

La contratación en los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana

**Miguel Llanes. Secretario de Empleo y
Formación Profesional UGT-PV**

Eduard Amorós. Sociólogo

Joan Enric Ubeda. Economista

**Pau Recuenco García. Licenciado en
Administración y Dirección de Empresas**



Valencia, junio 2008

-
- 1. Objetivos del estudio.**
 - 2. Metodología para el desarrollo del análisis.**
 - 3. Resultados.**
 - 6. Discusión y conclusiones.**
-

1. Objetivos del estudio

El presente informe pretende recoger una descripción de la situación actual del mercado de laboral de los y las profesionales de los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana, con la finalidad de conocer la situación del mercado laboral a partir del análisis de la tipología de contratación en los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana para poder así detectar la situación de precariedad laboral que se puede estar generando en el conjunto de mercado laboral de los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana, analizando para ello cada uno de los subgrupos (medios escritos, televisivos, radiofónicos...) que integran el mercado laboral de los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana.

2. Metodología para el desarrollo del análisis.

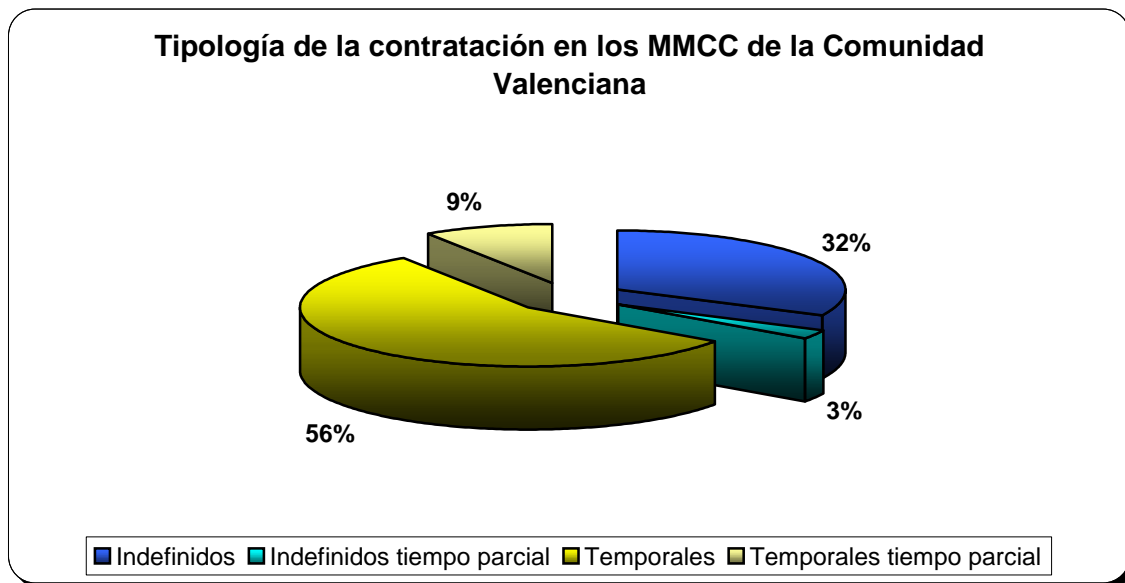
Para el desarrollo del análisis se ha contabilización del total de registros de contratación obtenidos de la Tesorería General de la Seguridad Social en el año 2007, que asciende a un total de 4472.

Estos datos han sido clasificados de acuerdo con el carácter de temporalidad del empleo (indefinidos y temporales) y de la duración de la jornada de trabajo (a tiempo completo o a tiempo parcial), y se ha procedido a reclasificar los empleos en diferentes subsectores: *medios de comunicación televisivos (1), medios de comunicación radiofónicos (2), medios de comunicación de prensa escrita (3) y otros medios (productoras, portales de Internet...)* (4), al considerarse que las características de cada uno de estos medios difiere entre sí, hecho que puede tener una mayor implicación en el empleo.

