

COMMERCIALS FAQS 2022

SAG-AFTRA ha llegado a un acuerdo tentativo con el Comité Conjunto de Políticas (JPC, por sus siglas en inglés) sobre el Contrato de Comerciales. Es un acuerdo con visión de futuro que prepara a los miembros para que se beneficien de la tendencia hacia más anuncios digitales. El contrato también contiene ganancias en muchas otras áreas, incluidas las restricciones en cuanto a autograbación (self-taping), paridad para comerciales en español, contribuciones adicionales al Plan de Salud y mucho más. Lo único que se necesita para que entre en vigor es el voto de los miembros. Ahí es donde entras tú. Explora las preguntas frecuentes a continuación, lee el paquete que viene con tu material de votación y asiste a las reuniones informativas virtuales el 19 y 26 de abril. Descubre todo lo que necesitas saber en sagaftra.org/2022commercials. ¡Y asegúrate de votar!

Preguntas Frecuentes

Q: ¿Qué incrementos salariales logramos en el Contrato de Comerciales 2022?

A. Más personas ganarán un cheque de pago más grande como resultado de esta negociación. Los negociadores lograron un aumento del 10% en todas las tarifas por sesión y de retención (holding fees) (juntas) en el primer año del contrato. También establecieron tarifas fijas de tarifa por ciclo en amplias franjas de medios digitales y tradicionales, lo que resultó en ganancias netas generales de aproximadamente 5.55%. Las tarifas fijas por ciclo significan que no necesitas realizar un seguimiento de cada transmisión, mercado o canal en el que se pone tu comercial para saber si te han pagado correctamente. Solo necesitas saber qué tipo de uso y si el comercial se puso o no en un ciclo determinado.

Q: ¿Cuál es la valuación de las ganancias del Contrato de Comerciales 2022?

A. Valoramos las ganancias del contrato en \$120 millones, compuestas por ganancias en salarios en lo digital y los fondos adicionales que fluyen a través del fondo de mitigación. El valor de las ganancias en este acuerdo es más de tres veces mayor que el anterior. En comparación, el acuerdo de 2019 supuso un aumento del 1,9 % con un valor aproximado de 39 millones de dólares durante tres años. Este acuerdo es una ganancia del 5,5% por un valor de casi \$120 millones.

Q: En el Contrato de Comerciales de 2022, ¿por qué redujimos la Clase A cuando es una parte tan importante de las ganancias de los artistas?

A. La estructura de la Clase A actual nos está costando oportunidades de trabajo. Actualmente nuestras agencias creativas signatarias deben realizar ofertas de trabajo antes de completar el plan de medios, lo que genera excedentes costosos cuando el comercial se publica con más frecuencia en la Clase A de lo previsto. Debido a que los medios se compran ahora por la cantidad de impresiones, no por la cantidad de usos, y debido al crecimiento de la "compra programática de anuncios", donde la ubicación

real del comercial la realiza una computadora que usa un algoritmo, el conteo de uso es inherentemente impredecible, lo que genera costosos excesos de presupuesto y mala voluntad entre nuestras agencias signatarias y sus clientes anunciantes. Esta imprevisibilidad del costo de la Clase A ha llevado a los anunciantes a preferir las ofertas no sindicalizadas que brindan un precio "todo incluido", lo que hace que nuestros signatarios sean menos competitivos.

Este es un problema que debemos abordar para mantener nuestro contrato saludable. Al implementar un límite sobre cuánto cuesta la Clase A en un ciclo determinado de 13 semanas, hacemos que nuestros costos sean más predecibles y que nuestros empleadores signatarios sean más competitivos en el mercado. A \$20,000 por artista en cámara y \$15,000 por artista fuera de cámara, muy pocos miembros alcanzarán estos límites. Para aquellos que lo hagan, el nuevo acuerdo también crea un fondo que ayudará a compensar el impacto de esos cambios en las personas cuyos comerciales de otro modo habrían estado entre los más usados y mejor pagados.

Además, sabemos que la exhibición digital de comerciales es el futuro. Al cambiar el valor de la Clase A al área digital, nos posicionamos para monetizar ese cambio para nuestros miembros. Nuestros economistas han determinado que la reducción en las ganancias de Clase A será más que compensada por nuestras ganancias en digital.

Q: ¿De dónde surgió esta idea de fondo de mitigación en el Contrato de Comerciales 2022? ¿Alguna vez hemos hecho algo así?

A: Sí, hace casi una década, establecimos una solución similar para suavizar la transición de las tarifas de conversión tradicionales para la concesión de licencias de grabaciones sonoras en virtud de nuestro Código de Grabaciones Sonoras. Ha sido un programa muy exitoso y ha permitido cambios que han aumentado las ganancias de los artistas en millones de dólares al año.

Q: ¿Quién supervisará el fondo de mitigación creado en el Contrato de Comerciales 2022?

