

Retos de la investigación sobre periodismo *freelance*: una revisión bibliográfica

Challenges in freelance journalism academic research: a literature review



Cristian Ramón Marín Sanchiz. Periodista y personal investigador de carácter predoctoral en la Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche. Sus líneas de estudio se centran en el periodismo *freelance* y los modelos de negocio de las empresas informativas, con una especial atención a la especialización deportiva. Ha publicado en revistas españolas e internacionales, como *Journalism Practice*. En la actualidad imparte docencia en el Grado en Periodismo de la propia UMH, así como en el Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual y en el Máster en Innovación en Periodismo, siempre en temáticas relacionadas con la gestión de empresas y el emprendimiento.

Universidad Miguel Hernández, España
c.marin@umh.es
ORCID: 0000-0001-8263-4549



José María Valero-Pastor. Periodista, personal investigador y profesor en la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH). Es Doctor en Ciencias Sociales y Jurídicas y Máster en Innovación en Periodismo, e investiga sobre innovación en periodismo, especialmente desde una perspectiva organizacional. Ha publicado trabajos científicos en diversas revistas de impacto, como *Journalism Studies*, *El Profesional de la Información* y *Revista Latina de Comunicación*, entre otras, y en editoriales de prestigio, como Routledge. Ha disfrutado de estancias de investigación en el CEU San Pablo (Madrid) y en la Universidad de Fordham (Nueva York). En la actualidad, trabaja en el proyecto internacional *Journalism Innovations in Democratic Societies*. Además, coordina el módulo de Diseño Web Avanzado en el Máster en Innovación en Periodismo.

Universidad Miguel Hernández, España
jose.valerop@umh.es
ORCID: 0000-0002-6210-2761

Recibido: 24/05/2022 - Aceptado: 08/11/2022 - En edición: 29/11/2022 - Publicado: 01/01/2023

Received: 24/05/2022 - Accepted: 08/11/2022 - Early access: 29/11/2022 - Published: 01/01/2023

Resumen:

El periodismo *freelance* es una modalidad laboral en la que el profesional empleado por cuenta propia ofrece sus servicios a distintos clientes sin un compromiso a largo plazo. En un contexto de turbulencias económicas, las empresas periodísticas utilizan esta modalidad de empleo para flexibilizar sus plantillas y reducir los presupuestos. En consecuencia, ha experimentado un gran crecimiento en las dos últimas décadas. Atendiendo a esta expansión, el objetivo de la presente investigación es agrupar el conocimiento que la literatura científica ha

Abstract:

Freelance journalism is a form of employment in which the self-employed professional offers his or her services to different clients without a long-term commitment. In a context of economic turbulence, journalistic companies use this type of employment to make their workforces more flexible and reduce budgets. As a result, it has experienced tremendous growth over the past two decades. In view of this expansion, the aim of this research is to bring together the knowledge that the scientific literature has generated about this employment alternative. To this end,

Cómo citar este artículo:

Marín Sanchiz, C. R. y Valero-Pastor, J. M. (2023). Retos de la investigación sobre periodismo *freelance*: una revisión bibliográfica. *Doxa Comunicación*, 36, pp. 87-105.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1692>

generado en torno a esta alternativa de empleo. Para ello, se emplea una revisión bibliográfica (n=58). Los resultados revelan que el periodismo *freelance* es una profesión heterogénea, aunque predominan las mujeres, y que este colectivo mayoritario se enfrenta a dificultades relacionadas con la conciliación de la vida personal y profesional. Además, se evidencia un predominio de las condiciones laborales insatisfactorias en diversos mercados del mundo, aunque el periodismo *freelance* también aporta ventajas profesionales a los individuos bien posicionados, como la flexibilidad y la autonomía, lo que realza la importancia de las estrategias de autogestión. Por ello, se concluye que la literatura científica debe continuar centrándose en las condiciones laborales, pero también debe profundizar en la formación de los periodistas, el desarrollo y la enseñanza de este tipo de estrategias y, como temática poco explorada hasta la fecha, en las políticas y legislaciones que afectan al sector.

Palabras Clave:

Periodismo freelance; periodista autónomo; condiciones laborales; emprendimiento periodístico; periodismo emprendedor.

a systematized bibliographic review (n=58) is used. The results reveal that freelance journalism is a heterogeneous profession, although women predominate, and that this majority group faces difficulties related to the reconciliation of personal and professional life. Furthermore, there is evidence of a predominance of unsatisfactory working conditions in various markets around the world, although freelance journalism also brings professional advantages to well-positioned individuals, such as flexibility and autonomy, which enhances the importance of self-management strategies. Therefore, it is concluded that the scientific literature should continue to focus on working conditions, but should also delve into the training of journalists, the development and teaching of this type of strategies and, as a topic little explored to date, the policies and legislation affecting the sector.

Keywords:

Freelance journalism; working conditions; self-entrepreneurship; media entrepreneurship; journalism employment.

1. Introducción

A finales del siglo XX se empezó a gestar un creciente interés por la modalidad de empleo *freelance*, una figura a medio camino entre el emprendimiento y el autoempleo que ha sido conceptualizada de numerosas maneras. De forma genérica, se puede entender como un trabajador que crea una cartera de clientes para sí mismo o que trabaja a través de colaboraciones con otras empresas, e incluso como “un negocio sin empleados” (Kitching y Smallbone, 2008; Van den Born y Van Witteloostuijn, 2013).

Esta dinámica de empleo, muy vinculada a los procesos de externalización de la producción (Örnebring y Ferrer-Conill, 2016), se ha extendido de manera clara en las industrias creativas. Ya a finales del siglo XX, Handy (1989) defendió la idea de que las empresas tendrían tres tipos de trabajadores en el futuro: los empleados más estables, que aportan las capacidades clave para la compañía; profesionales independientes contratados para proyectos específicos; y una fuerza de trabajo contingente más orientada a las tareas rutinarias.

El fenómeno ha sido analizado por más de 1200 publicaciones en revistas indexadas (Baitenizov *et al.*, 2019). Sin embargo, aunque el periodismo ha vivido una evolución similar al de otros sectores y el *freelancer* se ha convertido en una figura clave para el mercado informativo, la literatura científica especializada en medios de comunicación todavía no ha desarrollado un *corpus* teórico amplio que aborde el fenómeno desde el punto de vista periodístico y ofrezca claves para el desarrollo del campo de estudio. La mayoría de los estudios se centran en las condiciones laborales de los profesionales, una realidad compleja que necesita desarrollo presente y futuro, pero que debe ser la antesala de una expansión de la literatura científica.

En este contexto, los objetivos del presente estudio son dos: (1) realizar una revisión bibliográfica sobre las condiciones laborales y las estrategias de autogestión de los periodistas *freelance*, con el objetivo de establecer un estado de la cuestión; y (2) identificar potenciales líneas de investigación futuras que contribuyan al avance teórico y práctico del conjunto de estudios.

Para alcanzar estos objetivos, se plantean una serie de preguntas de investigación: PI1. ¿Cuál es la definición del periodista *freelance*?; PI2. ¿Existen rasgos sociodemográficos que definen a este colectivo?; PI3. ¿Cuáles son las condiciones laborales en las que operan los *freelancers*?; PI4. ¿Qué estrategias de autogestión y resistencia emplean los profesionales para mejorar su situación laboral?; y PI5. ¿Qué líneas de investigación futuras plantea la academia en los estudios realizados hasta la fecha?