3. Resultados

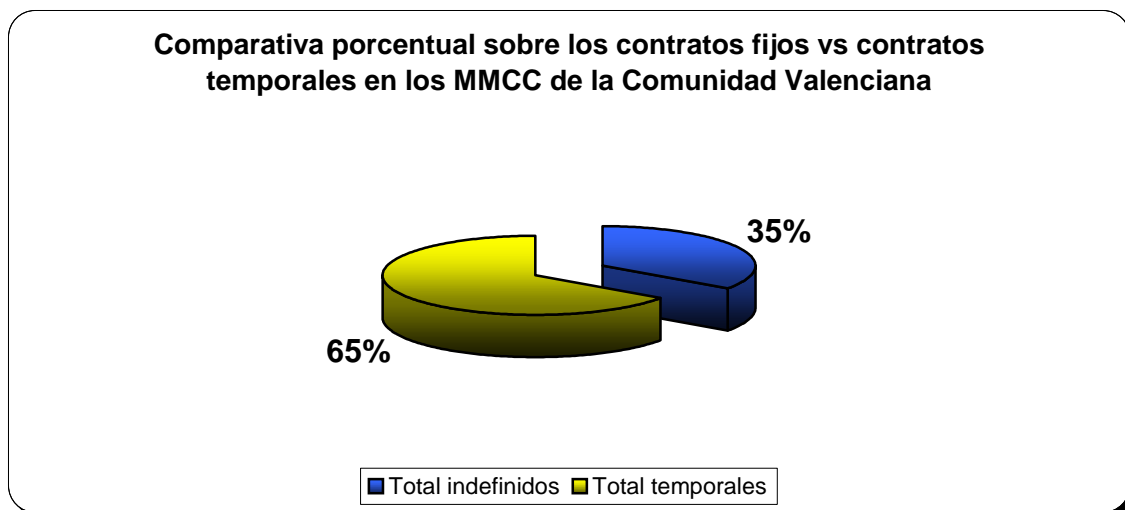
Como se puede observar en los gráficos adjuntos, la mayor parte de contratos en el conjunto de los medios de comunicación valencianos son empleos temporales (65%), predominando claramente el empleo a tiempo completo (88%) frente al empleo a tiempo parcial.

Gráfico 3.1. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación en la Comunidad Valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

Gráfico 3.2. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación en la Comunidad Valenciana.

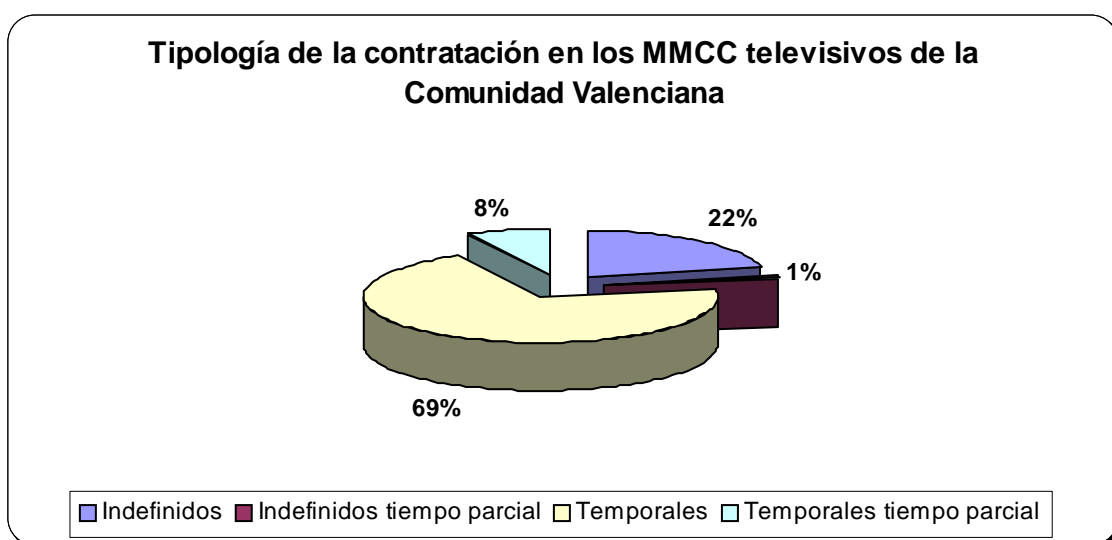


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

El sector de la televisión, la contratación temporal es superior en 13 puntos a la media del sector (78% frente a 65%), siendo mayor la dedicación a tiempo completo (91% frente al 88% del sector).