A: El Comité Permanente del Contrato de Comerciales supervisará el establecimiento del fondo y sus pautas de distribución.

Q: En el Contrato de Comerciales 2022, algunas de estas tarifas planas parecen bajas. ¿Cómo es eso una ganancia?

A: Más artistas ganan más dinero con tarifas fijas. Las tarifas fijas benefician a la mayoría de los artistas porque aquellos que habrían ganado menos que la tarifa negociada, automáticamente suben a ese nivel. Los artistas se beneficiarán además de una mayor previsibilidad de los ingresos y será mucho más fácil realizar un seguimiento del cumplimiento con la estructura de pago más sencilla.

Q: ¿Son las tarifas fijas solo otra forma de decir adquisiciones en el Contrato de Comerciales 2022?

A: No. Flat rates are not buyouts. Flat rates are per-cycle payments. When the cycle ends, you get paid again or the use of the commercial stops. Non-union buyouts are typically for long periods of time, or occasionally even in perpetuity. No. Las tarifas fijas no son adquisiciones. Las tarifas fijas son pagos por ciclo. Cuando finaliza el ciclo, se vuelve a cobrar o se detiene el uso de los comerciales. Las adquisiciones fuera del sindicato suelen ser por largos períodos de tiempo, u ocasionalmente incluso en perpetuidad.

Q: ¿Los cambios en el Contrato de Comerciales 2022 traerán de vuelta el trabajo bajo el Contrato de Comerciales?

A: Si los anunciantes van a decidir hacer más de su trabajo bajo el sindicato no es algo que se pueda predecir con certeza. Lo que podemos decir es que los cambios estructurales que hicimos se basaron en los comentarios de los anunciantes sobre dónde están los puntos débiles en este contrato. Esa retroalimentación se recopiló como parte de un estudio de un año realizado por una firma consultora preeminente y corroborado por nuestros socios negociadores. También hemos contratado a la misma firma consultora para educar a los empleadores sobre los cambios y promover las virtudes de la nueva estructura. Nuestro excelente

personal de sindicalización de comerciales está comprometido a maximizar el impacto de estos cambios como parte de la iniciativa #adsgounion en curso y nuestro comité de negociación seguirá involucrado y respaldará firmemente el esfuerzo. Todos estos factores tomados en conjunto deberían hacernos optimistas de que podamos detener y tal vez incluso comenzar a revertir la tendencia de disminución del número de oportunidades de trabajo en virtud de este contrato.

Q: ¿El Contrato de Comerciales 2022 ayudará al Plan de Salud?

A: Sí. El comité recibió presentaciones y datos de los Planes de Retiro y Salud, incluida una guía detallada sobre el monto de las contribuciones adicionales requeridas para mantener los beneficios actuales. El monto de las contribuciones generadas por este acuerdo propuesto cumple con los requisitos proyectados.

Q: ¿Cómo nos preparamos para las negociaciones del Contrato de Comerciales 2022 para garantizar que se escucharan las voces de los miembros?

A: Esta negociación del contrato fue la culminación de tres años de trabajo analizando los cambios que ocurren a medida que la industria publicitaria transiciona a las plataformas digitales. Se trataba de asegurarse de que el Contrato de Comerciales evolucione con los tiempos a la luz de los cambios dramáticos en las industrias de la publicidad y los medios. El enfoque de los miembros fue garantizar que el trabajo bajo nuestros contratos sea viable y atractivo para los empleadores, deteniendo así la tendencia de disminución del trabajo bajo este contrato, protegiendo al mismo tiempo a quienes trabajan en los medios tradicionales y mejorando significativamente las estructuras y los términos en el área digital, el lugar donde todos sabe que la industria se dirige.

Q: Para el Contrato de Comerciales 2022, ¿qué ganancias obtuvimos en los medios de habla hispana?

A: Igualamos las tarifas para comerciales en español, manteniendo solo una tarifa de programa separada. Las partes también se han comprometido a reunirse durante el término para discutir formas de expandir el trabajo en español bajo este contrato.

Q: ¿Cómo cambia el Contrato de Comerciales 2022 el trabajo en Clase A?

A: Este acuerdo creará más oportunidades para trabajar por más paga. La audiencia promedio de transmisiones de Clase A está en declive y, por lo tanto, es menos valiosa para los anunciantes, y este acuerdo aborda eso. La tarifa por uso se redujo en un 5% con un límite de \$20 000 (para artistas en cámara)/\$15 000 (para artistas fuera de cámara) por ciclo de 13 semanas, solo para anunciantes y agencias. Es importante destacar que también negociamos un fondo de mitigación específicamente para ayudar a los actores más afectados por los límites de tarifas de uso. Este fondo ayudará a minimizar el impacto en los artistas con comerciales más utilizados. (Véase más arriba.)