1.1. Advenimiento y consolidación del profesional autónomo en la economía actual

El profesional *freelance* se ha convertido en una figura clave para la economía del conocimiento gracias a Internet, que ha ofrecido la posibilidad de desarrollar trayectorias profesionales independientes a la luz “de la popularización de una cultura basada en formas de trabajo tecnológicamente avanzadas que se sustentan en el espíritu emprendedor y la innovación a través de la creatividad” (Gandini, 2016). El autoempleo es considerado como la forma más simple de emprendimiento, y tiene una incidencia reseñable sobre la economía de numerosos países (Baitenizov *et al.*, 2019).

Aunque los orígenes del periodismo *freelance* se remontan a hace siglos, cuando algunos escritores que eran contratados por los altos estamentos de la sociedad para escribir panfletos políticos (Cohen, 2015), en la actualidad este concepto hace referencia, generalmente, a profesionales de industrias creativas que trabajan simultáneamente con varios clientes, sin una vinculación a largo plazo con ellos, y que son contratados para tareas específicas que dependen de su conocimiento, como la creación de contenido informativo, la programación web, o el diseño gráfico (Florida, 2002; Baitenizov *et al.*, 2019). En consecuencia, también se les conoce como ‘trabajadores de portfolio’, porque desarrollan un catálogo de trabajos que utilizan como muestra de la calidad de sus servicios para obtener nuevos encargos en el futuro (Handy, 1985; Fraser y Gold, 2001).

La cristalización del autoempleo como una alternativa laboral cada vez más frecuente en economías de todo el mundo (Waters-Lynch *et al.*, 2016) enraíza en la filosofía neoliberal, un planteamiento globalmente extendido que aboga por una escasa intervención pública en el sistema económico. Esta visión defiende, pues, la lógica racional de los mercados (Mitchell, 2006) y ha permitido la consolidación del concepto de *neoliberal governmentality* (Van den Born y Van Witteloostuijn, 2013; Arnold, 2001), que otorga un protagonismo creciente al individuo en lo que al desarrollo de su trayectoria profesional se refiere.

Estas transformaciones de las relaciones laborales han provocado un interés creciente por la figura de los profesionales *freelance* en ámbitos tan distintos como el arte (Woronkowicz y Noonan, 2017), la traducción (Moorkens, 2020), las compañías de *software* (Ahmed y van den Hoven, 2010) o los medios de comunicación, cuya situación específica se analiza a continuación.

1.2. Contexto socioeconómico del ecosistema mediático contemporáneo

La evolución de las tecnologías digitales a lo largo de las últimas tres décadas ha generado disrupciones profundas en la práctica totalidad de los sectores económicos, de entre los cuales la industria mediática se ha visto especialmente afectada (Díaz Nosty, 2017). El cambio en los hábitos de consumo de la información y las posibilidades técnicas se ha instaurado como una constante, que se torna cada vez más acusada y heterogénea, y obliga a las compañías a adaptarse continuamente para poder sobrevivir

(Küng, 2017). Además, emergen y se consolidan nuevos actores más enfocados a la intermediación entre productores y consumidores que a la generación directa de valor, como las plataformas sociales (Feijóo, 2013, p. 7). Estas multinacionales digitales copan la atención de las audiencias y acaparan la inversión publicitaria en la red, con formatos más atomizados, campañas mejor segmentadas y precios asequibles para una mayor cantidad de empresas (Myllylahti, 2018). La pérdida de influencia social y económica de los medios de comunicación acelera la obsolescencia de su modelo de negocio tradicional y su posterior versión digital hegemónica, caracterizada por la gratuidad del contenido y la excesiva dependencia publicitaria (Boczkowski y Mitchelstein, 2017, p. 16).

No obstante, mientras que los medios de comunicación tradicionales sufren para sostener sus enormes estructuras de costes y transformar su producto y su cultura empresarial (Küng, 2017), el ecosistema digital brinda oportunidades a otro tipo de organizaciones periodísticas que nacen bajo el paraguas de la filosofía postindustrial (Anderson, Bell y Shirky, 2012). Por lo general, se trata de iniciativas más austeras que aprovechan las bajas barreras de entrada al negocio de la publicación en internet y crecen en la medida en la que sus productos consiguen validar sus hipótesis de partida (Valero-Pastor y González-Alba, 2018). Los medios nativos digitales han demostrado un mayor desempeño en contextos convulsos, pues tienden a adoptar antes las nuevas tecnologías y experimentar más profusamente con formatos periodísticos, modelos de negocio y métodos organizativos (De Lara *et al.*, 2015; Salaverría, 2020; Valero-Pastor *et al.*, 2021). En definitiva, la ausencia de grandes infraestructuras y de inercia empresarial concede a estas iniciativas la agilidad necesaria para cubrir de forma continuada las necesidades de la audiencia y superar retos técnicos (Küng, 2017).

De cualquier modo, las cabeceras tradicionales siguen teniendo un valor diferencial en el arraigo de su marca periodística, que genera una mayor confianza en un contexto marcado por la desinformación (Vara-Miguel, 2018). El reciente viraje de la industria hacia modelos de negocio sostenidos en mayor medida por los ingresos procedentes de los usuarios acentúa la importancia de este factor, que la literatura académica señala como esencial para la intencionalidad de pago (Goyanes *et al.*, 2018; O'Brien *et al.*, 2020). El prometedor arranque de estos modelos supone, por lo tanto, una oportunidad para que los medios tradicionales se reinventen y ajusten sus estructuras a las demandas del nuevo ecosistema.

Esta adaptación no solo implica la flexibilización de los equipos y los flujos de trabajo, sino también del capital humano en plantilla para abaratar los costes fijos. Las organizaciones, tanto nativas digitales como tradicionales, diseñan redes de colaboradores autónomos y externalizan servicios, lo que les permite mejorar sus coberturas y productos en momentos puntuales sin comprometer su sostenibilidad a largo plazo. Por el contrario, la estabilidad de los trabajadores sí se ve afectada y el periodismo empieza a experimentar una reprofesionalización que afecta a las relaciones laborales entre periodistas y medios de comunicación (Deuze y Witschge, 2017).

1.3. Características estructurales del periodismo *freelance*: autonomía vs. precariedad

En paralelo a lo que ha ocurrido en otros sectores de la economía creativa, la figura del periodista *freelance* ha experimentado un enorme crecimiento en las últimas décadas. En 2005, España registraba un 11,5% de informadores empleados por cuenta propia, mientras que en 2020 la proporción de periodistas autónomos se situaba en el 31% (Asociación de la Prensa de Madrid, 2005; Asociación de la Prensa de Madrid, 2020). Mientras tanto, entre los años 2008 y 2015, el mercado nacional de la información

destruía 11.875 empleos (Gómez Patiño, 2018), una evolución que ha resultado similar en otros países. Muestra de ello es que, en los Países Bajos, el periodismo *freelance* “es, cada vez más, la norma” (Vandenberghé y d’Haenens, 2021); en el Reino Unido, un 35% de los periodistas se autodenomina como *freelance* (Spilsbury 2016; Hayes and Silke 2018); y en Canadá, la cifra ha crecido desde el 5% en 1996 hasta el 17% en 2019 (Wilkinson, 2019; Bertuzzi, 2020). Ante esta situación, la literatura científica ha intentado desgranar los elementos que dan forma a esta modalidad de empleo, resolviendo que se caracteriza, principalmente, por una tensión entre autonomía y precariedad (Cohen, 2012; 2015; Mathisen, 2017; Das, 2007; Gollmitzer, 2018, p. 12).

