Encuesta mundial de la FIP

Una visión general de la naturaleza cambiante del empleo en el sector de la comunicación y de cómo los sindicatos de periodistas están respondiendo y adaptando sus estrategias para servir a sus miembros y reclutar futuras generaciones de periodistas.

Introducción

Antes de desarrollar el informe, deseamos agradecer a las 66 organizaciones afiliadas que han tomado la molestia y el tiempo de responder a las 54 preguntas de la encuesta mundial sobre jóvenes. Es un primer intento de encuesta global en la FIP realizada con nuestras organizaciones afiliadas para mejorar nuestra comprensión de la naturaleza de nuestros miembros, la situación de la industria de los medios, sus tendencias y los retos futuros, sus modalidades de reacción y la adaptación subsecuente de los programas de la FIP.

La encuesta se realizó en dos etapas. Desde julio hasta octubre, fue iniciada y repartida a las organizaciones afiliadas en Asia y América Latina; los resultados fueron recopilados a finales de septiembre y sirvieron de eje de trabajo de dos reuniones regionales en Tailandia y en Perú en octubre; ambos grupos regionales debatieron los retos del nuevo paisaje de los medios para los sindicatos, las modificaciones de las relaciones laborales y el intercambio de mejores prácticas en las campañas de reclutamiento de jóvenes y futuras generaciones de periodistas. Las reuniones fueron financiadas por la Fundación Friedrich Ebert. Una tercera reunión se dedicó a la FEP y tuvo lugar en abril en Copenhague. Examinó los mismos ejes prioritarios.

La segunda fase fue lanzada en noviembre después de conocer los primeros resultados. Se dedicó al resto de la familia de la FIP.

Cuando venció el plazo, la encuesta había cubierto 66 organizaciones miembros: 29 en Asia, 8 en América Latina, 6 en África y 23 en Europa. En algunas partes del análisis, dividimos los resultados entre europeos – miembros de la UE + Suiza y Noruega (15) (**UE+**) y los sindicatos fuera de la UE, en Europa del Este (**CEE**) (9), para profundizar en el análisis de las diferentes prioridades de nuestras organizaciones. Asia fue subdividida entre Asia del Norte, Asia del Sur, Asia del Sureste y Oceanía.

Contenido

- **Resumen de los resultados de la encuesta global**
- **Resumen Ejecutivo y recomendaciones**
- **Los Capítulos Regionales**
    - **Asia y el Pacífico**
    - **América Latina**
    - **Europa**
    - **África**

El informe fue escrito por Oliver Money-Kyrle, Secretario General Adjunto de la FIP

Visión global
Los Titulares

El análisis que le proponemos es una reseña de los elementos más destacados e importantes. Tres secciones preparadas por nuestras oficinas regionales en Asia, América Latina y Europa sobre las modalidades de respuesta a los nuevos retos complementan este examen.

Reseña mundial, los grandes ejes

Nuestros sindicatos

- 75% de los encuestados son miembros de pleno derecho – el 25% son miembros asociados
- 74% son Sindicatos: 26% asociaciones profesionales
- 66% de estas organizaciones tienen un congreso por lo menos cada dos años.
- El número medio de miembros por sindicato es 4.038 de los cuales 1.446 son mujeres, o sea el 36%.
- El Comité Ejecutivo tiene una media de 16 miembros de los cuales 4,3 (o sea el 27%) son mujeres.
- 61% tienen una base de datos digitales: 39% No

Igualdad

- El número medio de mujeres afiliadas ha aumentado pasando de 29% a 36% durante la última década.
- Las regiones que tienen el mayor número de mujeres afiliadas son Oceanía (49%) seguida por Europa (45%), América Latina (44%), Asia del Sureste (37%), África (35%), Asia del Norte (23%) y Asia del Sur (10%).
- Los sindicatos que integran a más mujeres en sus comités ejecutivos son Nueva Caledonia (100% de mujeres) seguida por Finlandia (69%), Estonia (67%), Brasil y Colombia (56 %), Croacia (55%), Bielorrusia (53%), Turquía (50%) y Timor oriental (50%).
- 33% de los sindicatos tienen un comité de igualdad de género y una cuota de 20% de mujeres y/o hombres mientras que 27% no tienen ninguna política al respecto.
- Los ejemplos de políticas de igualdad de género: integración en todas las actividades, a todos los niveles e igualdad de remuneración (NJ Noruega), los principios de igualdad en los textos reglamentarios y las políticas que rigen las delegaciones (NUJ RU & Irlanda); el reglamento prevé un Comité de igualdad (TUCJ Croacia); por lo menos 33% de mujeres en el Consejo (KUJ, KCA Kenia y NUJ Nepal) y al menos una mujer entre los tres dirigentes de más alto nivel (KCA Kenia); un consejo nacional de igualdad (ANP Perú y NUJP Filipinas); 30% de participación de las mujeres en todas las actividades (NUJP Filipinas). Varias organizaciones no tienen una estrategia oficial pero tienen una política sobre igualdad de trato: NVJ Países Bajos, FETRACOSE Chile, MAV Vanuatu, u, MJA Maldivas, AJTL Timor oriental, SNPP RDC Congo y FESP España.

Industria de los medios:

- El número de periodistas **aumenta** según **60% de los miembros;** más particularmente en América Latina donde todas personas entrevistadas lo expresa, seguida por África (80%), Asia (75%) y Europa del Este (44%). Al contrario, en la **UE, 85%** de los sindicatos observan **una reducción.**
- Actualmente, la mayoría de los periodistas están empleados en los sectores siguientes: **38% en la prensa escrita,** 30% en televisión, 14% en radio y 8% en los medios en línea.
- El **crecimiento** más rápido del número de periodistas en la última década: **56% en línea,** 17% en televisión, 13% en la prensa escrita, 10% en radio (en especial en radios comunitarias).
- 30% de los periodistas ganan menos de 250 USD mensuales, **59%** menos de **500 USD** mensuales.
- 65% de las organizaciones afiliadas negocian **convenios colectivos. 25%** declaran que el número de convenios colectivos **aumentó** en la última década mientras que **14%** opinan lo **contrario**.

Nuestros miembros:

- 79% de los sindicatos afilian a free-lances.
- El porcentaje de miembros **free-lances** subió de 22 a 24% en la última década. Se registró el aumento más modesto en Europa **(UE+)** (1,5 % - 23.5 / 25%), seguida por Asia (3% - 20 / 23%), Europa del Este (4% -16 / 20%) y África (5% - 32,5 / 37,5%). AL es el único continente que observa una disminución de los free-lances organizados actualmente en relación a hace 10 años (27% / 21%), pero respondieron solamente 6 organizaciones.
- Más de la mitad de las organizaciones sindicales tienen una política de afiliación abierta a los diferentes trabajadores del sector. 13 tipos de empleo se propusieron en la encuesta y a la pregunta de la aceptación o no por los sindicatos, respondieron que a menudo lo prohíbe la legislación laboral y no la política sindical. A continuación, les damos las categorías mejor representadas en orden decreciente:

Categoría	Sí	Prohibido por ley	Inelegible o no le prevén las reglas sindicales
Periodistas permanentes a tiempo completo	62	0	0
Periodistas en línea	60	1	1
Foto-reporteros	57	0	5
Periodistas free-lances	53	3	6
Camarógrafos	50	0	9
Redactores Jefes	48	4	9
Grafistas	44	1	14
Pequeños empresarios de los medios; por ejemplo, blogueros, pequeñas empresas en línea, etc.	37	5	19
Estudiantes y pasantes en periodismo	36	4	20
Acompañantes/intérpretes	36	3	16
Técnicos	32	3	22
Blogueros	31	8	19
Comunicaciones / relaciones públicas	28	4	26

Las categorías más dejadas de lado por las organizaciones afiliadas a la FIP son: comunicaciones / relaciones públicas (26; 42%), técnicos (22; 35%), estudiantes (20; 32%), blogueros (19; 31%), pequeños empresarios de los medios (19; 31%) y acompañantes/intérpretes (16; 26%).

Mientras que numerosas organizaciones sindicales tienen una política muy abierta e intentan reclutar más abiertamente, estas cifras revelan el potencial que se tiene si se abren las afiliaciones a otras categorías como estudiantes, empresarios periodistas, blogueros, personal de las comunicaciones y relaciones públicas.

A menudo, las organizaciones afiliadas a la FIP tienen una visión bastante cerrada sobre las categorías de los miembros pero a la hora de modificar las distinciones tradicionales entre periodistas y otros profesionales de los medios, y los diferentes tipos de empleo, más sindicatos revisan sus criterios.

Prioridades sindicales:

A la pregunta de los principales ejes de trabajo, en base a la lista establecida, las respuestas fueron:

Los principales ejes de trabajo	Los principales ejes de trabajo – sin tener en cuenta las respuestas de los afiliados de la UE
1. 87% libertad de prensa	1. 90% libertad de prensa
2. 83% normas periodísticas	2. 86% seguridad
3. 76% seguridad	3. 82% normas periodísticas
4. 67% asistencia jurídica	4. 63% asistencia jurídica
5. 65% negociación colectiva	5. 63% igualdad
1. 60% 6.	6. 61% negociación colectiva
7. 49% free-lances	7. 45% free-lances
8. 41% derechos de autor	8. 37% derechos de autor

Si se retiran los resultados de la UE, observamos que los ejes más importantes son la libertad de prensa y la seguridad, mientras que retroceden los temas como cuestiones laborales, free-lance, negociación colectiva y derechos de autor.

A la pregunta de lo que quieren priorizar los sindicatos, las respuestas fueron:

Lo que los sindicatos quieren priorizar: Global	Lo que los sindicatos quieren priorizar – solo resultados de los afiliados de la UE
1. Abogacía por la libertad de prensa	1. Organizar los free-lances
2. Normas periodísticas	2. Reclutamiento y sindicalización
3. Reclutamiento / sindicalización	3. Negociación colectiva
4. Seguridad	4. Formación / capacitación
5. Formación / capacitación	5. Normas y ética periodísticas
6. Liderazgo	6. Defensa de la libertad de prensa
7. Negociación colectiva.	7. Supervisión/vigilancia por los derechos
8. Campañas	8. Campañas / igualdad.

Al contrario, la UE quiere priorizar cuestiones laborales como free-lances, reclutamiento y negociación colectiva en detrimento de la libertad de prensa, la seguridad, etc.

Jóvenes en los sindicatos

La última parte de la encuesta se dedica a las políticas y estrategias para atraer y reclutar a jóvenes.

- A nivel mundial, el 31% de los miembros tienen más de 51 años. Europa y América Latina tiene la media más elevada con respectivamente 51% de más de 51 años en AL y 47% en Europa que se pueden comparar con un 30% en Europa del Este, un 19% en Asia y un 10% en África. Por consiguiente, no sorprende que numerosas iniciativas destinadas a los jóvenes se desarrollan en la UE donde solamente un 13% de los miembros tienen menos de 35 años.
- A nivel ejecutivo y directivo: 26% de los directivos integrantes del CE tienen menos de 35 años mientras que 49% tienen entre 35 y 50 años. El **75% de los miembros del CE tienen menos de 51 años.** Las regiones que presentan los mejores índices de jóvenes son África con 90% de menos de 51 años, Asia con 83%, Europa del Este con 66%, AL con 53% y la UE con 48%.
- A la pregunta del por qué se da la prioridad a los jóvenes en los sindicatos, **82%** de los sindicatos piensan **que son nuestro futuro.**
- Pero solamente un 23% de los sindicatos investigaron la presencia de los jóvenes en los sindicatos.
- Los **grandes obstáculos** a la sindicalización juvenil son:
    1. 29%: no creen que el sindicato les puede ayudar
    2. 27%: no están interesados
    3. 26%: temen que su sindicalización les obstaculice la carrera.

La respuesta de los sindicatos al reto de la sindicalización de los jóvenes es muy variada.

- Cuatro organizaciones sindicales (7%) establecieron cuotas (Kenia, República Dominicana, Afganistán y Nepal NUJ).
- Cuatro organizaciones tienen una política especial (DJV Alemania, MINPRORORENJapón, CAJP Camboya y JUS Serbia).
- 8 sindicatos dan ejemplos de estrategias. 16 (24%) tienen un programa activo. Los ejemplos dados abarcan: el reclutamiento de estudiantes (DJV Alemania, NJ Noruega), ofreciéndoles una cotización y un estatuto especial (NVJ, Países Bajos), un Consejo de jóvenes (NVJ), una sección para estudiantes, cuotas de participación en los congresos y una representación regional (NJ Noruega), brindando formaciones a jóvenes periodistas (SUJ, Sudán), ofreciendo un estatuto de miembro asociado (NUJP, Filipinas), organizando un acompañamiento/tutorización por miembros con mayor antigüedad (AJP, Bélgica).
- Los métodos más populares de toma de contacto con jóvenes periodistas son:
    1. 57% - formación
    2. 43% - eventos de puesta en red
    3. 34% - visitas de escuelas y estudiantes
    4. 30% - cotizaciones especiales para estudiantes
    5. 26% - campañas digitales
    6. 25% - acompañamiento/tutorización
    7. 20% - información en el lugar de trabajo
    8. 18% - comités de jóvenes y organizadores de jóvenes
    9. 16% - programas de capacitación de jóvenes dirigentes
    10. 16% - servicios de fomento de la carrera.

Resumen Ejecutivo

1. Los sindicatos de Periodistas se mantienen vivos y vibrantes a lo largo de gran parte del globo.

2. Mientras que existe una seria contracción del periodismo en Europa y Norteamérica, otras regiones reportan una significativa expansión en el sector de medios y del número de trabajos disponibles.

3. Esta contracción ha puesto una gran presión en las condiciones, negociaciones colectivas, y en nuestros Sindicatos miembros en Europa y Norteamérica. Sin embargo la mayoría de las otras regiones reportan crecimientos modestos en los números de acuerdos colectivos que han sido alcanzados. (Suba del 25%, Caída del 14%)

4. La igualdad, aunque se encuentra mejorando, se mantiene como un gran desafío para muchos afiliados, representado las mujeres solo un 36% de los miembros. A pesar de que varios sindicatos poseen programas, y políticas fuertes y positivas para atraer mujeres y permitirles una completa participación, aún permanece muy escaso, y el compromiso con la igualdad genuina aun es muy débil.

5. El periodismo online y digital es el área con mayor crecimiento, lo cual también atrae a muchos practicantes jóvenes que poseen las habilidades digitales requeridas. Sin embargo, la TV, diarios y radios locales/comunitarias también reportaron crecimiento en la década pasada en diferentes regiones. Mucho del crecimiento, sin embargo, y particularmente en los medios digitales, se remunera escasamente y se basa en condiciones altamente precarias.

6. A pesar de que el 80% de los sindicatos afilia freelancers, la membrecía freelance no se ha expandido significativamente en la década pasada (moviéndose desde el 22-24% de la membrecía). Los sindicatos se encuentran fallando en mantener el ritmo con el rápido crecimiento del periodismo freelance. América Latina, por ejemplo, reportó una actual caída de miembros freelances, a pesar de que los reportes regionales evidencian claramente que los nuevos trabajos son mayormente freelance en medios digitales y atrayendo a los jóvenes.