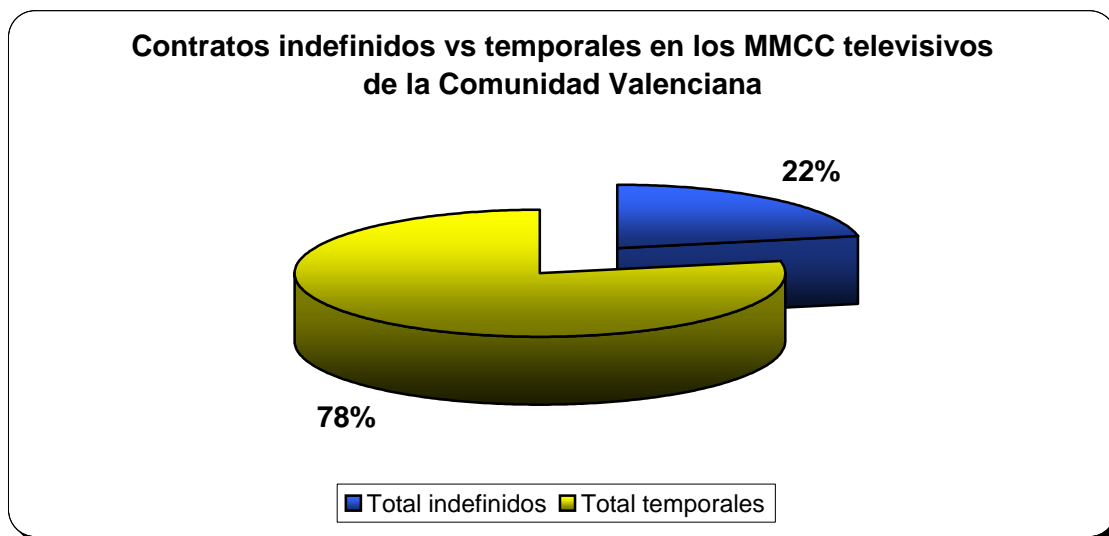
De esta forma se evidencia que tres de cada cuatro empleos en el sector televisivo son empleos temporales.

Gráfico 3.3. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación televisivos en la Comunidad Valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

Gráfico 3.4. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación televisivos en la Comunidad Valenciana: contratos indefinidos vs contratos temporales.

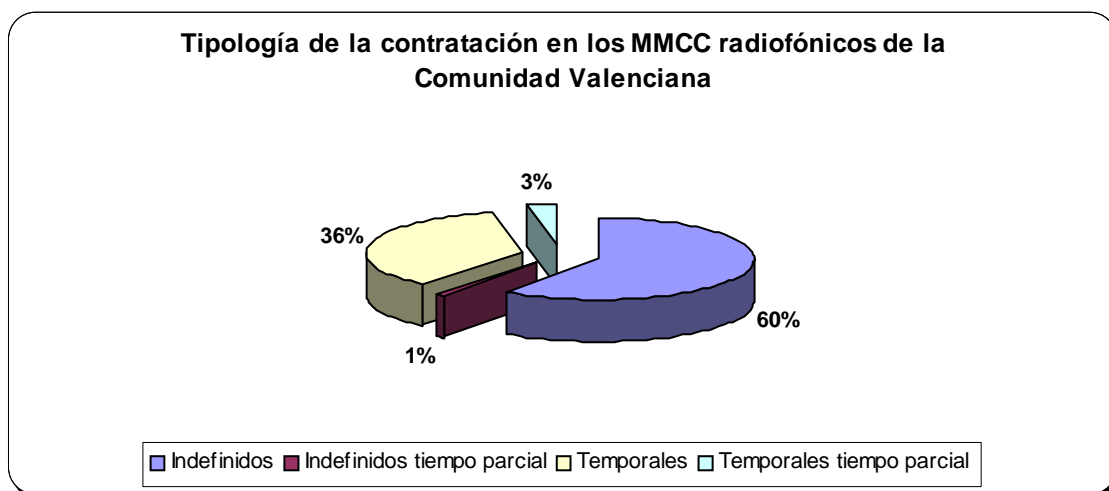


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

En los medios de comunicación radiofónicos, la contratación temporal está muy por debajo de la contratación temporal en el sector de los medios de comunicación (39% frente a 65%),