El concepto de autonomía puede ser entendido de tres formas distintas, según Nygren *et al.* (2015). En primer lugar, como un ideal profesional que se intenta alcanzar de manera permanente. En segundo lugar, como una percepción que los profesionales tienen sobre su capacidad para ser independientes (ej.: independencia en la toma de decisiones relacionadas con el contenido informativo que crean). Y, por último, existe una autonomía real y efectiva de la que disponen los profesionales a la hora de desempeñar las labores inherentes a su puesto de trabajo, aunque determinarla es una tarea difícil por la ausencia de unos indicadores claros e inequívocos (Asp, 2012). No en vano, muchos trabajos exploran la autonomía percibida por los *freelancers*, teniendo en cuenta además que la autonomía es un factor clave para la profesionalización del periodismo (Hallin y Mancini, 2004).

Estudios previos revelan que periodistas *freelance* de distintos países perciben un alto grado de autonomía y flexibilidad, algo que se valora de manera positiva por las oportunidades que ofrece en términos de conciliación de la vida profesional con la personal. Sin embargo, también puede entenderse de forma negativa, porque con frecuencia implica inestabilidad y la necesidad de trabajar por las noches o durante los fines de semana (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021). Además, los periodistas *freelance* tienden a obtener ingresos bajos y no disfrutan de las mismas protecciones sociales –como las prestaciones por desempleo– que sus pares empleados por cuenta ajena, circunstancias que derivan en una pérdida de control sobre su propio trabajo (Salamon, 2020). Además, por su *status* independiente en el mercado, se ven obligados a lidiar con problemas en los pagos por parte de sus empleadores (Cohen, 2017), e incluso a practicar lo que se conoce como ‘trabajo de esperanza’ (Kuehn y Corrigan, 2013), caracterizado por acuerdos en los que el periodista trabaja gratis o por una compensación menor a la que realmente merece con la esperanza de que esa colaboración derive en futuros encargos pagados. Aunque esta última circunstancia también se produce en otras modalidades de vinculación laboral, como las prácticas laborales. Todas ellas pertenecen a la categoría de ‘empleo atípico’; es decir, aquel que es temporal, a tiempo parcial, dependiente de varias partes –subcontrataciones, por ejemplo– o que no implica una relación formal y bien delimitada, como la figura de los falsos autónomos (Deuze *et al.*, 2020).

En definitiva, los periodistas *freelance* son, *a priori*, más vulnerables a los efectos de la precariedad, un término que fue acuñado por Bourdieu (1963) para diferenciar entre los trabajadores con puestos permanentes y aquellos con posiciones de carácter temporal. El concepto se consolidó en Europa a partir de la década de 1970, cuando fue adoptado por movimientos de izquierdas que denunciaban las dificultades para acceder a posiciones estables, especialmente entre los ciudadanos más jóvenes (Alberti *et al.*, 2018).

A la luz de estos hallazgos, es posible determinar que los periodistas *freelance* operan en un contexto plagado de dificultades, tanto en términos laborales como puramente periodísticos, puesto que los profesionales “no van más allá de cubrir noticias e historias a corto plazo a causa de las presiones financieras y temporales” (Hayes y Silke, 2018, p. 13). La complejidad de esta situa-

ción hace necesaria una revisión bibliográfica que determine cuál es el estado de la cuestión y permita a futuros investigadores realizar contribuciones teórico-prácticas de mayor impacto a nivel académico e industrial.

2. Método

La metodología empleada por el presente estudio es una revisión bibliográfica que se ha llevado a cabo en cuatro fases. La primera de ellas fue la selección de la muestra de investigaciones (Anexo 1). Para ello se realizó una búsqueda en tres bases de datos: Scopus, Web of Science y Google Scholar, utilizando en los tres casos las palabras clave “freelance journalism” y “periodismo *freelance*”. El motivo por el que se optó por estos dos términos más genéricos es que las búsquedas que acotaban más el enfoque (ej.: “periodismo *freelance*” + “condiciones laborales”) arrojaban resultados extremadamente reducidos, teniendo en cuenta que se trata de un campo de estudio joven en el que no hay una gran producción científica y ni una terminología estandarizada.

En Scopus y WoS se incluyeron todas las referencias, mientras que en el caso de Google Scholar, la búsqueda se limitó a las primeras 20 páginas porque, a partir de ese momento, aparecían trabajos que escapaban de manera clara al enfoque del estudio (ej.: estudios sobre periodismo más genéricos) Además, se descartaron las publicaciones que no estuvieran relacionadas de forma directa con la industria informativa. También se descartaron los Trabajos de Final de Grado por no estar sometidos a la revisión por pares ni pertenecer a autores citados habitualmente en el campo de estudio. En resumen, WoS y Scopus fueron empleados como bases de datos de referencia para la obtención de artículos de investigación publicados en revistas indexadas, mientras que Google Scholar sirvió como complemento para la búsqueda.

La muestra obtenida fue sometida a una evaluación para seguir una estrategia de bola de nieve y detectar investigaciones que fueran citadas con frecuencia y pertenecieran al ámbito informativo. Además de incluir diversos *papers* que no aparecían en las bases de datos antes mencionadas, se añadieron obras no revisadas por pares de Nicole S. Cohen, autora de un libro de referencia en el ámbito. Del mismo modo, se añadieron informes y libros blancos producidos por diversos centros de investigación internacionales. A pesar de no estar sometidos a una revisión por pares ciegos, se incluyen estos documentos por su alto índice de citas en la literatura seleccionada en primer lugar. De la muestra se descartaron revisiones de libros y aquellos registros que no se pudieron encontrar, aunque fuera parcialmente (primeras páginas). Por último, se creó una alerta de Google Scholar para detectar nuevas investigaciones durante el transcurso de la elaboración del estudio. Esta iniciativa dio como resultado la adición de tres investigaciones a la muestra.

En tercer lugar, se analizó la muestra a través de una búsqueda por palabras clave dentro de cada documento, siguiendo las preguntas de investigación. En la Tabla 1 se pueden observar los términos empleados, aunque posteriormente se realizó una segunda lectura para detectar información relevante que no estuviera expresada en esos términos.

Tabla 1. Términos empleados para la selección de la muestra según las preguntas de investigación

Pregunta de investigación	Términos de búsqueda (versión en español)
¿Cuál es la definición del periodismo <i>freelance</i> ?	“Definición”, “concepto” “conceptualización”
¿Existen rasgos sociodemográficos que definen a este colectivo?	“Femenino”, “masculino”, “hombre”, “mujer”, “género”
¿Cuáles son las condiciones laborales en las que operan los <i>freelancers</i> ?	“Condiciones laborales”, “precariedad”
¿Qué estrategias de autogestión y resistencia emplean los profesionales para mejorar su situación laboral?	“Resistencia”, “estrategias”, “autogestión”, “prácticas”
¿Qué líneas de investigación futuras plantea la academia en los estudios realizados hasta la fecha?	“Futuro”, “futuras investigaciones”, “próximos estudios”

Fuente: elaboración propia

Por último, los resultados encontrados fueron sometidos a un proceso de síntesis crítica cuyo objetivo era identificar tendencias en la investigación, además de exponer resultados diversos que reflejaran el caleidoscopio de hallazgos realizados por autores de todo el mundo.

3. Resultados

3.1. Definición del *periodista freelance*

En la literatura científica se evidencia que una de las preocupaciones de la academia es encontrar una conceptualización certera del periodismo *freelance*. Para ello, entre las investigaciones analizadas hay algunas que se remontan al origen etimológico de la expresión, recordando que un “freelance” –en inglés, “lancero libre” (Argiz Acuña, 2003)– era un soldado profesional que, durante la Edad Media, ofrecía sus servicios, pero “no tenía conexiones permanentes u obligaciones profesionales” (Banning, 2005, p. 1) más allá de la prestación de los servicios específicos pactados con los clientes.