7. Los sindicatos se encuentra adaptando sus políticas para aceptar freelancers, pero ¿Están haciendo lo suficiente para atraerlos, y tienen la capacidad de ofrecer a los freelancers los servicios apropiados?

8. La mitad de nuestros sindicatos tienen una política de afiliación muy abierta, preparada para reclutar un amplio rango de actores en los medios incluyendo bloggers, técnicos, relacionistas públicos, y pequeños empresarios. ¿Este hecho se encuentra produciendo nuevas formas de ingreso y nuevas oportunidades organizacionales o es sólo una distracción que consume los recursos que se requieren para mantener los miembros núcleo?

9. Más investigación debe ser llevada a cabo para ayudar a responder esta pregunta y demostrar estrategias organizacionales exitosas e innovadoras. Los sindicatos deben responder y

encontrar nuevos métodos de organizaciones para atraer y movilizar a los periodistas hacia los mismos.

10. Mientras que los sindicatos en Europa y América Latina parecen sufrir de un serio problema de envejecimiento, no ocurre lo mismo en Asia, Europa del este y África, donde el 75% de los miembros de los directorios posee menos de 51 años.

11. Más investigación debe ser llevada a cabo en torno a las necesidades y aspiraciones de los jóvenes periodistas, (sólo un 23% de los miembros han realizado dicha investigación), si los sindicatos buscan adaptarse exitosamente y atraer a las futuras generaciones.

12. Los periodistas deben estar convencidos de que los sindicatos:
    a. Son relevantes
    b. Pueden mejorar sus derechos y condiciones
    c. No dañan sus perspectivas laborales

13. El 40% de los sindicatos que todavía no tienen registros de miembros digitales no van a estar en condiciones de responder a estos desafíos.

14. Los pilares tradicionales de los programas de la labor de la FIP han sido avalados por los participantes de la encuesta y la FIP debe continuar priorizando proyectos y programas en línea con los resultados y demandas de sus afiliados.

Recomendaciones

El futuro del movimiento depende de la capacidad de adaptar nuestros modelos organizaciones para atraer a jóvenes periodistas trabajando en diferentes relaciones y condiciones laborales. La FIP debe asistir a sus miembros en el desarrollo de programas que se aproximen a lo siguiente:

1. Realizar investigaciones sobre:
    a. Las necesidades de los jóvenes periodistas,
    b. Periodistas freelance y
       Periodistas en condiciones de trabajo precarias e inortodoxas
    c. Otros trabajadores de medios envueltos en el periodismo, cuyos derechos y condiciones también deben ser mejorados.

2. Promover políticas para los sindicatos y miembros jóvenes, desarrollar mejores prácticas de afiliación, retención, y servicios como, comités de juventud, categorías de estudiantes, cupos en liderazgo, oportunidades de capacitación especializada y tutorías.

3. Desarrollar servicios focalizados en freelancers y jóvenes periodistas.

4. Desarrollar herramientas de comunicación y campañas destinadas a mejorar el mensaje de los sindicatos, particularmente en relación a los jóvenes.

5. Promover campañas que se focalicen en las cuestiones afectando a los jóvenes trabajadores como bajos salarios, capacitaciones y derechos de primer empleo, tales como leyes de primer empleo, pasantías interminables, etc.

6. Desarrollar programas que comprometan a los jóvenes líderes con el trabajo internacional y regional para equiparlos con las herramientas necesarias de liderazgo que permitan mantener a los sindicatos en el futuro.

7. Ayudar a los sindicatos a desarrollar bases de datos de sus membrecías, digitalizadas y más efectivas, así como también métodos más efectivos de recolección de cuotas y provisión de servicios.

8. Presionar por los derechos de los sindicatos a organizar y representar el trabajo freelance e independiente.

9. Asegurar que los programas nacionales tengan objetivos de afiliación de nuevos miembros, así como también la participación de jóvenes y mujeres periodistas.

ASIA PACIFIC

Introduction

The Asia-Pacific was chosen as a focus region in the first stage of the IFJ Global Youth Survey Project.

What we knew already is that press freedom and the safety situation for media workers has deteriorated substantially in our region. At the same time, the number of young media workers entering the industry is proliferating. But young workers tend to be under-represented in unions and they are more likely to experience unstable, under-paid and unsafe work. We've also recognised that new media workers, including freelancers and bloggers, are particularly vulnerable yet the latter in particular remain largely unrepresented.

The main aim of the project was to gather meaningful research to help us understand where unions are right now in the Asia-Pacific region and to promote debate on how we can adapt to not only survive, but grow into the future.

In the region, 29 affiliates from 23 countries completed a regional survey, representing 85% of all IFJ affiliates in the Asia-Pacific. These countries were Afghanistan, Australia, Bhutan, Cambodia, China, India, Indonesia, Japan, Malaysia, Maldives, Mongolia, Myanmar, Nepal, New Zealand, Nouvelle Calédonie, Pakistan, Philippines, the Republic of Korea, Sri Lanka, Thailand, Timor-Leste and Vanuatu. We would like to thank all the affiliates for their efforts in documenting our current situation so we can plan for a stronger tomorrow.

The key challenges for unions and media workers in the Asia-Pacific region were then discussed at a Regional Youth Meeting on 15-16 October 2015 in Bangkok, Thailand. Affiliates from 16 countries attended from Afghanistan to Vanuatu in the Pacific, along with experts from ILO, the Danish Union of Journalists, UNI MEI APRO and the South East Asia Journalists Union (SEAJU). Together, the group shared examples of successful strategies to engage youth and new media and agreed to a set of resolutions and recommendations on youth, digital media and union strengthening.

The headlines

Our Unions

- Full membership: 60%; Associate members: 40%
- Trade Unions: 57%; Professional Associations: 27%; Federation of Unions: 15%
- Digital Database: Yes - 30%, No - 70%
- Congresses: 41% have congresses at least every two years; 37% have a congress every year; 19% have congresses every three years
- The average number of members in the Asia-Pacific is 3,620.
- The average number of women members was 489. This represented just 13.5% of union/association membership across the board. Countries with high levels of female membership are Australia (50%), Mongolia (60%) and Korea (30%).
- The average executive board has 19 members of which four (19%) are women. New Caledonia has 100% women on its executive.

Equality

- The average percentage of membership of women according to the affiliates has risen in the past decade from below 25% to between 25% to 50%.

- Oceania has the highest number of women members (49%), followed by South East Asia (37%). North Asia has 23% and South Asia has 10%.
- 31% of unions have a gender committee, 27% have a gender quota.
- 50% have no gender policy.
- Examples of gender policies cited include NUJ Philippines where all activities have a minimum 30% participation standard. Several unions had no formal strategy but had a policy of equal treatment for all, MAV Vanuatu, MJA Maldives, and AJTL East Timor.

Media Industry:

- The numbers of journalists are increasing according to 74% of members.
- Journalists are employed in the following sectors: 37% newspaper, 29% TV, 15% Radio and 11% online digital.
- The fastest growth over past decade: 11% online digital; 15% TV.
- Radio and newspapers have seen a decline of 7% and 22% respectively.
- 50% of journalists are paid below 250 USD a month, 19% earn 2,500-5,000 USD per month.
- 60% of affiliates negotiate collective agreements. 15% said the numbers of collective agreements has risen in the past decade, 35% said the number was static.

Our Membership:

- 78% of unions in Asia-Pacific organise freelancers.
- The average percentage of freelance membership has risen in the last decade from below 25% to somewhere between 25-50%.

Union Priorities:

2. 89% - press freedom
3. 89% - journalism standards
4. 85% - safety
5. 74% - equality
6. 59% - legal assistance
7. 55% - collective bargaining
8. 44% - freelance
9. 37% - authors rights

Future Focus Areas:

1. Digital security
2. Equality
3. Collective bargaining
4. Rights monitoring
5. Campaigning
6. Recruitment
7. Skills training
8. Leadership training
9. Safety
10. Journalism standards
11. Press freedom advocacy

Youth in Unions

- 81% of union members in the Asia Pacific are aged less than 50 years old.
- 83% of executive board members are under 50 years old, 17% are over 50 years.
- 84% when asked about youth membership agreed that ‘our future depends on it.’

- Only 8% of unions have conducted research into young journalists.
- Two unions have an official Youth quota: AIJA Afghanistan and NUJ Nepal.
- Two unions have a formal youth policy: Minprororen Japan, CAJP Cambodia.
- NUJ Philippines has a youth strategy which includes associate membership to students

Despite the challenges they face, the IFJ and its affiliates in the Asia Pacific found that young people and new media workers are often reluctant or unable to join a union. Several affiliates said young people often think unions are too serious or are unaware of the benefits of being a member. Young journalists also tend to work long hours or in freelance and disparate working arrangements, making it difficult for unions to recruit and organise them.

Organising new media presents new challenges for the Asia-Pacific region. Membership rules often exclude non-traditional journalists from joining. Even when new media workers are allowed to join, they tend to be spread out.

The IFJ youth survey showed that around 60 per cent of IFJ affiliates from the region who responded accept bloggers as members and 77 per cent organise freelancers.

A key objective of the meeting was to give participants an opportunity to share good practice examples of their responses and union strategies to engage young people and new media.

Responses to the survey were received from the following affiliates: AIJA (Afghanistan) MEAA (Australia) CAPJ (Cambodia) AJTL (East Timor) SJTL (East Timor) HKJA (Hong Kong), JAB (Bhutan) NUJI (India) AJI (Indonesia) NIPPORO (Japan) JFNWU (Japan) JAK (Korea) KJA (Kuwait) NUJ (Malaysia) MJA (Maldives)CMJ (Mongolia) MJA (Myanmar) FNJ (Nepal) NPU (Nepal) NUJ (Nepal) NZEPMU (New Zealand) FJC-NC (Nouvelle-Calédonie) PFUJ (Pakistan) NUJP (Philippines) SLWJA (Sri Lanka) FMM (Sri Lanka) NUJ (Thailand) MAV (Vanuatu)

Recommendations from the Asia-Pacific youth meeting

1. **New media workers need to be part of the picture**
   Open up membership to new media workers and seek support for training for new media workers on journalism standards (ethics).

2. **Adopt a youth policy**
   Media unions and organisations should adopt youth policies that make youth recruitment and retention a priority. Membership requirements can be eased for young journalists and journalist students to support their entry into the profession and create connections with unions from the outset of their careers. Young journalists should be supported and participate in the discussion and writing of such policies.

3. **Strengthen organizing for freelancers.**
   The rapid growth in contractualisation and freelancing has changed the dynamic of organizing. Unions must prioritise lobbying for labour laws that allow for collective bargaining and organizing for freelancers.

4. **Lobby for the ratification of international labour conventions.**
   In a changing media landscape, ratification and implementation of the relevant ILO conventions and the ICCPR – ICESCR covenants is critical for the future of organizing. This should be a focus for lobbying.

5. **Make use of social media to engage young people.**

Effective communication helps unions find common ground and issues to advocate on. Media unions and organisations should actively use existing social media platforms for regional communication, coordination and information sharing. They should create user-friendly social media apps to reach out to the tech-savvy young journalists and engage them in two-way communication. They should also promote union missions and visions in fun, innovative and engaging ways.

6. **Create spaces and events for communication to happen.**
   Too often unions seem unapproachable and serious to young people, but going out into the field to the sites and places where young people are strongly conveys union messages and missions through personal encounters and direct interaction. Engaging the youth in fun ways like sport, social or leisure activities will also help improve their knowledge of young media workers issues and thoughts.

7. **Improve education and training.**
   Training for young people should include news safety, ethics, welfare, and rights awareness, as well as specialised training for freelancers. It should also focus on local and international laws on new media and reporting in the new media landscape. Unions should look to partner with NGOs working on different issues on training and engagement.

8. **Research and explore issues youth care about.**
   Research and explore issues relevant to young people to include them in the wider picture and make sure these studies are available locally, regionally and globally. Future research needs to gauge young journalists' attitudes, member satisfaction based on professional needs and circumstances and how unions can effectively respond to them.

9. **Encourage young people to be leaders in unions.**
   There is an urgent need to include young people to be part of unions and to play active leadership roles. Young people bring new insights and direction for the development of unions but some unions are yet to reflect this through good youth representation in their organizations. Cooperation between the older and younger generations can always lay solid foundation for new directions.

10. **Foster creativity and innovative thoughts of young people.**
    Young people have their own thinking and valuable ideas and including them will not only engage them but enable more dynamic interaction and innovation.

11. **Provide services relevant to young media practitioners.**
    To address the needs of young journalists and the youth who are potential members or news media practitioners, unions should look to expand and provide services relevant to their work. As well as training, other services could include: Networking, scholarships, exchanges and study trips (both local and abroad; Mentoring for young journalists to develop individual career paths and peer groups; Youth peer support and meetings, whereby senior members help facilitate the active participation of young members to the attainment of union goals. In this regard, young members should be given independence to fulfil union goals in the best way they can, based on their level of knowledge and experience; and press awards to encourage and support young media workers;

12. **Strive to be innovative and self-sustaining, with strong systems for collecting fees.**
    Unions must have good systems for collecting membership fees and setting the ideal amounts of membership dues so that members develop a strong sense of ownership of the union. Unions must also be capable of creating other income opportunities in a manner that does not compromise media freedom and independence. Youth creativity must be harnessed for this.

13. **Create a future focus for IFJ and media unions and develop youth capacity.**
    External support is needed to strengthen the IFJ and its affiliates globally. The following programs should be a focus: Develop the capacity of union leaders for youth mentoring and youth peer support coordination and facilitation; Establish, learn and share best practices from successful unions; Baseline regional studies on the income sources of journalists as a basis for welfare campaigns, collective bargaining negotiations and union contributions.

14. **Grow through strong organizational systems and finances.**
    The growth and financial strength of unions lies in solid organization systems and databases. Future project funding and IFJ programs should focus on developing and supporting unions in this capacity.

Responding to the Challenges in the Asia Pacific Region

1. **Putting it on paper – youth policies and actions plans**
   A handful of unions in the Asia-Pacific have adopted specific youth policies, but more are needed. Some unions also have a specific youth quota for membership on executive boards.

2. **Recruiting students in universities**
   MEAA (Australia) targets journalism students at university for membership recruitment, through special awards, professional development activities and other events for students.

3. **Engaging student activists in campaigns**
   While media students may be less interested in unions, they are often active in campaigns with the ATJ (Taiwan) against repressive laws, attempts to monopolise the media industry, regressive changes to curriculums and other issues.

4. **Discounted membership fees for young people**
   Increasingly, many AP unions are introducing successful programs of discounted membership for students and young journalists.

5. **Social spaces, events and awards for young journalists**
   The MJA (Myanmar) hosts free social events for young journalists. In Indonesia, AJI supports cafes and creative spaces for young journalists to hangout and network. In Vanuatu, MAV partners with popular local theatre groups to reach out to young media workers. In Australia, MEAA supports a 'Young Journalist of the Year Award' for journalists 30 and under as well as a 'Student Journalist of the Year Award'.