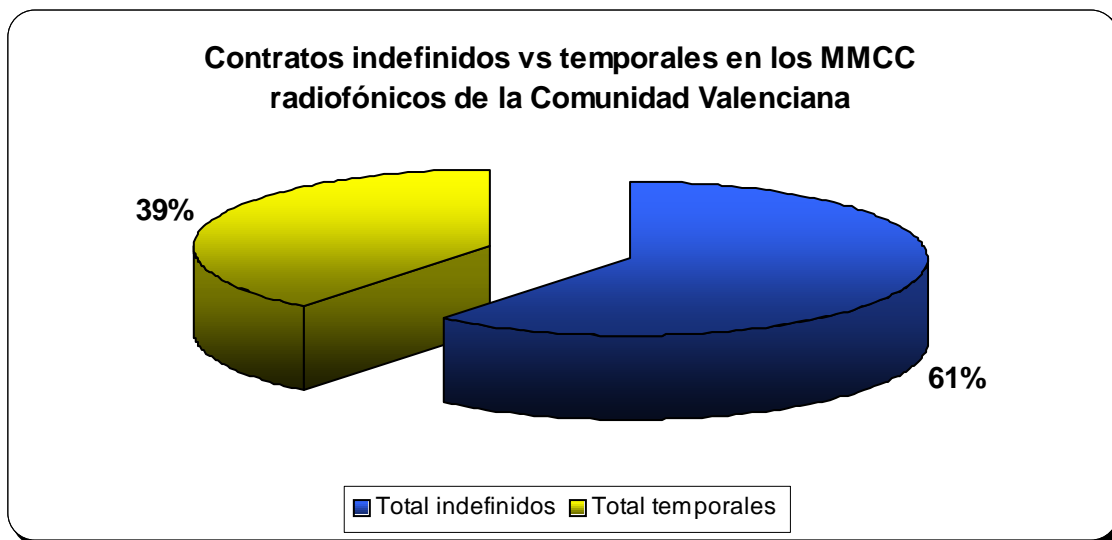
En el sector de la radio es prácticamente residual la dedicación a tiempo parcial en el sector radiofónico (1% del empleo indefinido y 3% del empleo temporal), claramente por debajo del sector, situándose en una tercera parte del valor medio (3% y 9% para el empleo indefinido y temporal, respectivamente) (91% frente al 88% del sector).

Gráfico 3.5. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación radiofónicos en la Comunidad Valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

Gráfico 3.6. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación radiofónicos en la Comunidad Valenciana: contratos indefinidos vs contratos temporales.