Con el tiempo, esta acepción se aplicó al profesional creativo que, generalmente, “se autoemplea y vende sus servicios y/o trabajo a una variedad de empleadores sin un compromiso a largo plazo con ninguno de ellos” (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021a; Walters, Warren y Dobbie, 2006, p. 6). Los *freelancers* “son pagados por las historias que producen, normalmente por palabra o una tarifa plana por artículo” y “deben trabajar su propio éxito comercial al generar conceptos de contenidos que atraigan a editores con el objetivo de asegurarse trabajo”, incluyendo modalidades periodísticas en la órbita de la información tradicional, como el periodismo de marca (Templeman, 2016, p. 12).

Además de trabajar para todo tipo de clientes fuera del sector informativo en labores como la comunicación corporativa o las relaciones públicas (Koch y Obermaier, 2014), Banning (2005) recuerda que los términos ‘periodista *freelance*’ y ‘escritor *freelance*’ se utilizan de manera intercambiable y en ocasiones también engloba a novelistas, poetas, guionistas, redactores de televisión e incluso escritores fantasmas, entre otros perfiles.

3.2. Retos sociodemográficos del periodismo *freelance*

Además de realizar un amplio y profundo recorrido por las condiciones laborales que, de forma general, inciden sobre la satisfacción laboral de los periodistas *freelance*, el análisis de este *corpus* teórico pone de manifiesto un amplio interés sobre la influencia de los factores sociodemográficos en el ejercicio de la profesión.

En este sentido, la revisión bibliográfica pone de manifiesto que la mujer tiene una presencia destacada en el periodismo *freelance* (Templeman, 2016). Banning (2005) describe al *freelancer* más habitual de Estados Unidos como “una mujer blanca de 49 años que vive en una gran ciudad, tiene estudios avanzados, está casada y tiene, al menos, un niño”. La predominancia de la mujer también queda patente en otros lugares, como Suecia (Norbäck y Styhre, 2019) o Nueva Zelanda (Hannis, 2008), aunque también queda claro que se trata de una profesión muy heterogénea. En Alemania, la proporción de hombres es mayor que la de mujeres (Koch y Obermaier, 2014) y, en algunos mercados, como el Reino Unido, hombres y mujeres “están equilibrados de manera igualitaria” (Spilsbury, 2016, p. 4). En general predominan los profesionales caucásicos (Spilsbury, 2016; Banning, 2005). En este contexto, estudios como el de Antunovic *et al.* (2019) o el de Elmore (2009) se orientan de manera específica a tratar el papel de la mujer en el sector. Este último parte de un punto de vista feminista. Pretende ahondar en los problemas específicos de las mujeres en las redacciones norteamericanas, donde encontraban barreras para el ejercicio de su profesión tan distintas como las faltas de respeto hacia su trabajo, el abuso de horas extra o el empeoramiento de su situación al solicitar una reducción de jornada. Entre sus resultados, describieron una cierta marginación de algunas profesionales femeninas que ofrecían “resistencia” a su expulsión del mercado de trabajo a través del periodismo *freelance* después de episodios personales como el nacimiento de un hijo.

Complementando estas contribuciones, Massey y Elmore (2011) realizaron un estudio sobre satisfacción laboral entre las profesionales estadounidenses que sirvió para probar que el periodismo *freelance* es una alternativa laboral que permite a las mujeres compatibilizar su trayectoria profesional con la crianza. En este artículo de investigación, las mujeres muestran una mayor preocupación por los asuntos familiares, algo que también ocurre en la aportación de Gollmitzer (2014). Sin embargo, Mathisen (2017) describió, en un estudio acotado en Noruega, que los hombres también valoran la flexibilidad del trabajo independiente

como un aspecto positivo para la conciliación, un objetivo que también persiguen los periodistas independientes de Australia (Das, 2007).

Otra variable para tener en cuenta, de acuerdo con Norbäck y Styhre (2019), son las relaciones de pareja. En un artículo centrado en Suecia, “muchos de los *freelancers* entrevistados dijeron que un requisito previo para poder trabajar como *freelancer* es tener una pareja con una posición permanente”. El apoyo familiar es, en definitiva, un sustento con importancia clave para el ejercicio de la profesión (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021a).

Por su parte, Norbäck (2019) se hace eco, en un apartado teórico, de las dificultades que afrontan los profesionales independientes de la industria mediática en general (ej.: sector musical), cuyos problemas laborales se pueden interpretar como un déficit en las habilidades individuales como emprendedor. Para ello, se apoya en la investigación de Gill (2011) y Scharff (2016), quienes exponen una falta de análisis y crítica a los problemas estructurales de la profesión, entre los que se incluye la discriminación por cuestiones de sexo.

En lo referente a la edad, los resultados de Marín Sanchiz Carvajal y González Esteban (2021, p. 19) revelan que, en el mercado español, los recién llegados son “particularmente vulnerables, porque los participantes con menos experiencia expresan niveles más bajos de satisfacción laboral” que aquellos con una carrera más dilatada. Esto resulta coherente con la argumentación de Banning (2005), quien concluye que variables sociodemográficas como la edad, el género o las variables étnicas afectan a las actitudes, la trayectoria profesional y el éxito de los profesionales.

3.3. Condiciones laborales de los periodistas freelance alrededor del mundo

Existe consenso en torno a la idea de que los periodistas *freelance* forman parte del fenómeno conocido como ‘trabajo atípico’, que en la actualidad supone la mayor parte de la fuerza de trabajo en la industria mediática (Deuze *et al.*, 2020). Según Walters *et al.* (2006), los trabajadores atípicos son aquellos que no disponen de una posición laboral permanente y/o a tiempo completo. En consecuencia, incluye los contratos temporales y de prácticas, las vinculaciones de corta duración o el desarrollo de la profesión de manera independiente. Según Hayes y Silke (2018), por su relevancia en el mercado de trabajo actual, el empleo atípico ya no se debe considerar como tal: se está convirtiendo en la práctica más habitual porque permite a los medios de comunicación reducir sus presupuestos organizacionales y ganar en flexibilidad.

La literatura científica desarrollada alrededor del globo también coincide en que el periodismo *freelance* pertenece a los empleos precarios, definidos por Cohen, Hunter y O’Donnell (2019) como “el trabajo a cambio de remuneración que se caracteriza por la incertidumbre, los bajos ingresos y unos beneficios sociales limitados”. Los expertos explican, en repetidas ocasiones y en distintos contextos, que los periodistas *freelance*, con frecuencia, experimentan “condiciones de trabajo poco estimulantes” (Das, 2007, p. 143). En líneas generales, las variables más utilizadas para estudiar las condiciones y la satisfacción laborales son las siguientes: nivel de ingresos, flexibilidad, autonomía (laboral y ética), equilibrio entre la vida laboral y la personal, existencia de presiones externas (ej.: propietarios de medios de comunicación), oportunidades de progreso y crecimiento en el mercado laboral, seguridad (ej.: en caso de corresponsales de guerra), sistema socioeconómico y legal (ej.: disponibilidad de una Seguridad Social garantista) y existencia de asociaciones profesionales y sindicatos.