6. **Empowering young people through youth networks and committees**
   A youth union network has been set up by E Tú in New Zealand to connect young members aged 35 and under. AIJA (Afghanistan) also has a youth committee.

7. **Creative communication strategies**
   HKJA (Hong Kong) runs closed Facebook and WhatsApp groups to allow sharing of information in a non-public space. In Myanmar, journalists use MJA's Facebook much like Twitter.

8. **Understanding the needs of young workers through dialogue and research**
   MAV (Vanuatu) recently conducted an online survey of local media workers, the majority were aged under 35.

9. **Drop-in centre for young workers**
   E Tú (New Zealand) supports a Young Workers Resource Centre, a drop-in centre where young workers can get advice and support on work-related issues.

10. **Organising freelancers**
    "Freelance Pro" is a specific group within MEAA (Australia) dedicated to organising and supporting freelancers. It is a specific 'brand' within the union, offering discounted professional indemnity insurance, media access cards, contract advice and training.

11. **Opening up membership to new media workers**
    AJI (Indonesia) is working in some provinces to support citizen journalists to set up their own news websites and provide them with relevant journalism training.

12. **Recruiting and empowering women in unions and the media**
    AJI (Indonesia) has a gender division dedicated to addressing issues for female journalists and has a target of increasing women's membership to 38%. MEAA (Australia) has a women journalists mentoring program and also hosts the "Women in Media Network" where media workers and members can share ideas, experiences and professional opportunities.

CASE STUDIES

A New Suite of Services for Australia's Freelancers

Like the rest of the world, journalism in Australia is going through unprecedented upheaval as the business models that have sustained the craft for a century are under financial pressure.

Since the turn of the decade, thousands of jobs have been shed at Australia's major newspaper publishers, commercial television and radio stations, and two public broadcasters. Worse hit have been the two main newspaper publishers, Fairfax Media and News Corporation, which have axed hundreds of reporting, editing, production and photographers jobs at every publication they own.

A welcome counter trend has been the emergence of some small start-up digital outlets alongside the arrival in Australia of global operators like *Buzzfeed, The Huffington Post, The Guardian* and *The Daily Mail*. But these have replaced just a fraction of the jobs that have been lost.

For the journalists of Australia – whether they are leaving a permanent job after years of service, or just starting out in the industry – the future will increasingly be freelance. In terms of its numbers, MEAA has 6000 members, half of whom are women and 30% are under 35.

Anticipating future changes to the industry, the Media, Entertainment and Arts Alliance (MEAA) launched a new membership category specifically for freelance journalists in 2013.

A club for freelancers

FreelancePro provides a suite of professional services for freelancers, including professional indemnity and public liability insurance of up to $20million at competitive rates; contract advice; a media access identity card; a FreelancePro endorsement; accredited training in media law and ethics and other areas of professional development; and networking events and opportunities, including those run by the Walkley Foundation for Journalistic Excellence.

The MEAA website has also been redesigned to provide more information and services for freelancers, including the ability to upload a profile and portfolio, opportunity and job boards, and a freelance rate

tracker. Essentially, it is about building a freelancer community to campaign for fairer conditions, better pay rates, and more access to training.

We know that the reality is that as publishers seek to squeeze costs, the cards are unfairly stacked against freelancers. Individually, they have little power to negotiate with publishers who can dictate terms, including rates of pay.

However, in 2010, MEAA was granted an exemption by the Australian Competition and Consumer Commission from anti-competition provisions to allow our union to collectively represent freelancers to negotiate terms such as rates of pay, moral rights and copyright with publishers. While this decision does not give freelancers any employee rights, it is a starting point for raising the standards in the industry. To date, publishers have been extremely resistant to the notion of collective bargaining of freelance rates, and MEAA intends to raise the volume on these issues through higher profile public campaigning.

So far, the take up of the FreelancePro membership has been gradual but encouraging and recently passed the 400 mark, which was the break-even point for MEAA. It is now about 6% of MEAA's overall media section membership. Interestingly, about 15% of FreelancePro membership is aged under 35.

A recent online survey of FreelancePro members found the most valued services are insurance, professional training and development and the trustmark endorsement. Two-thirds of respondents said it was good value for money and 80% said they would recommend it to others. Feedback from the survey also confirms that many freelancers are earning well below average weekly earnings from their journalism work, so MEAA is now examining a tiered membership offer with different fees.

Apart from representing freelancers, MEAA is also seeking to negotiate collective agreements for employees of digital start-ups. It is also looking at expanding the FreelancePro model to other media and communications professionals, including those working in public relations, content marketing, multimedia and online content etc.

Establishing rights for media interns

Another focus for MEAA is to establish rights for graduates and media interns; who we recognise are one of the most vulnerable and exploited groups of journalists.

With jobs being in such high demand, some employers take advantage of interns by not paying them, or employing them under exploitative conditions. MEAA insists that unless a placement is part of course accreditation, interns should be paid and have the same rights as other employees. They should not be used as a cheap alternative for paid employees.

In 2016, we collaborated with Interns Australia to create simple guidelines for media internships for both interns and employers. We are also contacting tertiary institutions teaching media or communications to have face time with students to discuss their rights as graduates and interns.

For several years now, MEAA Media has had on offer a student membership which costs just $55 a year, or a little over $1 a week. For that, students get a range of benefits, including legal advice/consultation on employment issues, weekly bulletins on campaigns and news in the media industry, networking events, discounts on the Walkley Foundation professional development program, and access to the MEAA Journey Cover Insurance.

FreelancePro in action

Brisbane author and journalist Andrew McMillen was an early adopter of FreelancePro. He was already a member of MEAA and as a full-time freelancer "joining the freelance faction made sense". He says the provision of professional indemnity and public liability insurance was a strong selling point.

Earning between $50,000 and $80,000 a year from his writing and journalism, McMillen sits in the higher end of freelancers. But, like all freelancers, being paid a fair rate and on time is a constant battle. He would welcome a campaign to establish standard rates, although sees the challenges.

"At the moment rates are set in-house and freelancers have to take it or leave it and have very little bargaining power because freelancers are so disparate and individual," he says. "I can negotiate a higher rate sometimes but others, it's what the editor or publisher suggests and if I don't like it, that's it. It's very hard to bargain. Also, there are constant cash flow problems. I don't get paid until my work gets published, so some months I can earn nothing and some months are okay."

Unlike McMillen, Mahsa Fratantoni, a young Sydney-based freelance writer, editor and public relations consultant, was not a member of MEAA before joining FreelancePro about a year ago.

"Insurance was how I came across FreelancePro, and that was what separated it from other options," she says. "I carry the card with me and have it on hand and I'm sure there will be a reason to use it soon, and the trustmark is incorporated into all my portfolio documents and invoices. It gives me confidence and that makes a difference in how I present myself as a professional."

Fratantoni has also relied on the union for advice on contracts and to recover unpaid fees, but like others she feels she lacks power in negotiating word rates with publishers and would welcome more information.

Fratantoni said: "I wear several different hats from PR strategy, content creation to journalism and having an organisation that understands the different media and what the current space is like is fantastic."

- **Paul Murphy, CEO, Media, Entertainment and Arts Alliance (Australia-New Zealand)**

Capacity Building Young Journalists in Afghanistan

Afghanistan is a nation ravaged by chronic poverty, war, high levels of illiteracy, severe foreign intervention, and it is also a hotbed for militant groups and terrorist organisations. In the past year, the death toll in the country's capital, Kabul, has been particularly grim with targeted attacks on news network Tolo TV which cost the lives of seven media workers in a suicide bomb attack. So too, in Kunduz province, media outlets came under attack after the takeover by the Taliban in the region.

Despite the ongoing challenges, Afghanistan's media has experienced significant growth. In the last 15 years, Afghan news outlets have increased by more than 600 %, from 15 outlets in 2000 to over 1,000 in 2015. Today the total estimated number of journalists in the country sits above 12,000, with women making up approximately 18 per cent (2,250) of the workforce. IFJ affiliate Afghan Independent Journalist Association (AIJA) represents 3000 workers, including 350 women journalists.

Importantly, approximately 75 % of Afghanistan's population is aged under 25. So too, the number of young journalists is on the rise. Around 60% of AIJA's membership is aged under 35. It is working to bring young journalists into the fold and formed a Committee for Youth in 2015. Through the committee, AIJA developed a program with the help of its young executive members to involve and support reporters, students, freelancers with various association activities.

Its capacity-building program allows younger members to join AIJA on provincial trips for training workshops which are targeted at developing and strengthen their capacity as journalists through reporting, verification skills and media monitoring. AIJA has also helped its young members to gain diplomas and certificates.

Social media has become a vital communication tool for exchanging news, stories and information between the young members.

Through the implementation of these processes the Committee for Youth has had significant impact on the young members. The Committee has helped both AIJA, in bringing larger numbers of youth members and develop programs to specifically support young journalists, as well as assisting the growing young journalists of Afghanistan with new skills and supporting their work. The young members also bring new and innovative ideas to AIJA. It is a two-way partnership with each supporting the other to grow and develop, ultimately strengthening their respective roles.

- **With contributions from Samandar Khan, general secretary, Afghan Independent Journalists' Association (AIJA)**

Indonesia Opens Entry to Bloggers and Citizen Journalists

At the 2014 AJI Congress, some revolutionary changes were made to the AJI Constitution which enabled bloggers and citizen journalists to join the organisation for the first time. It also meant that, for the first time, they will now have access to journalism training on good standards and ethics. It's a move that AJI felt was needed if it was to stay relevant in the rapidly changing media environment of Indonesia.

Importantly, it makes AJI a bit of a trailblazer in its approach to the new media landscape in Asia-Pacific.

Bloggers and citizen journalists are on the rise in Indonesia, running parallel to an unprecedented growth of social media and mobile technologies. For traditional journalists, this creates competition and more broadly it creates opportunities for organising.

AJI estimates there are around 80,000 people working in the country's media and currently represents about 2000 members - 60% are under 35.

AJI sees the move in two ways. Firstly, by including bloggers and citizen journalists into the fold, it also allows new opportunities to train, strengthen and make a new section of the media more professional. Secondly, it is a new opportunity to strengthen and grow the sector, bringing them into the fight for better working conditions and wages.

AJI's own research from 2014 found that the majority of media companies employ journalists under the Provincial Minimum Wage (UMP). AJI said that low wages and the welfare of journalists make the profession increasingly vulnerable to the temptation of bribery which is rife in the country. For online journalists, the challenges are even greater. AJI says online journalists are the worst paid across the country and to include bloggers means it has a larger proportion of the online media to represent and fight for.

- **With contributions from Aloysius B Kurniawan 'Wawan', Manpower Department, Alliance of Independent Journalists Indonesia (AJI)**

Stepping up Against Young Worker Exploitation in New Zealand

The exploitation of young workers is a systemic issue in New Zealand. There are several reasons behind this widespread exploitation, but prominent among them is the absence of meaningful education about employment rights in secondary schools.

The majority of young people enter the workforce with a very poor understanding of their rights and entitlements and are immediately vulnerable to employers in an increasingly neoliberal labour market. School leavers certainly have little knowledge about unionism and are unlikely to learn unless they enter a workplace with an active union presence.

The Young Workers Resource Centre (YWRC), based in Hamilton on New Zealand's North island, seeks to address this challenge. Founded in 1993, it delivers employment rights education to secondary schools, tertiary institutes, private training organisations and community groups. While geographically (and financially) restricted, YWRC delivers services primarily in the Waikato and Bay of Plenty regions, but is leading an initiative to engage volunteers to deliver similar education across the country in partnership with national youth movement Stand Up.

"I was a young journalist once and I had no idea what unions were or what my basic working rights were," said YWRC coordinator Tony Stevens. "Nobody explained them to me, not my teachers, and certainly not my employer! I would have jumped at the chance to join a union had I known. I should have learned about this stuff at high school and then I might have been able to negotiate a better pay rate than what I had, which was barely above minimum wage."

The YWRC is a not-for-profit organisation and delivers 1-2 hour presentations that cover minimum working entitlements and legal issues such as: employment agreements, employment rights and responsibilities, trial periods, minimum wages, sexual harassment, health and safety and union membership.

It reaches approximately 3,500-4,000 young people per year directly, and potentially more through media generation including a radio show called *Young Workers' Toolbox*. The YWRC also runs a drop-in centre and advocacy service to support young workers facing legal issues or adversity in their work.

That all said, it is difficult to gauge exactly what the impact of the YWRC is. It is a small organisation and could achieve a lot more with a secure funding base, greater capacity, more staff, and extended reach. But young people who participate in the workshops indicate that they get a greater understanding of workplace rights and feel more "empowered" as a result. It is also common for previous participants to contact the YWRC later in life seeking assistance with their employment, or just something as simple as getting a professional opinion of their employment agreement before they sign. We also see this as another positive sign.

In addition to increasing youth understanding of work rights, YWRC also identifies specific acts of exploitation and is able to either assist in resolving them or explaining a means to do so. As a result, it is able to identify exploitative trends in the labour market and give public commentary and raise awareness through the media, press statements, policy submissions or public events. YWRC also actively encourages young workers to join unions and where possible provide membership or referral information.

We know that YWRC is the only organisation in New Zealand that delivers youth-focused and youth-driven employment rights education in secondary schools. There are a handful of others that work in this space occasionally, but never on the scale of the YWRC and not with the youth-centric approach.

- **Tony Stevens, Co-ordinator of the Young Workers Resource Centre, and active member of E Tū New Zealand**

Executive Decisions on Youth Strategy in Vanuatu

The Media Association Blong Vanuatu (MAV) is one of the Asia Pacific's smallest IFJ affiliates, with only 100 members. However, it remains a strong member in the fight for better working conditions, gender equity and press freedom in the region.

Young journalists have been identified by MAV's executive as a key target group – and with good reason. 70% of MAV's membership is aged below 35, while 60 % of the MAV executive is aged under 35.

By identifying its growth potential through youth membership and involvement, MAV has been able to develop strong strategies to support young and developing journalists.

To encourage the involvement of young journalists, the association has developed a number of sub-committees on key issues including awards, fundraising, policy and legal issues. It is also working on developing youth campaigners within the association to lead on key campaigns such as its 2016 Freedom of Information legislation campaign.

"MAV strongly encourages the involvement and participation of youth members, recognising their skills are often different to those of non-youth members," said MAV's president, Evelyne Toa.

"It's because we believe in them. We believe that they are dynamic, energetic, with new ideas and specific skills for modern technologies, social media and they can bring change and difference."

MAV is also supporting young, female journalists in Vanuatu through fellowships and mentoring.

Fern Napwatt completed the Women, Media and Economic Literacy in the Pacific program in May 2014 and returned to Vanuatu inspired, informed and ready to put what she learned into practice especially with other young journalists in the country. She and MAV are working together giving her energy and enthusiasm an outlet benefiting her own work and the association's.

In her workplace, the *Independent*, the feedback has been equally positive. Napwatt's editor and deputy editor have been working with her to establish a dedicated space in the national weekly newspaper to write about women in general, and women's involvement in business and economic life in particular.