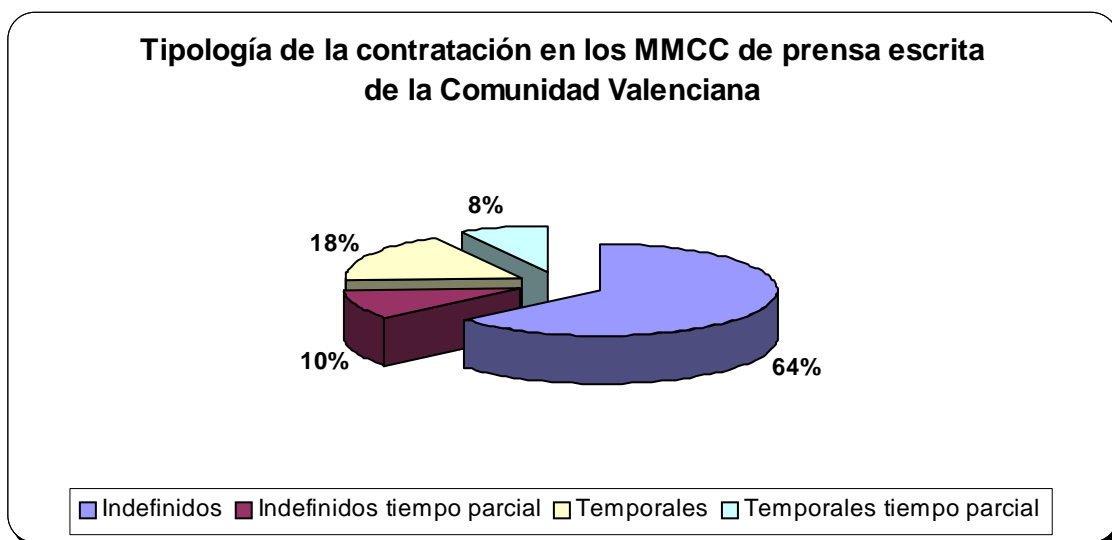


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

En la prensa escrita se da una baja tasa de temporalidad del empleo respecto de la media del sector, ligeramente superior a la temporalidad en el sector radiofónico (22%), muy por debajo del empleo a tiempo parcial del sector televisivo (78%) pero que, no obstante, supone uno de cada cuatro empleos (26%) en prensa escrita.

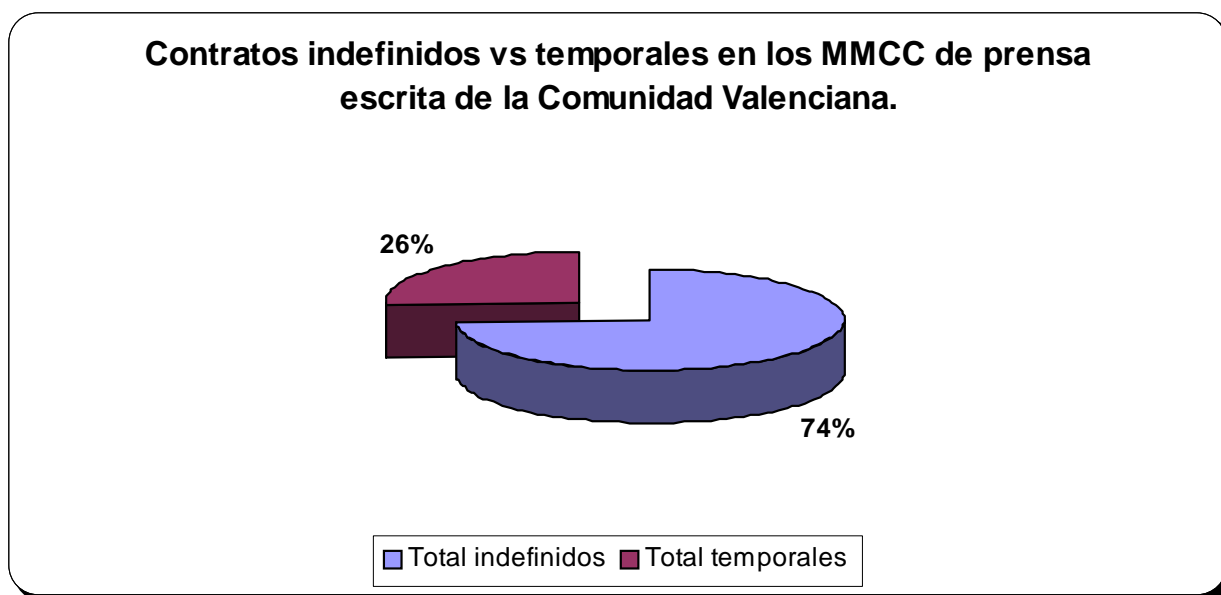
Los empleos a tiempo parcial se sitúan en torno a una quinta parte del trabajo (18%, siendo el 10% del empleo indefinido a tiempo parcial y el 8% es empleo temporal a tiempo parcial), ligeramente superior a la media del sector (12%).