Las dificultades experimentadas por los bajos ingresos, la falta de estabilidad y certeza en las labores diarias o la caída de la satisfacción laboral en comparación con los periodistas que trabajan en empleos tradicionales son fenómenos descritos en países tan dispares como Estados Unidos (Hunter, 2015), Australia (Meehan, 2001; Das, 2007), España (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021), Canadá (Cohen, 2017), Suecia (Norbäck y Styhre, 2019), Alemania (Gollmitzer, 2014), Reino Unido (Brown, 2010) o Lituania (Rasciute, 2017). En este contexto, Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban (2021a) ponen de manifiesto la necesidad de un estudio transnacional que evidencie las similitudes y diferencias entre regiones. Además, la presencia de países no-occidentales en la muestra, con excepción de Australia, es muy baja o prácticamente inexistente. Por ejemplo, países como Egipto o Colombia solo aparecen representados en la investigación de Solomon (2015) acerca de los programas educativos sobre la disciplina analizada en el presente estudio, mientras que un estudio reciente sobre los periodistas especializados en cambio climático del sur de Asia describe una situación similar a la del resto de los países (Wadud, 2021).

Mathisen (2017) resume la situación global de los periodistas *freelance* como una tensión constante entre autonomía y precariedad, advirtiendo además de que existen profesionales con altos niveles de satisfacción laboral. Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban (2021) o Rasciute (2017) también obtuvieron resultados similares: existen periodistas independientes que expresan complacencia con sus condiciones laborales. En este sentido, De Cock y de Smaele (2016) insisten en la idea de que no hay una lista fija de ventajas y desventajas del periodismo *freelance*, porque todas las variables que se suelen analizar (ej.: flexibilidad, duración de las jornadas laborales) pueden ser consideradas desde un punto de vista positivo y negativo.

Precisamente, Rasciute (2017) asegura que sus entrevistados asumen que algunas dificultades propias del emprendimiento son inherentes a la profesión y las naturalizan. Desde un punto de vista teórico, esto resulta coherente con la teoría de la *neoliberal governmentality*, que fuerza a los periodistas a desarrollar una mentalidad emprendedora que alinee las necesidades del profesional con las demandas del mercado para operar con éxito, transfiriendo así al individuo –que desarrolla una serie de prácticas individuales y colectivas para operar en el ecosistema mediático– la responsabilidad sobre el éxito o el fracaso (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021).

3.4. *Emprendimiento y autogestión de la carrera profesional como periodista autónomo*

La vinculación entre el periodismo *freelance* y el fenómeno emprendedor queda patente tras la revisión bibliográfica (Ladendorf, 2012; Mathisen, 2017; Marín Sanchiz y González Esteban, 2021). Sin embargo, Deuze y Witschge (2018, p. 165) argumentan que el periodismo “ha disfrutado una rica y relativamente estable historia de profesionalización” que se ha ido deformando y que necesita una comprensión de la especialidad y de su campo de estudio adyacente que vaya más allá del periodismo (*beyond journalism*, en inglés) y también del emprendimiento, en el sentido más economicista del concepto. Siguiendo este punto de partida teórico, el periodista *freelance* es un emprendedor que actúa en un entramado de relaciones profesionales, sociales y económicas que sobrepasan las fronteras tradicionales de los medios de comunicación.

Ante este contexto, los estudios previos demuestran que los profesionales muestran una actitud proactiva con el fin de mejorar sus condiciones laborales, si bien se observa que el interés de la academia por estas estrategias de autogestión es menor que en el caso de la satisfacción laboral.

La recopilación más amplia es la de Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban (2021a), quienes identifican “un kit de herramientas” para empoderar a los periodistas *freelance* que está compuesto por nueve estrategias, tres de contenido (diversificar las formas de ofrecerlo a los clientes, diferenciar las temáticas y los enfoques empleados y optimizar el trabajo para venderlo de distintas formas) y seis de autogestión (negociar con medios y empresas, rechazar trabajos que ofrezcan malas condiciones, establecer redes de contactos, realizar actividades de marca personal, formarse y asociarse). Al igual que Norbäck y Styhre (2019), los autores identifican estas prácticas como una forma de resistencia frente a las imposiciones del sistema. Templeman (2016), por su parte, recuerda que los periodistas *freelance* son incapaces de influir sobre ciertos aspectos de este rol dentro de la industria mediática, pero reconoce que los cambios en la industria han creado nuevas oportunidades laborales que necesitan de nuevas habilidades para ser aprovechadas.

Por tanto, a la hora de desarrollar las capacidades necesarias para el periodismo *freelance*, la educación tiene un papel preeminente. Elmore y Massey (2012, p. 119) reconocen la importancia de incluir actividades relacionadas con el negocio y con el emprendimiento, puesto que “los programas [educativos] de periodismo corren el riesgo de no abrir la puerta a una oportunidad de empleo significativa”. Siguiendo esta misma línea de pensamiento, Solomon (2015) aboga por una adaptación constante de los currículos, además de la inclusión o la potenciación de habilidades específicas como el *storytelling*, las relaciones interpersonales (*networking*) o el negocio, además de fomentar la concienciación sobre elementos como la seguridad, que pueden resultar útiles para los recién llegados al mercado laboral o para profesionales vulnerables en zonas de conflicto (Wasim Raza *et al.*, 2021). Canter y Wilkinson (2020) apuestan también por la venta de historias a los editores y por el conocimiento de la ley y los derechos, mientras que Marín Sanchiz y González Esteban (2021b, p. 576) complementan estos hallazgos con la importancia del periodismo multimedia, así como “una mayor carga deontológica, la gestión emocional del autoempleo o los conocimientos empresariales contribuirían a que los titulados afrontaran su labor profesional desde una posición más fuerte”.

3.5. Futuras líneas de investigación

Las recomendaciones de la literatura científica para dar continuidad al campo de estudio han sido numerosas y muy diversas a lo largo de los años, aunque se detectan una serie de preocupaciones comunes. La primera de ellas es obtener una perspectiva global sobre el fenómeno *freelance*, con el objetivo entender, además, la forma en que los distintos sistemas mediáticos y socioeconómicos inciden sobre las condiciones laborales de los periodistas independientes (De Cock y de Smaele, 2016; Templeman, 2016; Rasciute, 2017).

De manera específica, otro reclamo habitual es que se estudien las tensiones entre el desarrollo del periodismo *freelance* y el de otras posiciones relacionadas con las relaciones públicas y la comunicación corporativa, tanto desde un punto de vista empresarial como ético y de identidad profesional (Koch y Obermaier, 2014; Holton, 2016; Mathisen, 2017).

La incidencia de las variables sociodemográficas –en particular, el género y la edad–, sobre el ejercicio del periodismo *freelance* supone otra preocupación habitual (Gollmitzer, 2014; Antunovic *et al.*, 2019; Hayes y Silke, 2016; Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021). Como se ha evidenciado en apartados anteriores, existen indicios claros de que las mujeres y los profesionales más jóvenes son más vulnerables a los aspectos negativos de la profesión, pero la academia recomienda una profundización mayor, incluyendo en la ecuación factores como la calidad periodística del trabajo producido (Hayes y Silke, 2016).

Rosenkranz (2019) plantea un punto de vista atípico, proponiendo que futuras investigaciones estudien “de qué forma los *freelancers* experimentan el fracaso” o “en qué condiciones la ansiedad profesional se convierte en insostenible”. También aboga por analizar la existencia de empresas intermediarias que permiten reducir la incertidumbre, una cuestión que se aborda en el trabajo de Hoag y Grzeslo (2019) sobre los Online Outsourcing Markets (OOMs), plataformas que conectan a compradores y vendedores de trabajos digitales, como pueden ser los contenidos periodísticos. Como estos autores consideran que su trabajo corría el riesgo de haber llegado en un momento efervescente en el uso de este tipo de soluciones, proponen que se haga un seguimiento del fenómeno durante los años venideros.

Otras investigaciones hacen hincapié en la necesidad de analizar la resistencia de los periodistas *freelance* a buscar una mayor satisfacción laboral (Norbäck, 2019): desde la organización sindical o la utilización de la propiedad intelectual sobre los contenidos (Salamon, 2018) hasta la realización de un estudio transnacional sobre las estrategias de autogestión que emplean los profesionales (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021a).