Editor Tony Wilson believes the newspaper, as well as the broader media sector, will benefit from Napwatt's passion and enthusiasm, which can only lead to better reporting of key issues in business relating to women. There are many untold stories out there and the quest for them will bring a new edge and depth to national reporting in these areas, he says.

MAV President Evelyne Toa said: "The media in Vanuatu need people with leadership skills, especially women and younger media practitioners. Fern has returned to us with a strong commitment to become a leader in media. By actively participating in MAV's activities as a member, she will help promote the core values and ethical principles that distinguish professional journalists."

- **With contributions from Evelyn Toa, president, Media Association Blong Vanuatu (MAV)**

Practical Skills for Pakistan's Graduates

The Pakistan Federal Union of Journalists (PFUJ) has developed a number of strategies for young journalists and journalism students. These strategies are aimed at providing them with training, experience and important knowledge to better equip themselves for a future in Pakistan's media.

Working with media departments in local colleges and universities, PFUJ holds lectures, short workshops and seminars for journalism students on topics ranging for what to expect in the field, how to tackle challenges and showcasing different jobs. Through this process, students can talk with journalists, ask questions and, importantly, create dialogue and mentoring opportunities.

But it is not just in talks that change is being implemented. PFUJ is also working with universities and media departments to overhaul current media and journalism curriculums. This is to provide more practical experience for journalism students; work experience, fellowships and exchange programs to be included in curriculums. This gives students opportunities to learn, develop and strengthen their skills through a variety of avenues.

While the PFUJ continues to work with university and college students to better improve their skills and training, there are a number of challenges. Financial instability makes it difficult to extend the programs across the country, and while solutions such as skype have been attempted, they are yet to be successful.

The PFUJ holds workshops throughout the year primarily for working journalists. Yet each workshop has an allotted number of participants studying journalism. This gives them an opportunity to train and develop stronger skills, while mixing with working journalists across Pakistan. The experience often creates mentoring relationships between students and working journalists.

- **Amin Yousef, General Secretary, Pakistan Federal Union of Journalists (PFUJ)**

Asia Pacific report Edited by: Jane Worthington, Deputy Director IFJ Asia Pacific

AMERICA LATINA Y EL CARIBE

El contexto regional

En América latina, el ejercicio libre del periodismo es debilitado por dos elementos interrelacionados, una alarmante concentración de medios y una elevada precarización laboral debido a los bajos salarios, la falta de beneficios sociales y las relaciones informales de trabajo. Como la FIP observara en el "Informe sobre las amenazas a la libertad de expresión en América latina y el Caribe" (2015).

> *Uno de los mayores conflictos que afecta al sector de trabajadores de prensa a lo largo del continente, es la gran concentración de medios en cada país; coincidiendo en muchos casos con la existencia de grandes monopolios y oligopolios con Fuertes lazos (y a veces con cercana identidad) con las elites dominantes, generando una relación peligrosa entre los dueños de los medios y los dueños del poder político.*
>
> *Dentro de los grandes medios, la existencia de trabajadores informales en algunos países lleva a una inevitable debilitación de la estructura sindical, entendiendo que la precarización a menudo implica una restricción en el acceso a la representación sindical. Por esta razón, los derechos laborales se encuentran doblemente afectados, no teniendo el trabajador garantías fundamentales (seguridad social, seguridad laboral y protección contra despidos arbitrarios), ni representación en asociaciones laborales que los protejan o les permitan luchar por esas garantías. Se crea así un círculo vicioso en el que los sindicatos tienen menos trabajadores afiliados, debilitando a las estructuras sindicales que son quienes pueden proteger y afiliar nuevos miembros.*

Al mismo tiempo, la concentración de medios implica una concentración de ofertas de trabajo controladas por monopolios u oligopolios de empleadores. Esto crea una situación donde las líneas editoriales rígidas, demandadas por los poderes económicos y políticos, comprometen la libertad de prensa en tanto fuerzan a los periodistas a aceptar la autocensura para asegurar sus trabajos.

Es importante también considerar el continuo impacto de la crisis financiera global en el empleo y las condiciones laborales. El ascenso de las tasas de desempleo y el deterioro de las condiciones laborales afectan negativamente el alcance y los logros de los acuerdos de negociación colectiva, en detrimento de los derechos laborales de todos los trabajadores. De acuerdo con el reporte hecho por ILO en 2014: al menos 27 millones de jóvenes, de los 56 millones que forman parte de la fuerza laboral en los Países de América Latina, se encuentran trabajando de manera informal. Dentro de este grupo de jóvenes, la tasa de desempleo alcanzó un 13,3%, tres veces más alta que la de los adultos. Se estima que más de 7 millones de ellos no logran obtener trabajos, equivalente al 40% del desempleo total de la región. [1]

[1] *Trabajo decente y Juventud*, Biblioteca Regional de la OIT para América Latina y el Caribe. Serie: Bibliografías Temáticas Digitales OIT, Nº 11, p. 24.

Sumado a esto, dentro de los jóvenes que logran encontrar empleo, se evidencia que 6 de cada 10 son forzados a tomar empleos en la economía informal sin protección, derechos y con bajos salarios.

Además, existe una enorme varianza en los derechos y condiciones laborales ofrecidas por los empleadores a los jóvenes trabajadores. Por esa razón, es importante analizar los tipos de procesos de negociación colectiva que tiene los sindicatos latinoamericanos y su estructura.

Negociación colectiva y Estructuras Sindicales en la región

El estado actual de la Negociaciones Colectivas puede ser dividido en tres amplias categorías:

- Negociaciones Colectivas avanzadas: pueden encontrarse en Argentina, Brasil y Uruguay;
- Intermedias: intentando expandir el alcance de las negociaciones, se encuentran los casos de Chile, Paraguay y Perú.
- Nivel básico: todavía sin negociación colectiva. Se encuentran los casos de República Dominicana, Panamá, Costa Rica, Colombia, Venezuela, Haití y Jamaica.

Los resultados de la encuesta global revelan que 25% de los sindicatos no firman acuerdos colectivos. De aquellos que sí los firman, el 33% de los sindicatos (ANP-Perú y SNP-Costa Rica) reporta que menos del 25% de sus miembros son cubiertos por CAs, el 17% reporta que entre un 26% y un 50% (SNRP – México) de sus miembros están cubiertos por CAs; otro 33% reporta que entre 51% y 75% de sus miembros se encuentran cubiertos por CAs y un 13% establece que por encima del 75% de sus miembros se encuentra cubierto por CAs. Estos resultados muestran que el fortalecimiento de las negociaciones colectivas es de vital importancia para mejorar las condiciones laborales precarias.

Jóvenes trabajadores de prensa en América Latina

A pesar de que, como fue mencionado previamente, América Latina es una región con grandes contrastes y diferencias internas que son consecuencia de diferentes políticas económicas y laborales, persisten algunos aspectos en común para los trabajadores de prensa en la mayoría de los países:

- Incluso donde las negociaciones colectivas existen (sean por compañía o sector), hay múltiples casos de abusos donde los salarios son pagados fuera de los acuerdos colectivos: trabajos encubiertos o bajo contratos; jóvenes periodistas que son contratados falsamente como freelancers pero demandados a cumplir jornadas laborales regulares sin seguridad social o de salud. Esta situación genera una gran inseguridad en los empleados, dado que las compañías pueden despedir a empleados freelancers a costos mínimos.

- Existen multiplicidad de tareas por la misma remuneración, especialmente en plataformas digitales donde los periodistas deben desempeñarse en tareas de redacción, edición de contenido (incluyendo texto, fotografías y video en muchos casos) y administración de contenido.

- Los periodistas son forzados a trabajar por fuera de las horas laborales oficiales, excediendo el máximo de ocho horas; a menudo en días de descanso, e incluso en algunos casos sin el derecho de poder reclamar un día de descanso semanal.

- Para los jóvenes periodistas, los salarios en general no coinciden con las tareas desempañadas o las responsabilidades otorgadas; o en otros casos son pagados con beneficios de las publicidades, lo cual contradice la dignidad del periodismo.

- Para los empleadores es más conveniente pagar salarios mínimos a un practicante junior, que un salario apropiado a un periodista de carrera. Esta situación desalienta a jóvenes profesionales y rompe con las aspiraciones de crecer y desarrollarse.

Estas situaciones poseen distintas capas de profundización en cada país que serán detalladas debajo.

Situación por país

En Argentina existe el problema de un bajo número de jóvenes en el mercado laboral, como resultado de condiciones laborales precarias y del status de pasantes o internos. Además, el aumento de trabajos multitasking, por el cual se recibe un único salario, se ha vuelto más frecuente. El Sindicato argentino subraya la necesidad de un recambio generacional, expresado por los jóvenes que participan en el sector sindical y que pueden contribuir tanto en los niveles de base como en la Federación.

En Chile, predominan relaciones laborales aún más precarias, que fueron engendradas en la era neoliberal, y que han resultado en una disminución de la capacidad de los sindicatos. Los jóvenes se hallan fuertemente afectados por estrategias flexibles de contratación como la tercerización, una práctica que permite que ciertos trabajos sean realizados fuera de la compañía, en vez de poseer un departamento interno o empleados que se ocupen del mismo. Mediante este mecanismo, las compañías de medios tercerizan responsabilidad de empleo a compañías de recursos humanos. Estas compañías buscan grupos de periodistas por periodos específicos de tiempo, permitiendo a las compañías de medios evitar compromisos establecidos en los convenios colectivos porque legalmente ellos no figuran como empleados. Los periodistas también se ven afectados por otra relación laboral no regular cuando son forzados a trabajar como "contratistas independientes", donde son contratados para la realización de trabajos específicos. Una de las muchas consecuencias de esta figura es que los beneficios del empleo regulado no se encuentran disponibles, dado que no cualifican como "empleados". Así también no se encuentran protegidos por la legislación laboral y son pagados por sus servicios como asesores, aunque cumplen jornadas de trabajo regulares. Estos llamados "colaboradores", término utilizado para denominar a los trabajadores que se encuentran bajo estas prácticas irregulares, se encuentran fuera del sistema de seguridad social y sin posibilidad de afiliarse a los sindicatos.

Paraguay presenta un escenario diferente donde además de las condiciones que impone un mercado completamente desregulado como el de los medios de comunicación, rige la controversial "Ley del Primer Empleo". Esta ley extiende el período de prueba (facilitando el despido sin indemnización) y permite remuneraciones inferiores al salario mínimo legal para practicantes. Se replica asimismo, la multiplicidad de tareas por un mismo salario. Sin embargo, la participación de la población joven en el sindicato es alta, ocupando los menores de 35 años un 50% de miembros de la comisión directiva. Todos ellos traen experiencias de organización de base.

En Brasil se reportó una tasa de desempleo juvenil 2,5% superior a la del promedio. A su vez, las condiciones laborales también son más nocivas en esta franja etaria, especialmente en lo que respecta a la subcontratación, el trabajo por facturación y la sobrecarga horaria. Para ejercer el periodismo en este país es necesario haber completado los estudios respectivos. El sindicato nacional intenta implementar dos políticas adicionales para aumentar la tasa de afiliación de los jóvenes: la pre-sindicalización y la participación de un delegado estudiantil en las distintas instancias gremiales.

En lo que respecta a la zona andina, se hallan los casos de Perú y Ecuador donde el desempleo afecta con más fuerza al sector de la juventud, y donde aquellos que efectivamente cuentan con un trabajo lo

hacen en gran medida en la informalidad. Entre los periodistas que se inician, a menudo sin título profesional, abundan los bajos salarios y la contratación temporal.

En Colombia, pese a la existencia de la Ley del Primer Empleo que promueve la formalización, los periodistas jóvenes reciben bajos salarios y son explotados por sus superiores quienes les demandan una sobrecarga de tareas, imponiéndoles al mismo tiempo una estricta línea editorial. Se comprueba una vez más que aunque las legislaciones de Primer Empleo aparentan promover el empleo juvenil, en la realidad simplemente tienden a flexibilizar las condiciones laborales, mientras que facilitan el ingreso de los jóvenes en el mercado laboral bajo las condiciones más precarias. De las 29 organizaciones que componen la Federación Colombiana de Periodistas (FECOLPER), una decena está encabezada por jóvenes. Incluyendo a Adriana Hurtado, actual presidente de FECOLPER, quien asumió su primer mandato con 30 años.

En Venezuela, el sindicato de prensa asegura que la franja de entre 25 y 30 años es predominante en los medios de comunicación, especialmente a partir del uso de nuevas tecnologías. Las multi-plataformas de comunicación han abierto las puertas a la inserción de muchos jóvenes debido a su manejo de las herramientas digitales. Sin embargo, dicho escenario también da curso a la sobrecarga de tareas y a los salarios precarios, que muchas veces los recién ingresados se ven obligados a aceptar. Una vez más se evidencia una distancia enorme entre el ingreso al mercado laboral y la dignidad en el lugar de trabajo. Las nuevas tecnologías ciertamente han abierto el espectro de oportunidades para los más jóvenes, pero también han llevado a un descenso en los niveles de las condiciones laborales a través de prácticas como el multitasking.

Finalmente, en República Dominicana un 40% de los trabajadores de prensa (periodistas, técnicos, etc.) tienen entre 19 y 34 años. A menudo, enfrentan problemas tales como: bajos salarios, situaciones de peligro, despidos masivos causados por la tendencia a la concentración de medios, falta de acceso a la seguridad social, multitasking, carencia de guarderías infantiles y altos costos para la educación superior. El sindicato brinda, a través de convenios con institutos de formación profesional, cursos de capacitación que apuntan especialmente a los jóvenes afiliados. Se aspira a que el periodista incorpore herramientas que le permitan tener un acceso más fluido al mercado laboral.

Recomendaciones del Seminario en América Latina para la Juventud

LARO, el ANP y FES fueron anfitriones del seminario regional el 29 y 30 de Septiembre del pasado año en Perú, con sesiones de entrenamiento y discusiones enfocadas en la situación regional de los jóvenes trabajadores, y las condiciones laborales precarias en los medios nuevos y tradicionales.

Los principales temas discutidos fueron:

- Inclusión de los jóvenes en las posiciones decisorias de la estructura sindical.
- Políticas de afiliación.
- Dimensiones de trabajo decente.
- Contrataciones encubiertas, freelance y sus impactos en el trabajo decente nacional.
- Condiciones laborales de los jóvenes en las negociaciones colectivas.
- Cuestiones de Primer Empleo y empleo juvenil.

Se alcanzó un consenso en cuanto a los desafíos que la región enfrenta frente a la inclusión de los jóvenes en condiciones laborales decentes, así como en las dificultades para generar cambios efectivos en las estrategias de afiliación juvenil dentro de los sindicatos.

La mayoría de los representantes coincidieron en que uno de los principales obstáculos para aumentar el número de miembros jóvenes es la imagen pobre que poseen de los sindicatos, sumada a una falta de interés. Esto es en parte resultado de la ausencia de estrategias concretas por parte de los sindicatos

para atraer a este sector de los trabajadores. La encuesta también muestra el miedo que sufren los periodistas de que la afiliación sindical afecte sus perspectivas laborales.