Gráfico 3.7. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación de prensa escrita en la Comunidad Valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

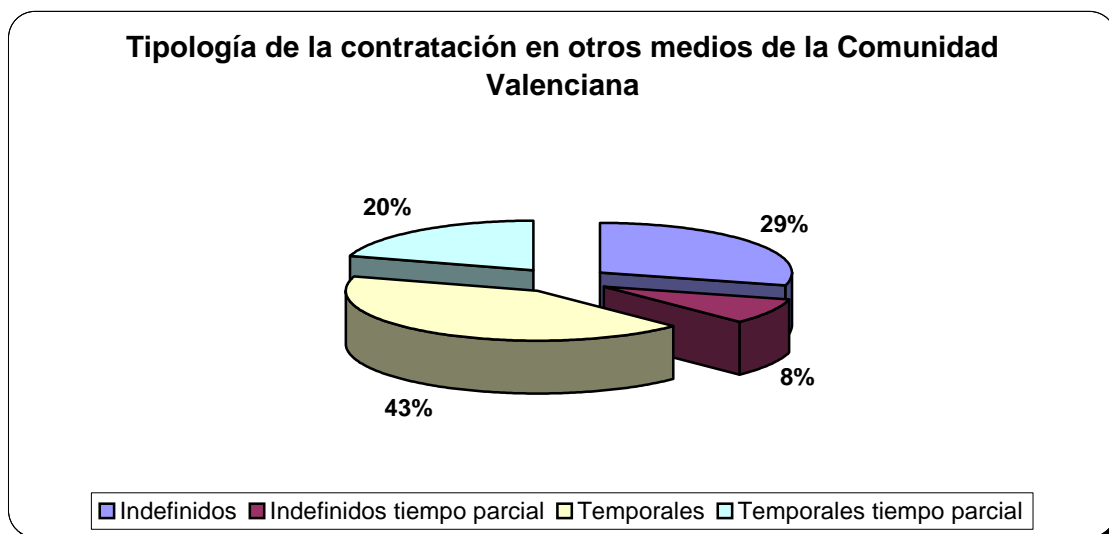
Gráfico 3.8. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de los medios de comunicación de prensa escrita en la Comunidad Valenciana: contratos indefinidos vs contratos temporales.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

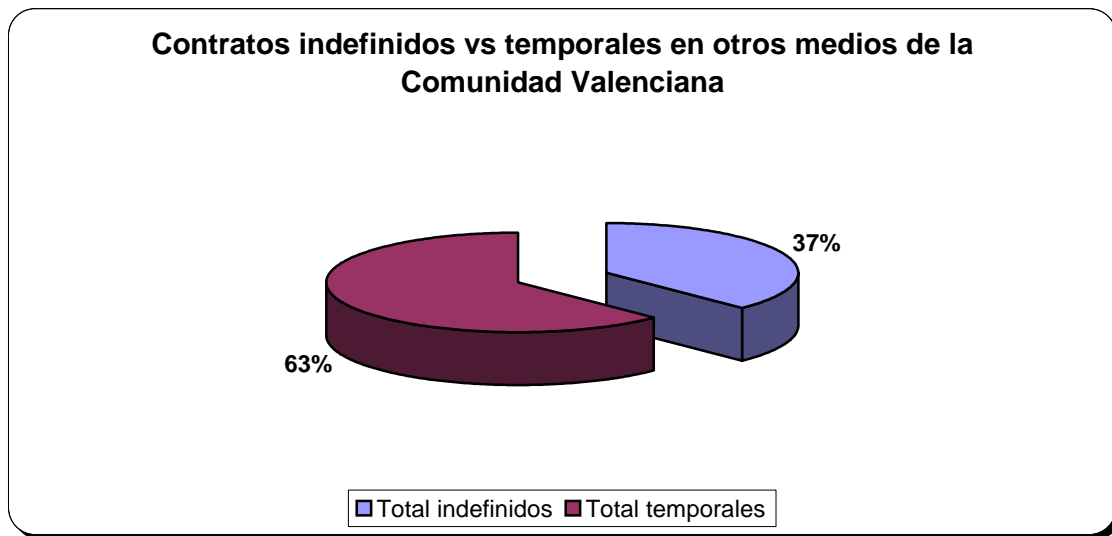
El 63% del empleo registrado en el subsector de otros medios de comunicación es empleo temporal, mientras que el empleo a tiempo parcial supone el 28% de los contratos (8% en contratos indefinidos y 20% en contratos temporales a tiempo parcial), prácticamente uno de cada tres empleos, muy superior al del empleo a tiempo parcial en el subsector radiofónico (18%).