Q: ¿El Contrato de Comerciales 2022 hace algo sobre las crecientes demandas de autograbado (self-taping)?

A: Sí, aseguramos nuevas reglas para audiciones remotas en vivo y autograbadas, aplicando los principios que se aplican a las audiciones en persona. Estas nuevas reglas incluyen protecciones relacionadas con:

- ▶ Auto-grabaciones repetidas.
- ▶ Acompañamientos con 24 horas de anticipación.
- ▶ Cero solicitudes de actividades inseguras.
- ▶ Cero locaciones múltiples.
- ▶ Cero cambios de ángulo en una toma.
- ▶ Cero cambios múltiples de maquillaje o estilo.
- ▶ Cero equipo especial o servicios pagados para audicionar.
- ▶ Sala de espera requerida y notificaciones de retraso.

Q: ¿Obtuvimos algo adicional en las negociaciones del Contrato de Comerciales de 2022 con respecto a nuestras disposiciones sobre desnudez?

A: Sí, logramos nuevas reglas para la desnudez y las escenas íntimas, que incluyen:

- ▶ Cero audiciones desnudas.
- ▶ Notificación por adelantado de cualquier requisito de trabajar desnudo/a o parcialmente desnudo/a, con capacidad para rechazar el trabajo y todavía ser pagado/a por el día si no se cumplen los requisitos.
- ▶ Hojas de llamado deben incluir información de SAG-AFTRA sobre reportes de acoso.

Q: ¿Podimos hacer algo en las negociaciones del Contrato de Comerciales 2022 para ayudar a las personas de color a asegurarse de que cuenten con personal de maquillaje y peluquería calificado y con experiencia cuando trabajan?

A: Sí. Logramos el primer requisito contractual de que el personal de peluquería y maquillaje debe poder trabajar con artistas diversos para ser considerados "calificados".

Q: ¿Qué disposiciones logramos para los artistas sordos y con problemas de audición en el Contrato de Comerciales 2022?

A: Ahora requerimos que los intérpretes de lenguaje de señas estén "calificados" en el vocabulario que necesitan traducir además de estar "certificados" como intérpretes y ampliar el acceso a subtítulos e interpretación oral para los artistas que no conocen el lenguaje de señas estadounidense.

Q: ¿Qué pasa con las nuevas protecciones para menores en el Contrato de Comerciales 2022?

A: Aclaramos que los dos adultos requeridos para estar presentes en una audición deben estar asociados con el casting. Ahora requerimos que los padres estén a la vista y al oído de un menor en una audición, incluso a través de la visualización virtual. Los padres ahora deben recibir las credenciales y la identificación de un maestro/trabajador social establecido con 24 horas de anticipación para dar tiempo a confirmar. Los productores ahora deben proporcionar acceso a Internet a los menores para el trabajo escolar siempre que sea posible.

Q: ¿Qué otras ganancias se obtuvieron en el Contrato de Comerciales 2022?

- ▶ Protección contra la exigencia de que los artistas firmen acuerdos de confidencialidad unilaterales y demasiado agresivos en las audiciones. Ahora se debe informar a los artistas en el momento de la audición si el productor aplicará alguna exención.
- ▶ Se revisó el lenguaje del estatuto de limitación que evita que los artistas tengan que presentar reclamos por uso no pagado hasta después de que el comercial esté muerto.
- ▶ Aumento de las tarifas de autoindexación para los contratistas de cantantes.
- ▶ Mejora de la capacidad de los coreógrafos y coreógrafos asistentes para recibir contribuciones de beneficios por su trabajo.

Q: ¿Cómo voto por el acuerdo de Contrato de Comerciales 2022?

A: Todos los miembros elegibles recibieron una postal el 14 de abril de 2022 con instrucciones y un número de PIN sobre cómo votar en línea o cómo solicitar una boleta de papel. Si es necesario, puede recuperar su número de PIN en el sitio web de votación, ivsballot.com/commercials2022 haciendo clic en "Buscar mi PIN". Las boletas, ya sea que se envíen en línea o por correo, deben recibirse antes de las 5:00 p. m. PDT del jueves 5 de mayo de 2022.

Q: ¿Dónde encuentro mi PIN para poder votar por el Contrato de Comerciales 2022?

A: Todos los miembros elegibles recibieron una postal el 14 de abril de 2022 con instrucciones y un número de PIN sobre cómo votar en línea o cómo solicitar una boleta de papel. Si es necesario, puede recuperar su número de PIN en el sitio web de votación, ivsballot.com/commercials2022 haciendo clic en "Encontrar mi PIN". Las boletas, ya sea que se envíen en línea o por correo, deben recibirse antes de las 5:00 p. m. PDT del jueves 5 de mayo de 2022.

Para preguntas adicionales, envíe un correo electrónico a commercials2022@sagaftra.org o llame a la línea directa de contratos al (323) 549-6653.