Al mismo tiempo, las posiciones más precarias y freelance son tomadas por los jóvenes trabajadores, lo que hace más difícil para los representantes de los sindicatos poder generar un acercamiento en las redacciones. Se acordó por esto, que es esencial desarrollar nuevos canales de comunicación que permitan alcanzar a los más jóvenes.

Dentro de las recomendaciones efectuadas por participantes, las siguientes deben ser resaltadas:

- Los sindicatos deben demostrar autonomía y entendimiento respecto del escenario político actual, incluyendo una compresiva visión de la juventud, género y problemas sociales. Esto implica una radical transformación en las estrategias para manejar las cuestiones de género y juventud.

- Es una prioridad para los líderes de los sindicatos poder lograr la articulación de estrategias de comunicación abiertas para jóvenes trabajadores

- Los sindicatos no deben limitar sus acciones a cuestiones institucionales, y deben lograr un acercamiento con otras organizaciones sociales que trabajen en todos los campos que sean relevantes a los jóvenes trabajadores.

- Dado que la iniciación de los jóvenes en el mercado laboral resulta difícil bajo condiciones laborales decentes, se recomienda el aumento de capacitación sindical en instituciones educativas (como universidades) y lugares de trabajo.

- Las organizaciones de trabajadores deben mejorar la comunicación y estrategias de afiliación para alentar a los jóvenes profesionales y/o trabajadores de prensa a sindicalizarse. Los sindicatos deben incorporar nuevas tecnologías para ayudar al crecimiento y a la promoción de sus acciones y campañas a niveles nacional, regional y global.

ESTUDIO DE CASOS – Entrevistas en Brasil, Paraguay y Perú

La siguiente sección es una serie de entrevistas conducidas por la oficina regional con sindicatos en Brasil, Paraguay y Perú para explorar en profundidad los desafíos que enfrentan los sindicatos en el acercamiento hacia los jóvenes trabajadores.

Entrevista a Rafael Freire de la FENAJ (Brasil)

Regional Office (RO): ¿Con qué políticas de inclusión de los jóvenes en los espacios de decisión del sindicato cuentan?

Rafael Freire (RF): Acá en Brasil tenemos principalmente dos políticas. Una que apunta al reclutamiento de los jóvenes periodistas: la pre-sindicalización. Algunos sindicatos practican esta política pero no tenemos muchos resultados objetivos, en el sentido de que jóvenes periodistas empiecen en la lucha sindical desde la base. Tenemos algunos compañeros y compañeras que son referentes en sus bases, que tienen formación política, pero son casos mucho más de militancia que expresión de la política de los sindicatos.

La otra política es la participación de los jóvenes - estudiantes de periodismo - en los encuentros de los congresos y de la federación. Pero, igualmente, no tenemos tantos resultados.

RO: ¿Por qué crees que no alcanzaron muchos resultados?
RF: Nos parece que la participación de los jóvenes en las actividades sindicales, sea por medio de la pre-sindicalización o sea por medio de los encuentros, genera mucho más interés en el evento en sí, en los conocimientos que provee, en las posibilidades de una promoción o un descuento, no propiamente en tanto trabajo político. Esto último es lo que tenemos que hacer, no un mero acto de presencia en los encuentros. Me parece que la FENAJ debe promover la formación política propiamente dicha, materiales, textos, convocatorias específicas, cosas de este género para contar con una formación política. Un encuentro, una actividad esporádica, no es suficiente.

RO: ¿Qué políticas de reclutamiento de jóvenes instrumentan?
RF: Son las mismas políticas que utilizamos para promover la participación. Algunos sindicatos de base intentan un reclutamiento de los periodistas en general, sin un recorte específico de género o de edad. Ese recorte es necesario, las tasas de sindicalización de jóvenes son muy bajas. En contraposición, la cantidad de jóvenes periodistas en las universidades es muy grande. Hay una "juvenilización" del periodismo en el mercado, en las empresas. Esto favorece el intento de bajar los salarios, ya que a los jóvenes las empresas les pagan menos. Por todo esto, es importante un recorte detrás del objetivo de sindicalizar a los jóvenes.

RO: ¿Cómo impacta el trabajo en negro y *freelance* en las condiciones dignas de trabajo y en qué medida esta problemática afecta a la juventud?
RF: La FENAJ y la Universidad de Santa Catarina hicieron un estudio para identificar el perfil del periodista brasileño. La gran mayoría de los compañeros empiezan en el periodismo como *freelances* o como pasantes, es decir bajo formas precarizadas. Con el mercado de trabajo abarrotado, las empresas, por medio de la rotatividad, mantienen puestos de trabajo precarizados, mayormente jóvenes, ya que aún les falta conciencia o madurez y son más propensos a tolerar esas condiciones para aprovechar una oportunidad.

RO: ¿Existen cláusulas relacionadas a los jóvenes en los convenios colectivos? En caso afirmativo, ¿en qué consisten?
RF: No hay cláusulas de ese tipo.

RO: ¿Qué dificultades se presentan en las primeras experiencias laborales?
RF: Los jefes tienen la tendencia a hacer "esclavos" a los jóvenes periodistas que se hallan en sus primeras experiencias, ya que éstos tienen la perspectiva de afirmarse en el mercado de trabajo y a raíz de ello se someten. Infelizmente tenemos parte de la culpa, por no desarrollar el debido trabajo en cuanto a la formación política en las bases, en las facultades, a raíz de lo cual los jóvenes periodistas salen de la institución muy inmaduros, sin condiciones de enfrentar este tipo de afrentas morales.

FENAJ
Número total de miembros: 10.000
Número total de miembros jóvenes (menores de 35):1500 (15%)

Entrevista a Sonia Salazar de la ANP (Perú)

Regional Office (RO): ¿Con qué políticas de inclusión de los jóvenes en los espacios de decisión del sindicato cuentan?
Sonia Salazar (SS): Intentamos motivar la participación juvenil especialmente en los espacios donde se toman decisiones y se construyen programas referidos a los jóvenes. Históricamente se ha interpretado la juventud como una etapa en la vida que requiere atención y supervisión por parte de las personas adultas a fin de que sigan por el camino "correcto". En cambio, actualmente se busca que mediante su participación, los jóvenes se posicionen como protagonistas y agentes de cambio.

RO: ¿Qué políticas de reclutamiento de jóvenes instrumentan?
SS: En estos momentos no contamos con ninguna política de reclutamiento específica.

RO: ¿Cómo impacta el trabajo no registrado y *freelance* en las condiciones dignas de trabajo y en qué medida esta problemática afecta a la juventud?
SS: El trabajo no registrado o "independiente" afecta directamente a los jóvenes, en la medida que éste es un elemento primordial de inclusión e integración social, pero para ello debe desenvolverse en condiciones dignas, equitativas e igualitarias. Cuando esto no sucede y el joven queda por fuera de la seguridad social, el sistema de obras sociales, con salarios bajos y sin la posibilidad de sindicalizarse, sus posibilidades de crecimiento y realización laboral quedan afectadas.

RO: ¿Existen cláusulas relacionadas a los jóvenes en los convenios colectivo? En caso afirmativo, ¿en qué consisten?
SS: Nuestros convenios colectivos no registran cláusulas puntuales referidas a los jóvenes.

RO: ¿Qué dificultades se presentan en las primeras experiencias laborales?
SS: La inserción laboral es sumamente dificultosa, sobre todo porque se produce en el contexto de un mercado de trabajo que evoluciona críticamente en las últimas décadas, respecto a las condiciones de las que hablábamos antes.

Asociación de Nacional de Periodistas (ANP)
Número total de miembros: 10.041
Número total de miembros jóvenes (menores de 35): 1505 (15%)

Entrevista a César Cabrera del SPP (Paraguay)

Regional Office (RO): ¿Con qué políticas de inclusión de los jóvenes en los espacios de decisión del sindicato cuentan?
César Cabrera (CC): Se está tratando de dar una apertura, ya que anteriormente no había tanta participación. Hace uno o dos años, antes de que yo entrara a la Comisión Directiva (CD), empezamos a buscar la manera de que se ampliara la participación de los jóvenes. Ahora la juventud es mayoría en la CD del SPP, y estamos teniendo una participación importante en la toma decisiones.

RO: ¿Qué políticas de reclutamiento de jóvenes instrumentan?
CC: Básicamente se trata de, primero que nada, la apertura que mencionaba. En concreto, se están promoviendo más charlas que apunten al reclutamiento de estudiantes, quienes pueden afiliarse antes de contar con el título profesional.

RO: ¿Cómo impacta el trabajo en negro y *freelance* en las condiciones dignas de trabajo y en qué medida esta problemática afecta a la juventud?
CC: El impacto es fuerte y amplio. El SPP en los '80 logró firmar el contrato colectivo de los trabajadores de prensa, pero la patronal - específicamente los grandes medios - lo segmentó al otorgarles el reconocimiento sólo a los periodistas de la prensa escrita y no, por ejemplo, a los fotógrafos o a los periodistas de televisión. Estamos tratando de resolver esta situación, incorporando a los trabajadores de TV y a los reporteros gráficos.

En ese contexto, el problema con el empleo en negro es que pagan mal, y además los jóvenes, desprotegidos, tienen miedo de hablar, preguntar y mucho menos hacer cumplir su derecho. Al *freelance*, habitualmente, no se le paga. Gasta tiempo, invierte dinero, da lo mejor de sí, y no se le paga. El sindicato, estén afiliados o no, acompaña a quienes sufren esta problemática.

RO: ¿Existen cláusulas relacionadas a los jóvenes en los convenios colectivos? En caso afirmativo, ¿en qué consisten?
CC: Sí, aquellas relacionadas a los estudios suelen beneficiar particularmente a los más jóvenes. Me refiero a los permisos por exámenes y para capacitación. Estas cláusulas se respetan medianamente.

RO: ¿Qué dificultades se presentan en las primeras experiencias laborales?
CC: En Paraguay son pocos los medios donde rige un convenio colectivo, tres periódicos y una radio AM. En ese contexto, si bien actualmente los jóvenes están teniendo acceso a fuentes de trabajo - en perjuicio de trabajadores con más trayectoria – lo hacen en condiciones sumamente precarias de empleo.

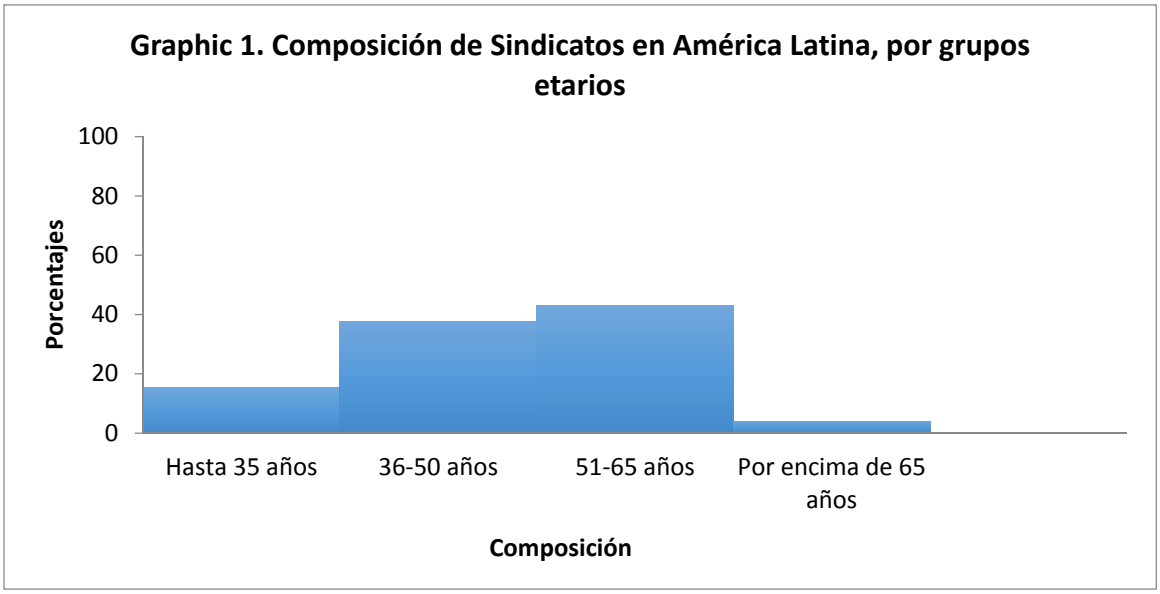
Sindicato de Periodistas de Paraguay (SPP)
Número total de miembros: 400.
Número total de miembros jóvenes (menores de 35): 160 (40%).

Encuesta de Juventud de la FIP 2015 en América Latina y el Caribe

En este apartado, vamos a recoger los aspectos más pertinentes de la encuesta realizada durante 2015 a los sindicatos de la región.

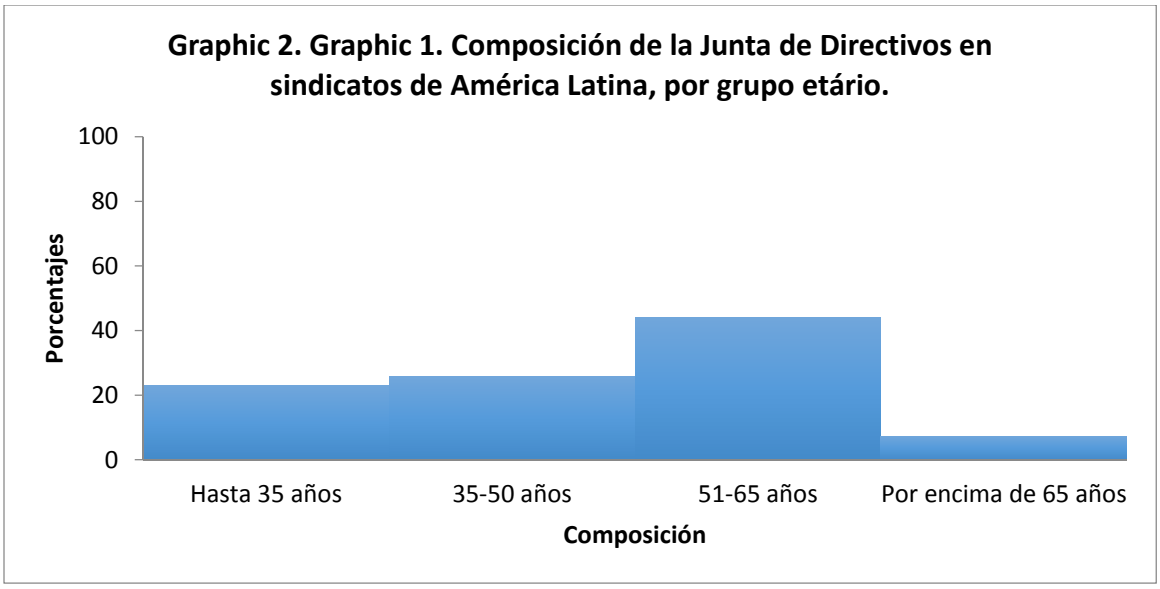
Primeramente es necesario señalar que América latina emergió como la región con promedio de edad más alto en la encuesta, donde se reportó que 51% de sus miembros superan los 51 años.. Los datos que surgen de la recopilación realizada dan un panorama de la actualidad de este sector en el mundo sindical de los trabajadores de prensa develándonos las carencias y retos que dichas organizaciones tienen por delante.