La literatura científica también pone el foco sobre la necesidad de estudiar las capacidades necesarias para ejercer como *freelancer* con éxito. En este sentido, Marín Sanchiz y González Esteban (2021b) sugieren que se investiguen las demandas de los medios de comunicación desde el punto de vista de los editores, así como los programas de estudio que abordan la formación en emprendimiento periodístico, mientras que Gollmitzer (2014) y Templeman (2016) manifiestan su interés por el desarrollo profesional desde distintos puntos de vista (ej.: importancia del autoconocimiento como profesionales, gestión del equilibrio entre la vida profesional y la personal).

4. Discusión

Esta revisión bibliográfica arroja luz sobre distintas características del periodismo *freelance*, desde el punto de vista sociodemográfico y de las condiciones laborales. En referencia a la primera pregunta de investigación (¿Cuál es la definición del periodista *freelance*?), se encuentra un amplio consenso en los estudios analizados: el periodista *freelance* es un profesional independiente que ofrece productos periodísticos (noticias, reportajes, etc.) y servicios a medios de comunicación y otro tipo de empresas. En consecuencia, se trata de una posición muy ligada al conocimiento –tanto de la profesión en sí como de los distintos nichos de especialización– y que requiere un alto grado de educación y de formación continua, tal y como afirman Baitenizov *et al.* (2019).

Precisamente, la educación es una de las prácticas que pretende analizar otra de las preguntas de investigación del presente estudio (¿Qué estrategias de autogestión y resistencia emplean los profesionales para mejorar su situación laboral?), pero existe un amplio abanico muy vinculado a las labores diarias: desde la diferenciación del contenido que se ofrece, para ser único en el mercado, hasta el asociacionismo o el desarrollo de actividades de marca personal. La filosofía que debe adoptar la profesión, atendiendo al contexto industrial en el que operan los *freelancers*, es el reciclaje constante de las capacidades (Solomon, 2015; Marín Sanchiz y González Esteban, 2021).

El análisis de la teoría previa revela que la mujer tiene una predominancia en el periodismo *freelance*, y que los profesionales de edad avanzada también son más habituales, aunque existe una gran amplitud de resultados en este sentido (PI2: ¿Existen rasgos sociodemográficos que definen a este colectivo?). No se observan, en cualquier caso, distinciones en el uso de las prácticas de autogestión en los diferentes géneros y rangos de edad, pero sí existe consenso en que las estrategias son una forma de resistencia

hacia las condiciones laborales que predominan en el mercado, caracterizadas principalmente por ingresos bajos, largas jornadas de trabajo y dificultades para conciliar la vida personal y la laboral, sobre todo en el caso de las mujeres y la maternidad. No obstante, este estudio sirve para recopilar y confirmar hallazgos dispersos que discuten la visión clásica del *freelance* como un profesional con bajos índices de satisfacción laboral (ej.: Mathisen, 2017).

En lo relativo a las condiciones laborales (PI3), una de las aportaciones de esta investigación es recopilar las variables clave con las que se analizan frecuentemente: nivel de ingresos, flexibilidad, autonomía (laboral y ética), equilibrio entre la vida laboral y la personal, existencia de presiones externas, oportunidades de progreso y crecimiento en el mercado laboral, seguridad (ej.: en caso de corresponsales de guerra), sistema socioeconómico y legal; y existencia de asociaciones profesionales y sindicatos.

Por último, se han analizado las futuras líneas de investigación que proponen los estudios analizados (PI4) y se han detectado varias tendencias que, en líneas generales, pasan por profundizar en aspectos ya analizados, como las condiciones laborales y sus derivadas (relación con las variables sociodemográficas, satisfacción laboral, etc.). Si bien el presente artículo de investigación está orientado a este mismo aspecto, se ha observado que la práctica totalidad de los estudios encontrados en la fase de conformación de la muestra se circunscriben a este mismo campo de estudio. Es por ello, por lo que la principal recomendación de la revisión bibliográfica es que se amplíen los enfoques hacia terrenos menos fértiles, como las dinámicas de producción de contenido (conocer en qué especializaciones están más presentes, cuáles son las dinámicas de relación con las fuentes, etc.) o vincular el campo de estudio con la eferescencia de la economía de los creadores, que puede suponer un nuevo viraje para el devenir de los profesionales independientes al priorizar las trayectorias personales por encima del trabajo para terceros.

En el apartado de las limitaciones, los autores desean hacer hincapié en que se trata de una revisión bibliográfica en la que se ha intentado mantener un alto índice de rigurosidad y transparencia en todo momento, pero ello no evita que la síntesis de los hallazgos implique ciertos riesgos para la replicabilidad de los resultados y las conclusiones.

5. Conclusión

La literatura científica deja claro que el periodismo *freelance* es un oficio heterogéneo que está sometido a unos elevados niveles de presión laboral, aunque ello no impide que algunos profesionales muestren un alto índice de satisfacción laboral. Esta conclusión enlaza con los hallazgos de investigaciones empíricas previas (Marín Sanchiz, Carvajal y González Esteban, 2021), que sitúan al periodismo *freelance* en una disyuntiva entre la precariedad laboral propia de una modalidad de empleo que no garantiza ingresos fijos ni coberturas sociales amplias y la autonomía del trabajo por cuenta propia.

Ante este contexto ambivalente, conviene que el campo de investigación sobre esta temática siga tomando el pulso a las condiciones laborales de los informadores independientes, pero también avance hacia terrenos distintos, como la relación con los editores o la formación de los periodistas. De acuerdo con las investigaciones analizadas, el campo debe avanzar en este sentido para realizar aportaciones prácticas con mayor aplicabilidad para los periodistas autónomos. De este modo, puesto que estamos inmersos en la lógica de la *neoliberal governmentality* (Mitchell, 2006) en la que cada vez se transfiere más responsabilidad al individuo sobre su desempeño profesional, se podría contribuir a mejorar su capacidad de maniobra en el mercado laboral.

En relación con esto, resulta llamativo que, pese a que numerosos autores critican esa deriva neoliberal del mercado laboral, el campo de estudio se centra en estrategias eminentemente individualistas para abordar los problemas. Escasos estudios de los que componen la muestra hacen referencia al asociacionismo, mientras que ninguno sitúa las políticas laborales y la legislación del sector como línea de investigación futura, con lo que la propia academia puede estar perpetuando una situación que reprueba. En cualquier caso, de esto se desprende un cierto pragmatismo, ya que las estrategias estudiadas resultan más accionables a corto plazo.

6. Agradecimientos

Los autores agradecen a Gareth Bouch, de Vroom Media, por la revisión del texto en inglés. El revisor es BA en filosofía con experiencia en medios de comunicación.

7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Cristian-Ramón Marín-Sanchiz
Metodología	Cristian-Ramón Marín-Sanchiz
Recogida y análisis de datos	Cristian-Ramón Marín-Sanchiz y José M. Valero-Pastor
Discusión y conclusiones	Cristian-Ramón Marín-Sanchiz y José M. Valero-Pastor
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Cristian-Ramón Marín-Sanchiz y José M. Valero-Pastor

8. Referencias bibliográficas

- Ahmed, M. A. y van den Hoven, J. (2010). Agents of responsibility—freelance web developers in web applications development. *Information Systems Frontiers*, 12(4), pp. 415-424. <https://doi.org/10.1007/s10796-009-9201-0>
- Alberti, G., Bessa, I., Hardy, K., Trappmann, V. y Umney, C. (2018). In, against and beyond precarity: work in insecure times. *Work, Employment and Society*, 32(3), pp. 447-457. <https://doi.org/10.1177/0950017018762088>
- Anderson, C. W., Bell, E. y Shirky, C. (2012). *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present (Informe)*. Columbia Academic Commons.
- Antunovic, D., Grzeslo, J., y Hoag, A. (2019). “Ice Cream is Worse, and Joblessness is Not an Option” Gendered experiences of freelancing. *Journalism Practice*, 13(1), pp. 52-67.
- Argiz-Acuña, Á. (2006). De mercenarios a héroes: un recorrido por la historia del periodismo Freelance. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12, pp. 27-43.