Gráfico 3.9. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral de otros medios de comunicación en la Comunidad Valenciana.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

Gráfico 3.10. Distribución de la tipología de contratos en el mercado laboral en otros medios de comunicación en la Comunidad Valenciana: contratos indefinidos vs contratos temporales.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007

6. Discusión y conclusiones

La situación del mercado laboral en los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana presenta, en términos generales, un alto porcentaje de contratos temporales (65%) respecto al de contratos indefinidos (35%), según datos de la Tesorería General de la Seguridad Social, 2007.

Atendiendo a la clasificación adoptada en el presente informe – *medios de comunicación televisivos (1), medios de comunicación radiofónicos (2), medios de comunicación de prensa escrita (3) y otros medios (productoras, portales de Internet...)* (4)- la distribución entre la contratación temporal e indefinida, presenta variados matices que, posiblemente, pueden explicarse por las características propias de los medios.

Por lo que respecta al primer grupo –medios de comunicación televisivos (1)- el porcentaje de contratos temporales se incrementa respecto a la media, alcanzando un 78% respecto a un 22% de los contratos indefinidos.

De esta forma se evidencia que tres de cada cuatro empleos en el sector televisivo son empleos temporales, siendo mayor la dedicación a tiempo completo (91% frente al 88% del sector). Esto puede deberse a una menor madurez del sector televisivo, y la mayor dedicación a tiempo completo puede deberse a las necesidades de producción audiovisual, más costosas que en otros medios.

En cuanto al segundo grupo –medios de comunicación radiofónicos (2)- el porcentaje de contratos estables es del 61%.

Todo y que mejora la cifra de los medios de comunicación televisivos, presenta casi un cuarenta por ciento de temporalidad en la contratación (39%), junto con el mayor porcentaje de contratos en a tiempo completo del conjunto del sector.

El tercer grupo –medios de comunicación de prensa escrita (3)- presenta un escenario contrariamente a los anteriores mucho más positivo, un 74% de contratación indefinida, frente a un 26% de contratación temporal.

Pese a ser el subsector en el que se da una mayor contratación indefinida, siendo aún así uno de cada empleos temporales, es el subsector que presenta la mayor tasa de contratación a tiempo parcial, posiblemente por las propias características del medio, que pueden permitir la especialización de los periodistas en sectores, y cubrir en exclusiva estas áreas, lo que les puede permitir no trabajar a jornada completa.

El cuarto grupo –otros medios de comunicación (4)- destaca al igual que el primer grupo por la alta presencia de contratos temporales (63%) frente al 27% de contratos indefinidos.

Este subgrupo es muy diverso y, además de presentar una elevada tasa de temporalidad, también presenta el mayor porcentaje de contratos de dedicación a tiempo parcial, casi uno de cada tres (28%).

Estos dos factores pueden deberse a la heterogeneidad de empresas de la comunicación que agrupa este subsector, así como a la menor cuota de mercado de los mismos, que aún no podrían considerarse como subsectores maduros dentro del conjunto de los medios de comunicación.

Cabe destacar, por tanto, que en el contexto del mercado laboral de los medios de comunicación son los medios televisivos y el grupo de otros medios los que presentan una mayor precariedad en la contratación (78% y 63% respectivamente).

Sin olvidar el casi cuarenta por ciento de contratación temporal en el grupo de medios radiofónicos, es tan sólo el grupo de medios de prensa escrita el que presentaría unos porcentajes de contratación “menos escandalosos” (74% indefinidos).

Atendiendo a las variables de extensión de la jornada de trabajo (tiempo parcial o completo) y de duración de la contratación (empleo temporal o indefinido), se puede concluir que los empleos del mercado de trabajo de los medios de comunicación de la Comunidad Valenciana es en buena medida precario.