Según los resultados obtenidos, la conformación etaria de los sindicatos que participaron de la encuesta es la siguiente: Hasta 35 años (15,4%); entre 36-50 años (37,6%); entre 51-65 años (42,9%); por encima de 65 años (4,1%).



SOURCE: FIP Global Survey. Latin America and Caribbean.

La encuesta, asimismo, arroja datos sobre la composición de los cuerpos directivos: Hasta 35 años (22,86%); entre 36-50 años (25,71%); entre 51-65 años (44,14%); por encima de 65 años (7,29%). La edad media de los directores en América Latina, es la segunda mayor comparada con otras regiones, con un total de 53% que tienen 53 años o menos. Adicionalmente, 36% de los miembros de la Junta de Directivos son mujeres, en una región donde %44 de todos los miembros son del género femenino.



SOURCE: FIP Global Survey. Latin America and Caribbean.

Cuando las organizaciones fueron consultadas por las categorías de trabajadores que afilian, dos cuestiones se suscitaron en relación al sector de la juventud: un 57% de los gremios consultados no agrupan estudiantes y un 39% no sindicaliza freelancers. Ambas categorías están compuestas mayormente por jóvenes. En relación a su inclusión en la vida sindical, reviste especial importancia que las organizaciones amplíen sus miras para incorporar a los jóvenes que se hallan en condiciones laborales no tradicionales o de menor formalidad e incluso que puedan establecer lazos con aquellos que aún están transitando sus estudios.

Con frecuencia es más dificultoso recaudar la cuota de un trabajador que no se desempeña en relación de dependencia pero - simultáneamente a la creación de mecanismos alternativos para ese fin - es central considerar la importancia estratégica que tiene representar a todos los trabajadores de prensa, más allá de la circunstancia en que realicen su labor, para fortalecer las organizaciones.

La falencia en este sentido se hace palpable cuando vemos que un 85,7% de los sindicatos que respondieron la encuesta de la FIP afirman no contar con una estrategia formal para los jóvenes (el mismo porcentaje contestó que no realiza encuestas o investigaciones sobre las miradas y necesidades de los jóvenes). Otras categorías que son comúnmente excluidas del sector sindical son las conformadas por editores, correctores, técnicos, blogueros, relacionistas públicos, y pequeños emprendedores.

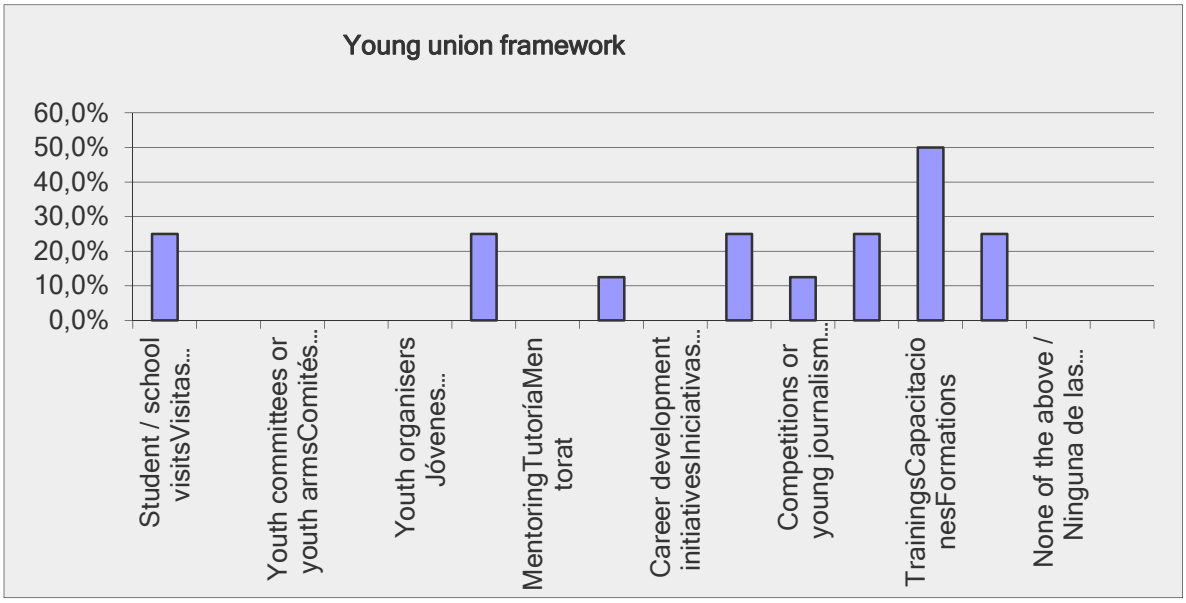
Otro 87,5% de las organizaciones sindicales evidencian que no cuentan con una cuota joven en sus cuerpos directivos. Aquí, sin embargo, es importante aclarar que algunos sindicatos como el de Paraguay, tienen una composición juvenil muy fuerte en sus direcciones, lo cual vuelve innecesario el establecimiento de dicha cuota.

De acuerdo a las organizaciones encuestadas, las principales dificultades para reclutar jóvenes son: “Miedo de que la afiliación sindical afecte sus perspectivas laborales” (50%); “Desinterés por los sindicatos” (25%); “Descreen que los sindicatos vayan o puedan ayudarlos” (12,5%); y “Otros” (12,5%).

Respecto a los motivos que los encuestados consideran centrales a la hora de ampliar la membrecía joven (cada sindicato podía marcar más de uno), los más escogidos fueron: “Nuestro futuro depende de eso” (87,5%); “Los jóvenes son esenciales para llevar a cabo campañas”, “Ellos se encuentran

cambiando la forma en que los sindicatos trabajan y funcionan", "Nuestro sindicato está envejecido" (25%); and "Ellos aportan nuevas formas de comunicación y estrategias" (12,5%).

Finalmente, los sindicatos reportaron las siguientes actividades como los métodos más efectivos de reclutamiento: capacitaciones (50%); panfletos (25%); eventos de información en sus lugares de trabajo (25%); campañas digitales (25%); programas de jóvenes lideres (25%); visitas a estudiantes/colegios (25%); eventos de formación de redes (12,5%); y competiciones o premios a jóvenes periodistas (12,5%).



SOURCE: FIP Global Survey. Latin America and Caribbean.

Palabras finales

Lo dicho hasta aquí plantea una serie de retos para las organizaciones de la región, especialmente en el sentido de perfilar estrategias que les permitan incorporar a los jóvenes a la vida sindical dándoles asimismo espacios de acción y decisión. Esto supone la necesidad de reformular ciertas tácticas de comunicación para tener acceso a un público que, a raíz de ciertas transformaciones socioculturales, se presenta con problemáticas e inquietudes de distinto signo a las clásicas.

Si bien el eje de la lucha aún son las condiciones de trabajo en el marco de un sistema global de explotación, las formas de acercamiento a los trabajadores deberán ser específicas según el sector de que se trate. Por ejemplo, todas las organizaciones encuestadas cuentan con una página de Facebook. El dinamismo y las características de la misma pueden ser fundamentales para la interpelación a aquellos jóvenes que tienen un contacto muy fluido con las redes sociales, así como el Twitter, herramienta con la cual cuentan un 62,5% de los sindicatos.

Estos y muchos instrumentos más, incluidos los tradicionales talleres de formación y capacitación, los encuentros informativos, etc., deben ser armonizados en una estrategia general que apunte a visibilizar, incluir y dar protagonismo a los jóvenes en la lucha de los sindicatos por el trabajo digno en el marco de la construcción de una región socialmente más justa.

Informe por Belen Wildner and Carlos Javier Avondoglio
Oficina Regional Para América Latina y el Caribe,
Federación Internacional de Periodistas

Apartados a resaltar de la encuesta en AL

Comparaciones a destacar

- Género: los sindicatos de América Latina poseen la tercera posición más alta de membrecías de mujeres con un 44% de afiliadas, debajo de Oceanía (49%) y Europa (49%)
- Los sindicatos de AL, Brasil y Colombia, ingresan en las cuatro primeras posiciones con un 56% de miembros del directorio del género femenino. Mientras que solo el ANP de Perú reportó una política de género específica con un Consejo de Género, otros citan igual tratamiento para todas sus políticas fundamentales.
- AL también surgió como región líder en términos de crecimiento, con el 100% de sus sindicatos reportando un incremento en el número de periodistas en la industria en la década pasada.
- Inesperadamente es la única región que registró una reducción en el número de freelances organizados en torno a los sindicatos de FEPALC, con una caída de 27% a 21% en las membrecías en la última década.
- Los miembros de FEPALC también son los de mayor edad de las regiones de la FIP con más de 51% de sus miembros que superan los 50 años. El rival más próximo es Europa con un 47%. La edad promedio de los directorios ejecutivos de FEPALC cae a un segundo lugar con un 53% de miembros del directorio con 50 años o menos.

Las respuestas de la encuesta fueron recibidas de los siguientes ocho afiliados: FENAJ (Brasil) FETRACOSE (Chile) FECOLPER (Colombia) SNP (Costa Rica) SNTP (República Dominicana) SNRP (México) SPP (Paraguay) ANP-FNTCS (Perú)

Nuestros sindicatos

- Membrecía completa – 87.5% : Miembros asociados – 12.5%
- Sindicatos 87.5%: Asociaciones profesionales 12.5%
- 75% llevan a cabo congresos al menos cada dos años;
- El número promedio de miembros por sindicatos es de 2938, de los caules 1669 son mujeres, representando el 44% de los miembros.
- El promedio de la Junta Directiva es de 13 miembros, de los cuales 4.6 (36%) son mujeres.
- Base de datos digitalizada: Si 87.5% : No 12.5%

Igualdad

- El número promedio de miembros mujeres ha subido desde un 29% a un 36% a nivel mundial en la década pasada.
- Género: los sindicatos de América Latina poseen la tercera posición más alta de membrecías de mujeres con un 44% de afiliadas, debajo de Oceanía (49%) y Europa (49%)
- Los sindicatos de AL, Brasil y Colombia, ingresan en las cuatro primeras posiciones con un 56% de miembros del directorio del género femenino.
- Mientras que solo el ANP de Perú reportó una política de género específica con un Consejo de Género, otros citan igual tratamiento para todas sus políticas fundamentales.
- 62,5% de los sindicatos poseen un Comité de Género y 37,5% tiene una cuota de género, 12,% no tienen políticas de género.

Industria de medios

- El número de periodistas está **incrementando** de acuerdo con el **100%** de los miembros:
- Actualmente la mayoría de los periodistas se encuentran empleados en los siguientes sectores: **29% en diarios**, 29% en TV, 29% en radio y 14% en medios digitales online

- Crecimiento más acelerado en la década pasada: **25% medios online digitales**; 0% TV, 12,5% diarios; 37,5% radio.
- 50% de los periodistas son remunerados por debajo de 250 USD al mes, 100% en menos de **1000 USD**. El promedio es de **500 USD**
- 75% de los afiliados negocian **acuerdo colectivos**. Los miembros de la FEPALC reportan que el número de acuerdos se ha mantenido aproximadamente igual en la década pasada,

Nuestra membrecía

- 71% de los sindicatos organiza freelancers
- El porcentaje promedio de miembros que son **freelance** ha caído un 6%, con menos freelances afiliados hoy que hace 10 años (27%/21%)
- Más de la mitad de los sindicatos poseen políticas de afiliación muy abiertas a distintos trabajos en el sector de medios. La pregunta de la encuesta listaba 13 diferentes tipos posibles de membrecía y pedía a los sindicatos expresar si aceptaban o rechazaban estas categorías, y si la rechazaban explicar si era por política propia o por legislación laboral. La siguiente tabla lista los resultados en orden descendiente, ocupando las categorías más populares de membrecía primero.

Categoría	Si	Prohibido por la ley	Ilegible o contra las reglas del sindicato
Periodistas a tiempo complete permanentes	7	0	0
Periodistas digitales/online	7	0	0
Periodistas de fotografía	6	0	1
Diseñadores gráficos	6	0	1
Operadores de cámara	6	0	1
Periodistas freelance	5	2	0
Pequeños empresarios de medios: bloggers, pequeñas páginas web, etc.	5	2	0
Fixers*	5	1	1
Editores en jefe	4	2	1
Técnico	4	1	1
Bloggers	4	2	1
Relacionistas públicos/comunicación	4	2	0
Estudiantes de periodismo/practicantes	3	1	3

Las categorías menos aceptadas por los afiliados de FEPAL son estudiantes (3), Comunicaciones/Relacionistas públicos (4), Bloggers (4), técnicos (4); editores en jefe (4)

Prioridades de los sindicatos

Cuando los sindicatos fueron solicitados a reportar las áreas principales de trabajo desde una lista cerrada pre-elaborada, los resultados fueron los siguientes

10. 87.5% Libertad de prensa
11. 75% Seguridad
12. 62.5% Standards del periodismo
13. 62.5% Negociación colectiva
14. 62.5% Asistencia legal

15. 25% Igualdad
16. 25% freelance
17. 12.5% derechos de autor

Cuando fueron interperlados acerca de las áreas de los sindicatos en las cuales les gustaría focalizarse más, los resultados fueron los siguientes

9. Defensa de la libertad de prensa
10. Afiliación/ Desarrollo de los sindicatos
11. Negociación colectiva
12. Seguridad
13. Fortalecimiento del liderazgo
14. Campañas
15. Standards de periodismo
16. Igualdad
17. Monitoreo de derechos
18. Organización de freelancers

Juventud en los sindicatos

La sección final de la encuesta fue dedicada a las políticas y estrategias en torno a la juventud y su reclutamiento.

- América Latina tiene el promedio más alto de edad de su membrecía con un 51% de sus miembros superando los 51 años.
- Al mismo tiempo en sus liderazgos, el 53% de los miembros de sus Juntas directivas poseen menos de 50 años.
- Cuando fueron encuestados sobre por qué la afiliación juvenil era una prioridad, el 50% de los sindicatos coincidió en la declaración de que “nuestro futuro depende de ellos”. Otros seleccionaron “la gente joven es esencial para llevar a cabo campañas”, “ellos se encuentran cambiando el modo en que los sindicatos trabajan”, y “nuestros sindicatos están envejecidos”.
- Los obstáculos más grandes para el reclutamiento que se citaron fueron:
- This **biggest obstacles** to recruitment cited were:
    1. 50% : periodistas temen que su afiliación a sindicatos pueda dañar sus perspectivas laborales
    2. 25% : periodistas no se encuentran interesados
    3. 12.5% : no piensan que el sindicato pueda ayudarlos

Los sindicatos se encuentran respondiendo a los desafíos de la afiliación juvenil de las siguientes maneras

- Un sindicato reportó que tienen una Cuota Juvenil oficial (Republica Dominica). Ningún otro sindicato reportó alguna estrategia para la juventud.
- Los métodos más populares para acercarse a los jóvenes periodistas fueron los siguientes:
    1. 25% Capacitaciones
    2. 12.5% Estudiantes/Visitas colegios
    3. 12.5% Programas de liderazgo juvenile y eventos de extrensión de
    4. 12.5% campañas digitales
    5. 12.5% eventos informativos en lugares de trabajo
    6. 6% competiciones y premios
    7. 6% eventos de redes de trabajo

EUROPE

Introduction

Twenty three unions across Europe responded to the global survey by the January deadline. In some of the analysis we have split the results between unions from member states of the European Union plus Switzerland and Norway; EU+ (14) and unions outside the European Union in Central and Eastern Europe CEE (9) in order to get a better analysis of the different priorities of members and how the media development trends differ.