- Arnold, J. (2001). Career and career management. En N. Anderson, D. S. Ones y H. K. Sinangil (Eds.), *Handbook of industrial, work and organizational psychology: Organizational psychology* (pp. 115-132). Thousand Oaks, CA: SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781848608368.n7>
- Asociación de la Prensa de Madrid. 2005. *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005* (Informe). Asociación de la Prensa de Madrid.
- Asociación de la Prensa de Madrid. 2020. *Informe Anual de la Profesión Periodística 2020* (Informe). Asociación de la Prensa de Madrid.
- Asp, Kent (2012). *Svenska journalister 1989-2011*. Göteborg: JMG, Göteborgs Universitet.
- Baitenizov, D.T., Dubina, I.N., Campbell, D.F.J., Carayannis, E.G. y Azatbek, T.A. (2019). Freelance as a Creative Mode of Self-employment in a New Economy (a Literature Review). *Journal of the Knowledge Economy*, 10, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0574-5>
- Banning, D. (2005). *Freelance journalists: Careers, attitudes, and demographics*. University of Nevada, Reno.
- Bertuzzi, R. (2020). Value Proposition: Canadian Freelance Writers at the Intersection of Exploitation and Alienation. *New Proposals: Journal of Marxism and Interdisciplinary Inquiry*, 11(1), pp. 18-33.
- Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2017). Scholarship on Online Journalism: Roads Traveled and Pathways Ahead. En P. J. Boczkowski y C. W. Anderson (Eds.), *Remaking the News. Essays on the Future of Journalism Scholarship in the Digital Age* (pp. 15-26). Cambridge, Massachusetts: MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10648.001.0001>
- Bourdieu P (1963). *Travail et travailleurs en Algerie*. Paris: Mouton & Co.
- Brown, M. (2010). Why freelancing is now a dead loss. *British Journalism Review*, 21(1), pp. 61-65.
- Canter, L. y Wilkinson, E. (2020). *Freelancing for Journalists*. Routledge.
- Cohen, N. S. (2012). Cultural work as a site of struggle: Freelancers and exploitation. *Triple C*, 10(2), pp. 141-155. <https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.384>
- Cohen, N. S. (2015). Entrepreneurial Journalism and the Precarious State of Media Work. *South Atlantic Quarterly*, 114(3), pp. 513-533. <https://doi.org/10.1215/00382876-3130723>
- Cohen, N. S. (2017). Freelancing as the Good Life?. *International Journal of Communication*, 11(3).
- Cohen, N. S., Hunter, A. y O'Donnell, P. (2019). Bearing the burden of corporate restructuring: Job loss and precarious employment in Canadian journalism. *Journalism Practice*, 13(7), 817-833.
- Das, J. (2007). Sydney freelance journalists and the notion of professionalism. *Pacific Journalism Review*, 13(1), pp. 142-160. <https://doi.org/10.24135/pjr.v13i1.890>
- De Cock, R., y De Smaele, H. (2016). Freelancing in Flemish News Media and Entrepreneurial Skills as Pivotal Elements in Job Satisfaction: Perspectives of Masters or Servants?. *Journalism Practice*, 10(2), pp. 251-265.

- De Lara González, A., Arias Robles, F., Carvajal, M. y García-Avilés, J. A. (2015). Ranking de innovación periodística 2014 en España. Selección y análisis de 25 iniciativas. *El Profesional de la Información*, 24(3), pp. 235-245. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.may.02>
- Deuze M. y Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), pp. 165-181. <https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Deuze, M., Kotišová, J., Newlands, G., y Van't Hof, E. (2020). Toward a theory of atypical media work and social hope. *Artha Journal of Social Sciences*, 19(3), pp. 1-20. <https://doi.org/10.12724/ajss.54.1>
- Díaz Nosty, Bernardo (2017). 2007-2017. Disrupción en el sistema de medios. En Díaz Nosty, Bernardo (Dir.). *Diez años que cambiaron los medios*. Madrid: Fundación Telefónica, Ariel
- Elmore, C. (2009). Turning points and turnover among female journalists: Communicating resistance and repression. *Women's Studies in Communication*, 32(2), pp. 232-254
- Elmore, C. y Massey, B. (2012). Need for instruction in entrepreneurial journalism: Perspective of full-time freelancers. *Journal of Media Practice*, 13(2), pp. 109-124.
- Feijóo, C. (2013). Soportes digitales y transformación de las industrias de contenidos. *El Profesional de la Información*, 22(1), pp. 5-9. <https://doi.org/10.3145/epi.2013.ene.01>
- Florida, R. (2002) *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Fraser, J., y Gold, M. (2001). Portfolio workers': Autonomy and control amongst freelance translators. *Work, Employment and Society*, 15(4), pp. 679-697. <https://doi.org/10.1017/S0950017001006791>
- Gill, R. (2011). Life Is a Pitch: Managing the Self in New Media Work. En M. Deuze (ed.) *Managing Media Work*, pp. 249-62. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Handy, C. B. (1985). *The future of work*. Cambridge, MA: Blackwell Publishers
- Handy, C. (1989). *The age of unreason*. Denmark: Random House.
- Hannis, G. (2008). New Zealand Print Freelancers-Who They Are, What They Earn, Where and What They Publish. *Pacific Journalism Review*, 14(1), 79-92.
- Hayes, K. y Silke, H. (2018). The Networked Freelancer?. *Digital Journalism*, 6(8), pp. 1018-1028. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1505438>
- Hayes, K. y Silke, H. (2019): Narrowing the discourse? Growing precarity in freelance journalism and its effect on the construction of news discourse. *Critical Discourse Studies*, 16(3), pp. 363-379.
- Holton, A. E. (2016). Intrapreneurial informants: An emergent role of freelance journalists. In *The Future of Journalism: Risks, Threats and Opportunities* (pp. 254-264). Routledge.
- Gandini A. (2016) The Rise of a Freelance Economy. En: A. Gandini (Ed.). *The Reputation Economy*. London: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-56107-7>

