016.
- De la Torre, N. "Hacerse profesor, el último recurso", *El Mundo*, 22.09.2014., [en línea] <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/09/22/541f1446ca474116538b4585.html>. Última cerca: 2.03.2016.
- Estefanía, J. "El precariado, la peor herencia", *El País*. 23.11.2014. [en línea] http://economia.elpais.com/economia/2014/11/23/actualidad/1416766686_705737.html Última cerca. 15.03.2016.
- El 'precariado' es una clase social muy radical, la única que quiere ser lo suficientemente fuerte para abolirse a sí misma".

Entrevista a Guy Standing. *Sinpermiso*, 03.12.2015., [en línia] <http://www.sinpermiso.info/textos/el-precariado-es-una-clase-social-muy-radical-la-unica-que-quiere-ser-lo-suficientemente-fuerte-para>. Última cerca: 15.03.2016.

-Gómez Mompart. “Periodistes i periodisme a Espanya i al País Valencià”, *Arxius*, nº23, decembre, 2010.

-Caño, A. “Carta abierta del director de El Pais a la redacción del periódico”, *El Pais*, 3.03.2016., [en línia] http://elpais.com/elpais/2016/03/03/actualidad/1457031570_991358.html. Última cerca: 15.03.2016.

-Informe de la comissió d'experts en la comunicació de les universitats valencianes (CECUV), *Bases per a la renovació de l'espai*

comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió. Valencia, 18.11.2015.

INDEX DE GRÀFIQUES:

1. Sexe enquestats
2. Distribució entre periodistes i periodistes gràfics
3. Província on treballen
4. Desocupats o en actiu
5. Temps a l'atur
6. Edat de desocupació
7. Percepció del subsidi
8. Temps a l'empresa
9. ERO
10. Prejubilacions
11. Nivell de formació
12. Ampliació de formació
13. Matèries
14. Canvi de professió
15. Estabilitat laboral
16. Dada de consecució
17. Modificació de categoria laboral des de 2007
18. Categoria actual
19. Salari
20. Condicions laborals d'enquestats en actiu
21. Disminució beneficis laborals
22. Moviments geogràfics per treball
23. Baixa laboral per malaltia
24. Baixa laboral per embaràs
25. Llibertat d'expressió
26. Disminució llibertat d'expressió
27. Ús del valencià
28. Ús del valencià com a eina de treball
29. Condicions dels joves periodistes
30. Tipus de contracte
31. Periodistes i periodistes gràfics a l'atur en SERVEF
32. Titulats a l'atur en SERVEF
33. Categories de desocupació al SERVEF
34. Periodistes desocupats per sexe
35. Periodistes gràfics desocupats per sexe
36. Periodistes desocupats per províncies
37. Periodistes gràfics desocupats per províncies
38. Titulats desocupats per províncies
39. Atur històric registrat al SERVEF
40. Registre històric d'homes i dones a l'atur al SERVEF
41. Registre històric de destrucció d'ocupació al sector
42. Qualitat dels continguts
43. Qualitat dels continguts gràfics
44. Autònoms a la Comunitat Valenciana
45. Nous projectes d'autònoms
46. Associació Premsa Comarcal Valenciana
47. Canvis en l'àrea laboral
48. Docència
49. Titulats a les universitats
50. Accés a les pràctiques laborals
51. Remuneració de les pràctiques laborals

FITXA TÈCNICA ENQUESTA:

Entrevista en format formulari virtual

Població: periodistes i periodistes gràfics.

Univers representat: professionals procedents de la Comunitat Valenciana .

Mostra: 187 enquestes respostes de 800 enviades.

Dada: 1 de febrer a 28 de març de 2016.

Marge d'error: +/-3,77%. amb un nivell de confiança del 95%.





Unió de Periodistes Valencians