Summary Results

Our Unions

	EU+	**CEE**
Full membership (compared to Associate membership)	100%	56%
Trade Unions	73%	56%
Digital Database	93%	56%
Congresses at least every two years	80%	33%
Average membership	9.710	2.966
Average numbers of women	4.412 (45%)	1.365 (46%)

Equality

- Women membership of unions is 45 % (EU +) and 46% (CEE) compared to a global average of 36%
- Unions with the highest percentage of women in the executive boards are Finland (69%), Estonia (67%), Croatia (55%) Belarus (53%) and Turkey (50%)
- In EU+ 15 % of unions have a gender committee, 62 % an equality policy and 8% a gender quota, compared to CEE where 13% have gender committee and 50% an equality policy. Examples of gender policies cited include;
    - Gender mainstreaming at all levels and equal pay (NJ Norway),
    - Equality principles established in rule books and delegates policy (NUJ UK & Ireland):
    - Rule book provides for Gender committee (TUCJ Croatia).
    - Several unions had no formal strategy but cited a policy of equal treatment for all, (NVJ Netherlands and FESP Spain).

Media Industry:

- While **85%** of unions in **EU+** report a **fall** in numbers, the situation is less dramatic in **CEE** where **44%** of unions report an **increase** in numbers of journalists over the past decade.
- Currently most journalists are employed in CEE in the following sectors: **56% television** and **33% newspaper** and **10% digital**, compared to EU+ Europe of **17% television**, **58% newspaper**, **8% online digital** and 17% other
- Fastest **growth** over past decade: **89% online digital in CEE** and **62% in EU+ Europe** ;

- In CEE journalists average salary is around **320 USD** a month, while average salaries in EU Europe are about **2500 USD**
- All affiliates in EU+ negotiate **collective agreements** compared to 22% in CEE.
- According to 17% of unions the numbers of collective agreements have **risen** in the past decade, while 33% report they have **fallen**.

Our Membership:

- 85% of unions organise freelancers in EU+ and 78% in CEE
- The average percentage of membership that are **freelance** has risen from 23.5% to 25% in EU+ in the last decade and from 16 to 20% in CEE.
- Over half of unions have a very open membership policy to different jobs in the media sector. The survey question listed 13 different types of possible membership and asked unions to say if they accepted or rejected these categories and, if they were rejected, if it was because of their own policy or because of the labour law. The following table lists the results ranking the most popular membership categories first.

Category	Yes	Forbidden by law	Ineligible or against union rules	Yes	Forbidden by law	Ineligible or against union rules
	CEE			**EU+**		
Permanent full-time journalists	9	0	0	12	0	0
Photojournalists	9	0	0	12	0	0
Online / digital journalists	8	1	0	12	0	0
Camera operators	8	0	1	10	0	2
Freelance journalists	7	1	1	10	0	2
Editors-in-chief	7	1	1	10	0	1
Journalism students/ trainees	4	1	3	9	0	3
Small media entrepreneurs eg: bloggers, small web enterprises etc.	6	1	2	8	0	4
Graphic designers	6	1	1	8	0	4
Fixers	5	1	2	8	0	2
Bloggers	4	3	1	8	0	4
Communications / public relations	3	1	4	7	0	5

Technicians	6	0	3	5	0	6

The categories most rejected by IFJ affiliates are technicians (9); communications/public relations (10) Bloggers (8), fixers (5) and graphic designers (6).

Many unions are relatively open to journalist entrepreneurs (14) and to encouraging students into early membership (15).

IFJ affiliates often have strong views on categories of membership, but as the industry changes the traditional distinctions between journalists and other media workers, as well as different forms of employment means more and more unions are having to review their criteria.

Union Priorities:

When the unions were asked to report their main areas of work from the pre-prepared list the results were as follows

	CEE	**EU+**
1	Press Freedom 89%	Collective Agreements 83%
2	Safety 89%	Journalism standards / ethics 83%
3	Journalism standards / ethics 78%	Legal assistance 83%
4	Legal assistance 78%	Press freedom 75%
5	Collective agreements 56%	Freelance membership 67%
6	Equality 56%	Authors' rights 58%
7	Freelance membership 44%	Equality 50%
8	Authors' rights 44%	Safety 33%

There were dramatic differences in ranking for issues like safety and collective agreements between the two sub-regions.

When asked what areas unions would like to focus more on the results were as follows:

	CEE	**EU+**
1	Skills training	Freelance organizing
2	Campaigning	Recruitment union building
3	Digital security	Collective bargaining
4	Press freedom advocacy	Skills training
5	Freelance organizing	Journalism standards / ethics
6	safety	Press freedom advocacy
7	Leadership strengthening	Rights monitoring
8	Rights monitoring	Campaigning

9	equality	Equality
10	Journalism standards / ethics	Digital security
11	Collective bargaining	safety
12	Recruitment union building	Leadership strengthening

Again, the priorities for future work differ markedly between the two sub-regions that will be important for informing future IFJ/EFJ campaigns and projects.

Youth in Unions

The final section of the survey was dedicated to policies and strategies around youth and recruitment.

- In EU+ 47% of members are over 51 years old compared with 30 % in CEE,
- In EU+ 52% of board members are over 51 years old compared with 34% in CEE.
- When asked why youth membership in unions was a priority, **83%** unions agreed with the statement that '***our future depends on* it**.' while 67% in CEE agreed with – ***they bring new forms of communication and strategy*** and ***are changing the way unions work***.
- Despite this only 25% of unions in EU+ have conducted research into young journalists while in CEE 56% reported doing so.
- This **biggest obstacles** to recruitment cited were:

	CEE	**EU+**
Not interested in Unions	22%	36%
Fear that union membership may damage job prospects	44%	9%
Do not think unions can help	11%	36%

Clearly the fear of employer reprisals for membership of a union in Eastern Europe is felt very strongly among journalists and needs to be urgently addressed if the unions are to be able to effectively grow. It is something that is being directly addressed by the current FES programme for Eastern Europe.

Unions are responding to the challenges of youth recruitment in the following ways.

- Two unions reported having a formal youth policy (DJV Germany, JUS Serbia);
- Further examples given of youth strategies included:
  - Targeting and recruiting students (DJV Germany, NJ Norway),
  - Offering special rates and special status to students (NVJ, Netherlands),
  - Youth board (NVJ, Netherlands) ,
  - Special section for students, quotas at congress, and regional representation (NJ Norway)
  - Mentoring of younger students by older members (AJP, Belgium)
- The most popular methods of reaching out to young journalists were the following:

	CEE	EU+
Student / school visits	44%	73%
Student or youth special membership rates	33%	64%
Trainings	67%	54%
Networking events	44%	46%
Digital campaigns	22%	46%
Youth committees or youth arms	11%	36%
Competitions or young journalism awards	33%	9%
Workplace information events	22%	27%
Mentoring	11%	27%
Youth organisers	0	36%
Leafleting	11%	18%
Career development initiatives	0	27%
Youth leadership programs	11%	0
Quotas	0	9%

Thanks to the following unions who participated in the survey.

CEE: UJA Armenia, BAJ Belarus, IAGJ Georgia, SSNM Macedonia, TUMM Montenegro, JAS Serbia and JUS Serbia, TGS Turkey, NUJU Ukraine.

EU+: AJP Belgium, CJA Croatia and TUCJ Croatia, UCJ Cyprus, EUJ Estonia, SJ Finland, CFDT France, DJV Germany, JUMDN, Greece, NVJ Netherlands, NJ Norway, FESP Spain, IMPRESSUM Switzerland, NUJ UK/Ireland.

CASE STUDIES: EUROPE

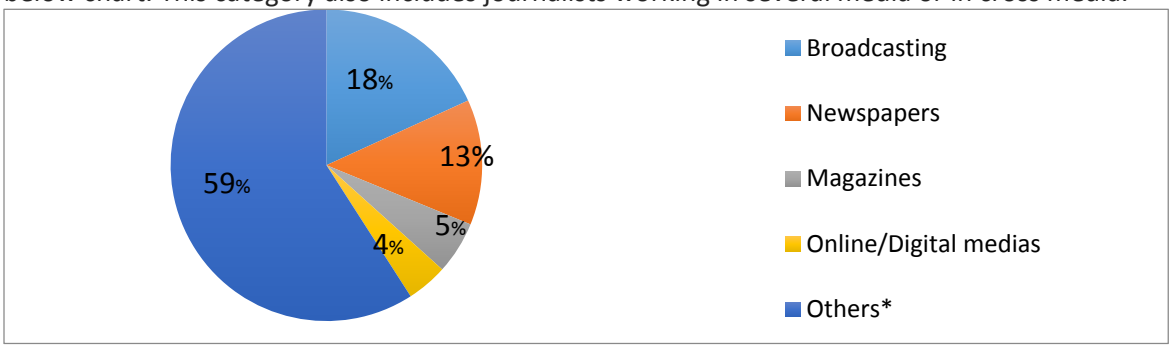
The European Federation of Journalists organised a meeting on targeting youth in April 2015 in Copenhagen as part of a separate union building programme supported by the European Commission. As part of that programme they compiled three case studies on Denmark, Macedonia and Turkey to showcase different initiatives taken by unions who have prioritised recruitment.

Danish Union of Journalists (DJ)

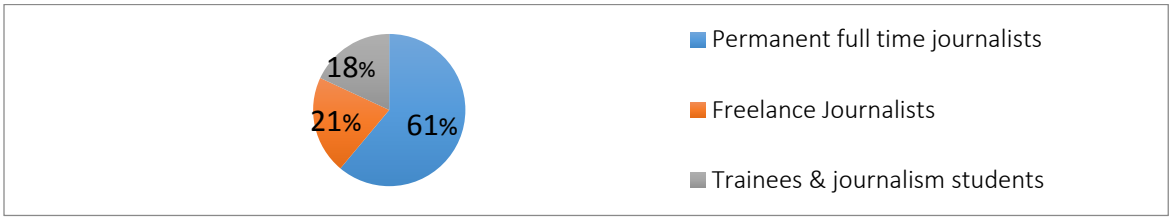
The Danish Union of Journalists (DJ) represents 17,200 journalists and media workers. The organization gathers a wide variety of members: permanent or freelance journalists, photojournalists, graphic designers, media technicians, camera men/woman, communication/public relations' officers, trainees, journalism students and pensioners.

One-fifth (18%) of DJ members work in the broadcasting sector while the same number practice in the print media (13% for newspapers, 5% for magazines). Only 4% work on digital media.

The membership diversity explains why 59% of the DJ members are indicated as "others" in the below chart. This category also includes journalists working in several media or in cross media.



The majority of DJ members (61%) are employees, 21% work as freelancers and 18% are still trainees and journalism students. This last proportion is reflected on the high rate of young members in the organisation: 6,000 (35%) are aged or under 35 years when 4,000 (23%) are above 50.



Voting rights

The DJ conducts an open policy: all their members, including students, trainees, asylum seekers, honorary and pensioner members, have equal rights. They can stand for elections and vote in all union ballots. They have full access to services and can be part of collective agreements.

Leadership

The DJ executive board has fifteen members. Among them, four are aged 35 years or under and one is responsible of membership recruitment. A specific Committee for Youth and six local organizations at schools and universities have recently been established.

Recruitment activities & Communication tools

The DJ organised networking events, competitions/prizes, school visits and educational events/trainings to reach out to new members. The recruitment officer also focuses on this task with

hiring students. Various tools as the union website, social media, newsletters, organisational leaflets, face-to-face events and email are used to communicate with members and potential members.

	Reasons why members join the union:	**Reasons why members leave the union**
1	Recommended by existing union members	Too expensive
2	Get a press card	Leaving for another union
3	Get professional development services	Change job/sector
4	Need legal advice	
5	Networking opportunities	

DJ Recruitment Strategy

Even if your organisation has built a strong core of loyal members, new and younger members ensure your sustainability. **How to find new entrants in an economical and time-efficient way?** In September 2014, the Danish Union of Journalists (DJ) decided to redirect its own recruitment strategy. After only one year, this decision had paid off: the average age had significantly declined and their total number of members increased.

Their **9 steps strategy** is described by **Louise Theil**, DJ Project manager and team leader:

1) Define your challenge - First at all, we reviewed why we wanted more affiliates, why they were important and useful to the union. We identified our members and our target groups.

2) Implement your recruitment strategy at political and management levels - We estimated the necessary resources in **people, time, money** and **focus**. We decided to employ a full-time recruitment officer.

3) Go where potential members are – We divided the year between the first semester dedicated to students' recruitment and the second to professional recruitment. **We created anchors in our target environments by engaging stewards at workplaces and hiring students**. We prepared adapted promotional gifts, for instance, laptop bags for students. If you engage recruitment officers, make sure to give them skills and merchandise. Members need to know officials and officials need to know members.

4) Research the market and your competitors - We asked: what do we have, that they don't? And what do they have that we don't?

5) Ask members – We researched the needs of young members in our database to attract others. We offer cheap home insurance for students; organise forty free events (only with professional input) and our annual Media Festival. Our union gives **democratic rights (the vote)** to journalism students. Among our fifteen elected leaders, four are under 35 years. We also created a Youth Committee and 6 local student organisations. Having young members in the board is the best way to reach out young journalists.

6) Co-ordinate touch-points & Review your communication – We "walked over the crime scene": we analysed the flow into and out of the organisation to localise our touch-points with members and co-ordinate them. Make it simple to join the union, avoid long administrative procedures and use the recruitment pack!

7) Collect feedback - We systematically collected information on why people join or drop out the Union (see above). This helped us to adapt the next strategy session.

8) Make recruitment public property- Everyone in the union can contribute. We got all levels of the organisation to think and act on recruitment. We invited ideas and delegated tasks. Don't forget: existing members are existing resources.

9) Self- evaluation: Where did we succeed or fail? Analyse your results and **return to step 1...**

Association of Journalists of Macedonia (AJM)

The Association of Journalists of Macedonia (AJM) represents 360 journalists and media workers.

The AJM organises permanent and freelance journalists, online and social media journalists, camera men/women, chief editors, trainees, journalism students and pensioners.

Currently, the organisation's database does not contain specific statistics on its membership. Nevertheless, Dragan Sekulovski, the AJM's Executive Director, notes that nearly a third of members, mainly from regional and local press, work for several media at the same time. This lack of information makes it difficult to identify the proportion of permanent workers and freelancers in the association.