- Gollmitzer, M. (2014). Precariously employed watchdogs? Perceptions of working conditions among freelancers and interns. *Journalism practice*, 8(6), 826-841.
- Gollmitzer, M. (2018). *Freelance journalists and interns: Responses to precarity and reconfigurations of the journalistic ethos* (Tesis doctoral). Communication, Art & Technology: School of Communication. Simon Fraser University.
- Gomez Patiño, M. (2018). La profesión periodística española a la deriva. *Vivat Academia. Revista De Comunicación*, 143, pp. 45-59. <https://doi.org/10.15178/va.2018.143.45-59>
- Goyanes, M., Artero, J. P., y Zapata, L. (2018). The effects of news authorship, exclusiveness and media type in readers' paying intent for online news: An experimental study. *Journalism*, pp. 1-19. <https://doi.org/10.1177/1464884918820741>
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867>
- Hoag, A. y Grzeslo, J. (2019). Awareness of and experience with online outsourcing journalism labor markets: A benchmark study of freelance journalists. *First Monday*.
- Hunter, A. (2015). Crowdfunding independent and freelance journalism: Negotiating journalistic norms of autonomy and objectivity. *New Media & Society*, 17(2), 272-288. <https://doi.org/10.1177/1461444814558915>
- Kitching, J., y Smallbone, D. (2008). *Defining and estimating the size of the UK freelance workforce. A Report for the Professional Contractors Group*. Kingston University
- Koch, T., y Obermaier, M. (2014). Blurred lines: German freelance journalists with secondary employment in public relations. *Public Relations Review*, 40(3), 473-482.
- Kuehn, K. y Corrigan, T. F. (2013). Hope labor: The role of employment prospects in online social production. *The Political Economy of Communication*, 1(1), 9-25.
- Küng, L. (2017). *Strategic management in the media: Theory to practice*. Second edition. London: Sage.
- Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists' ethical boundary settings in information work, *Nordicom Review*, 33(1), pp. 83-98
- Marín-Sanchiz, C. R. y González-Esteban, J. L. (2021). Análisis de la formación universitaria en periodismo freelance: la perspectiva de los profesionales españoles. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 569.
- Marín-Sanchiz, C. R., Carvajal, M. y González-Esteban, J. L. (2021). Survival strategies in freelance journalism: an empowering toolkit to improve professionals' working conditions. *Journalism Practice*, 1-24.
- Massey, B. L. y Elmore, C. J. (2011). Happier working for themselves? Job satisfaction and women freelance journalists. *Journalism Practice*, 5(6), pp. 672-686
- Mathisen, B. R. (2017). Entrepreneurs and idealists: Freelance journalists at the intersection of autonomy and constraints. *Journalism Practice*, 11(7), pp. 909-924. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1199284>
- Meehan, K. (2001). It's the hard life for freelancers. *Australian Journalism Review*, 23(1), pp. 99-109

- Mitchell, K. (2006). Neoliberal governmentality in the European Union: education, training, and technologies of citizenship. *Environment and planning D: society and space*, 24(3), pp. 389-407. <https://doi.org/10.1068/d1804>
- Moorkens, J. (2020). Comparative satisfaction among freelance and directly employed Irish-language translators. *Translation & Interpreting*, 12(1), pp. 55-73. <https://doi.org/10.12807/ti.112201.2020.a04>
- Myllylahti, M. (2018). An attention economy trap? An empirical investigation into four news companies' Facebook traffic and social media revenue. *Journal of Media Business Studies*, pp. 1-17. <https://doi.org/10.1080/16522354.2018.1527521>
- Norbäck, M. (2019). Glimpses of resistance: Entrepreneurial subjectivity and freelance journalist work. *Organization*, 28(3), pp. 426-448
- Norbäck, M. y Styhre, A. (2019). Making it work in free agent work: The coping practices of Swedish freelance journalists. *Scandinavian Journal of Management*, 35(4), 101076. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2019.101076>
- Nygren, G., Dobek-Ostrowska, B. y Anikina, M. (2015). Professional autonomy. *Nordicom Review*, 36(2), pp. 79. <https://doi.org/10.1515/nor-2015-0018>
- O'Brien, D., Wellbrock, C.-M. y Kleer, N. (2020). Content for Free? Drivers of Past Payment, Paying Intent and Willingness to Pay for Digital Journalism - A Systematic Literature Review. *Digital Journalism*, 8, pp. 1-30. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1770112>
- Örnebring, H. y Ferrer-Conill, R. (2016). Outsourcing newswork. En T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo y A. Hermida (Eds.), *The Sage Handbook of Digital Journalism* (pp. 207-221). Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781473957909.n14>
- Rasciute, A. (2017). *The Secret Land of Freelance Journalism in Lithuania: a life-world study of professional challenges in the digital era*. Lund University
- Rosenkranz, T. (2019). From contract to speculation: New relations of work and production in freelance travel journalism. *Work, Employment and Society*, 33(4), pp. 613-630.
- Salamon, E. (2018). Precarious E-Lancers: Freelance journalists' rights, contracts, labor organizing, and digital resistance. En S. Eldridge y B. Franklin (Eds.), *The Routledge handbook of developments in digital journalism studies* (pp. 186-197). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315270449-15>
- Salamon, E. (2020). Digitizing Freelance Media Labor: A Class of Workers Negotiates Entrepreneurialism and Activism. *New Media & Society*, 22(1), pp. 105-122. <https://doi.org/10.1177/1461444819861958>
- Salaverría, R. (2020). Exploring digital native news media. *Media and Communication*, 8(2), pp. 1-4. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3044>
- Scharff, C. (2016) The Psychic Life of Neoliberalism: Mapping the Contours of Entrepreneurial Subjectivity. *Theory, Culture & Society*, 33(6), 107-122.
- Solomon, E. F. (2015). How freelance journalists can help shape journalism education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 71(2), pp. 241-247.

- Spilsbury, M. (2016). Exploring freelance journalism. Newport: *National Council for the Training of Journalists*
- Süß, S. y Becker, J. (2013). Competences as the foundation of employability: a qualitative study of German freelancers, *Personnel Review*, 42(2), pp. 223-240. <https://doi.org/10.1108/00483481311309393>
- Templeman, T. L. (2016). Freelance journalism in the 21st century: Challenges and opportunities. Queensland University of Technology
- Valero-Pastor, J. M., García-Avilés, J. A. y Carvajal, M. (2021). Transformational Leadership and Innovation in Digital-Only News Outlets. Analysis of Quartz and El Confidencial. *Journalism Studies*, 22(11), pp. 1450-1468.
- Valero-Pastor, J.M. y González-Alba (2018). Las startups periodísticas como ejemplos de innovación en el mercado mediático español. Estudio de casos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 556-582.
- Van den Born, A., y Van Witteloostuijn, A. (2013). Drivers of freelance career success. *Journal of Organizational Behavior*, 34(1), pp. 24-46. <https://doi.org/10.1002/job.1786>
- Vandenberghe, H., y d'Haenens, L. (2021). The Netherlands: On media concentration and resilient freelance journalists. En J. Trappel y T. Tomaz, (Eds.). *The Media for Democracy Monitor 2021: How Leading News Media Survive Digital Transformation* (Vol. 1). Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg.
- Vara-Miguel, A. (2018). Confianza en noticias y fragmentación de mercado: el caso español. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 35(1), 95-113.
- Wadud, M. (2021). Precariously Employed Climate Journalists the Challenges of Freelance Climate Journalists in South Asia. *Journalism Practice*, 16(2-3), pp. 262-280.
- Walters, E., Warren, C., y Dobbie, M. (2006). The Changing Nature of Work: A global survey and case study of atypical work in the media industry. *International Federation of Journalists*
- Wasim Raza, S. Fateh, A., Shahzad, M. A. y Khan, A. (2021). Safety and Security Issues of Media Professional: A Case Study of Freelance Journalists in Pakistan. *ANNALS OF SOCIAL SCIENCES AND PERSPECTIVE*, 2(2), pp. 409-417.
- Waters-Lynch, J., Potts, J., Butcher, T., Dodson, J. y Hurley, J. (2016). Coworking: A transdisciplinary overview. *SSRN*, 2712217. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2712217>
- Wilkinson, S. (2019). Canadian Journalism in Decline: Fewer Permanent Jobs, Less Security. J-Source. <https://j-source.ca/canadian-journalism-in-decline-fewer-permanent-jobs-less-security/>
- Woronkowicz, J. y Noonan, D. S. (2019). Who Goes Freelance? The Determinants of Self-Employment for Artists. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(4), pp. 651-672. <https://doi.org/10.1177/1042258717728067>