Voting rights

Staff workers, freelancers, pensioners, honorary and temporary members can stand for elections and vote in all union ballots. Trainees and journalism students don't yet have these rights but they benefit fully from services. None of them can take part in collective agreements.

Leadership

The AJM executive board has 35 members. Among them, 10 are under 35 years. Two volunteers, one recruitment officer and one marketing officer, are in charge of the organisation's membership recruitment strategy.

Recruitment activities & Communication tools

The AJM organised networking events, competitions/prizes, school visits, educational events/trainings to reach out new members. They also use students/young recruiters at schools. Their main communication tools are their union website, social media, newsletters, organizational leaflets, face-to-face events and emails.

	Reasons why members join the union:	**Reasons why members leave the union**
1	Free legal litigation	Unsatisfied with union services
2	Legal advice	Leaving for another union
3	Recommended by existing union members	Change job/sector,
4	Get a press card	Travel abroad,
5	Get professional development services	Political reason

AJM Recruitment Strategy

Improving services not only keeps members involved, it can also attract news one. In 2014, the AJM negotiated free parking during working hours in the capital, Skopje, for their members. Only three months later, they achieved a membership's growth of 20%. Dragan Sekulovski, describes below the deal was struck.

Membership's growth of 20% in 3 months How? Better services = Better recruitment

Why such keen interest? D.S.: The bottom-up approach. **This idea came from our members**. In Skopje, many citizens use their cars due to poor public transport. Parking is a challenge, even more so for those who have a mobile job. Our affiliates complained about difficulties they had in finding and paying for parking. For instance, TV crews cover dozens of press conferences each day and often have to pay parking costs from their own money.

How did you negotiate this big deal? D.S.: We submitted a written request to the Public company "Parking Lots of Centar Municipality". We presented our arguments to its director and the Municipal Council of Centar, the main town of Skopje. One month later, the Municipal Council approved our request. We reached this agreement after local elections where the opposition won. That gives us the impression that it was also a political strategy.

What exactly was the deal? D.S.: The decision allows our members to park free for up to two hours in all parking areas and publicly run car parks.

How much does it cost? D.S.: **It doesn't cost anything.** Members only have to pay 5 € to the public company for their plastic ID cards.

Have your membership fees increased? D.S.: No. In our action plan, we still have to obtain 20 new advantages for our members, like private health care or free parking in other municipalities, before going forward. Then, we will conduct a survey to determine how much we can increase fees.

What other services appeal most to new members? D.S.: Free legal advice and litigation assistance is the second most popular service. We also offer different discounts in various firms that attract new members.

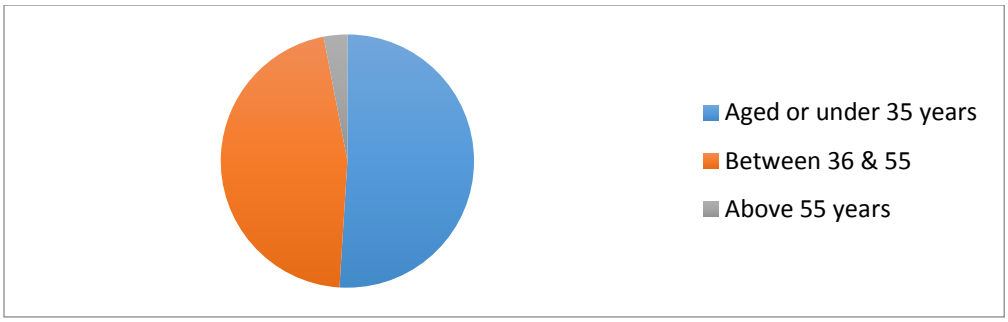
Journalists Union of Turkey (TGS)

The Journalists Union of Turkey (TGS) represents 1,050 journalists and media workers.

The TGS organises journalists, photojournalists, digital workers, graphic designers, camera men/women, media technicians and chief editors who are staff members. In Turkey, the public labour authorities require that any worker who wants to join a journalist's trade union must be an employee. Thus, the membership of the union automatically terminated if an employee is fired or if he changes his status.

Recently, the TGS established a new membership's category that offers the opportunity for freelance journalists to join the organization and enjoy the same benefits (although they are not included on the official list).

Over half (51%) of the organization's members are aged or under 35 years which provides the recruitment strategy proper functioning and ensures the organization's longevity.



Voting rights
Only staff members can stand for elections, vote in all union ballots and take part in collective agreements. Freelance journalists have full access to services. Trainees, journalism students and pensioners can't integrate into the union.

Leadership
The TGS executive board has six members. Among them, five are under 35 years.

Although all workers are responsible for recruitment, the organisation develops a lot of activities to reach out new members.

Recruitment activities & communication tools
The main activities used by the TGS to get known by a larger audience are networking events, school visits, educational events/trainings, advertising online and in print media. The organisation communicates with members and potential members via its website, social media, newsletters, organisational leaflets, face-to-face events and emails

	Reasons why members join the union:	**Reasons why members leave the union**
1	Defend press freedom	Retired
2	Recommended by existing union members	Change job/sector
3	Get a press card	Lost job/dismissed
4	Benefit from collective agreements	
5	Solidarity	

TGS Recruitment Strategy

In Turkey, only 1.5% of the 95,000 media workers are union members. This density level, lower when compared with overall membership (10%), can be explained by many sociological and economic reasons such as the high rate of unemployment (31% of journalists) and low salaries. However, the TGS decided to challenge itself. In one year, the organisation enjoyed a 25% growth in membership, secured four new collective agreements and set up a new freelancer section.

Mustafa Kuleli, TGS General Secretary, and Gokhan Durmus, head of Istanbul branch, describe this one-year recruitment strategy.

Make trade unionism a cool and modern!

« *When we talk with our members and with young journalists, they tell us that they see trade unions*

as something from the 70's, they consider unions as old-fashioned, not appealing, an occupational organisation for retired people and totally living under nostalgic ideas », relates Mustafa Kuleli, TGS General Secretary.

This observation impelled them to analyse and change their visibility both at the level of their communication and also their activities. A responsive and SEO friendly website with social media tools embedded, new features, sections and contents was launched. Leaflets and brochures were given. The Media monitor barometer was set up. "Press" shirts' were offered. And a global and positive bimonthly magazine distributed to all affiliates by post, *Journo*, was created. These activities seem efficient: the majority of their new members are under 30.

Take stock of your situation and change it!

The TGS was previously mainly present in the public sector. Their members came from state-controlled media such as the "Anadolu Agency" or big private newspapers. The union was able to develop actions based on stable membership fees. *"But TGS lost all of them due to political and economic circumstances"*, explains Gokhan Durmus. *"Our strategic shift concerns also the nature of our organisation. Today, we are more and more active in the private media industry*." But they are not the only ones: five other trade unions also compete to recruit journalists. Based on the analysis of participation sharing, the TGS decided to focus on print media workers.

One year ago, the TGS managed to pass the minimum 1% threshold to sign collective agreements, they have already signed four of these. Recruitment positively impacted their social policy. "*TGS is changing but change is always a difficult process that takes time. We still have some difficulties to get enough means, to employ professional staff, to get recruitment officers, to train the trade union leaders about the importance and tactics of recruitment. If we do the necessary in the coming months, we will be able to recruit and organise journalists working for big private media outlets*".

Report prepared by Yuklan Wong: EFJ Project Officer Hélène Bredart EFJ consultant

AFRICA

Challenges for Organising Young Journalists in Africa

The Federation of African Journalists (FAJ) Congress of 2013 in Casablanca passed *Motion 3: Young Journalists, United Stand against the Infringement of Journalists Rights* which committed the federation to build "solidarity with young journalists and to work to eliminate discrimination against young journalists and remove any obstacles in communicating with them." It further called on affiliates to "ensure a greater involvement of young journalists in their activities and leadership structures and to promote the recruitment, participation and development of young journalists in activists' groups and in their leadership."

The IFJ Africa Office which also serves as the FAJ Secretariat has consistently made this issue a priority along-side gender mainstreaming. Though there has not been any specific project designed for young journalists so far, the trade union development programmes supported by Union To Union (UTU) and the Friedrich Ebert Stiftung (FES) have often been used to encourage union leaderships to target young journalists in the recruitment sessions and to ensure that young journalists are able to participate in training workshops and seminars. Most of them come fresh out of universities and colleges into the profession. For example the Freedom of Association and Labour Rights Seminar in Swaziland (2014) recommended sensitization campaigns on the advantages of trade unionism as well as a periodic recruitment drive targeting young and female journalists coming into the profession.

There have been some positive developments in certain countries, particularly in East Africa where most young journalists are freelance compared to other regions in the continent. In June 2014, the IFJ held a two - day seminar on Freedom of Association and labour Rights, partly aimed at rebuilding the union of journalists in Tanzania. The seminar noted that 80% of Tanzanian journalists were freelance correspondents while only 20% of journalists enjoy permanent employment with media houses including the state media. Similar sentiments were echoed in October 2015 at a similar seminar organised by the Kenya Union of Journalists (KUJ). That meeting recommended the KUJ should continue to open its doors to freelance journalists, to target them in recruitment campaigns, and to defend their rights even when they are not registered union members.

Though only very few unions have been able to report development in this area, what is evident is that there are huge challenges in bringing young journalists into the unions. One of the most crucial obstacles is the lack of awareness among young journalists of unions and the importance of the union to them as workers. Young journalists are reluctant to join because they do not think the union can help them, they lack interest and they fear union membership may undermine their job prospects.

One cause of this lack of awareness is that the majority of unions have not been able to organise sensitization programmes for young journalists, neither were they able to organise specific recruitment strategies that target young journalists. Young journalists who enter the profession are often very vulnerable to exploitation since their first point of contact is usually with the editors or the management who often warn them against unionism.

In addition, most of the journalists' unions in the continent lack strategies for recruiting young journalists. Recruitment often targets journalists already established in the profession, rather than journalists new to the profession. A significant number of unions need to undertake all forms of recruitment drives reflected in their calendar of activities, and make recruitment an ongoing process. The Africa Office is committed to help unions develop their campaigns and recruitment capacities as their future depends on the recruitment of more members.

By Gabriel Baglo, IFJ Africa Director

Survey Highlights Africa

The IFJ received six responses to the global survey from Africa from the following countries: SNPP (DR Congo) KUJ (Kenya) KCA (Kenya) AJM (Mauritania) NUSOJ (Somalia) SJU (Sudan).

The results of these surveys recorded below is a snapshot into the state of our unions in Africa, but nevertheless provides some useful indicators of the nature and specific challenges facing the unions in Africa.

Headlines

- Gender: Africa unions have the fourth highest representation of women in membership with 35% women in membership, below Oceania (49%), Europe (45%) and Latin America (44%) but ahead of North Asia (23%) and South Asia (10%).
- Africa reported the second highest growth with 80% of unions reporting an increase in the numbers of journalists in the industry over the last decade.
- Africa also records the highest percentage of freelance members at 37.5% significantly ahead of second placed Europe at 25%
- Africa also records the youngest average membership age with only 10% of members over 51 years compared to Asia (17%) or the oldest, Latin America at 51% of members over 51.

Our Unions

- Full membership – 83% : Associate members – 17%
- Trade Unions 83%: Professional Associations 17%
- 50% have congresses over every four years:
- The average number of members per union is 649 of which 225 are women, representing 35% of membership
- The average executive board has 13 members of which 3.6 (29%) are women.
- Digital Database: Yes 83% : No 17%

Equality

- Average membership of women has risen from 20% to 35% in Africa in the past decade
- The average percentage of board members who are women is 29%.
- 50% of unions have a gender committee and 35% have a gender quota and or gender policy.
- Examples of gender policies cited include: at least 33% women in board (KUJ and KCA Kenya) and at least one woman among top three union officials (KCA Kenya): Several unions had no

formal strategy but had a policy of equal treatment for all, SNPP RDC Congo which noted many obstacles for women joining unions, especially for married women.

Media Industry:

- The numbers of journalists are **increasing** according to **80%** of members:
- Currently most journalists are employed in the following sectors: **33% newspaper**, 50% Radio; 17% TV
- Fastest **growth** over past decade: 50% TV, 25% Radio
- 50% of journalists are paid less than 250 USD a month**, 100%** less than **1000 USD.**
- 67% of affiliates negotiate **collective agreements**. And most unions reported an increase in collective agreements over the past decade.

Our Membership:

- 100% of unions organise freelancers
- The average percentage of membership that are **freelance** has risen by 5% with 37.5% organised today compared to 32.5% ten years ago.
- Over half of unions have a very open membership policy to different jobs in the media sector. The survey question listed 13 different types of possible membership and asked unions to say if they accepted or rejected these categories and, if they were rejected, if it was because of their own policy or because of the labour law. The following table lists the results in descending order ranking the most popular membership categories first.

Category	Yes	Forbidden by law	Ineligible or against union rules
Permanent full-time journalists	6	0	0
Online / digital journalists	6	0	0
Freelance journalists	6	0	0
Photojournalists	5	0	1
Editors-in-chief	4	1	1
Graphic designers	3	0	3
Journalism students/ trainees	3	1	2
Fixers	3	1	2
Camera operators	3	0	2
Small media entrepreneurs eg: bloggers, small web enterprises etc.	3	0	3
Technicians	2	1	3
Communications / public relations	2	0	4
Bloggers	0	2	4

The categories least accepted by FAJ affiliates are Bloggers (0) Communications / Public relations (2) technicians (2);

Union Priorities:

When the unions were asked to report their main areas of work from the pre-prepared list the results were as follows

1. 100% Press freedom
2. 100% safety
3. 100% journalism standards
4. 83.3% collective bargaining
5. 66.7% freelance
6. 66.7% equality
7. 50% legal assistance
8. 50% authors rights

When asked what areas unions would like to focus more on the results were as follows:

1. Recruitment / union building
2. Press freedom advocacy
3. Collective bargaining
4. Safety
5. journalism standards /ethics
6. rights monitoring
7. skills training
8. leadership training
9. campaigning
10. Freelance organising

Youth in Unions

The final section of the survey was dedicated to policies and strategies around youth and recruitment.

- Africa has the youngest average membership age with only 10% of members aged over 51
- Meanwhile in the leadership, 90% of executive board members are 50 or under,
- When asked why youth membership in unions was a priority, **100%** unions agreed with the statement that '**our future depends on it**.' Others selected, '**Young people are essential to drive campaigns'**, they're '**changing the way unions work'**, and '**They are changing the demographic of our union, ie more women'**.
- Despite this only 33% reported conducting research into young journalists DRC and SJU
- This **biggest obstacles** to recruitment cited were:
    1. 50% : do not think union cannot help them
    2. 33% : journalists fear that union membership may damage job prospects journalists
    3. 17% : journalists are not interested

Unions are responding to the challenges of youth recruitment in the following ways.

- Youth committees, quotas, digital campaigns student membership rates, mentoring, networking, career development were all cited as how to attract young members
- The most popular methods of Reaching out to young journalists were the following:
    1. 66% Trainings
    2. 33% youth committees
    3. 33% Digital campaigns