

Sindicatos y comunicación en tiempos de crisis

ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ

Assessor de comunicació

*"Agrupémonos todos en la lucha final."
("Agrupémonos todos en la red.")*

Después del protagonismo de los sobresaltos bursátiles, las consecuencias de la crisis económica y financiera en la vida cotidiana de las empresas, profesionales y trabajadores se sitúan en el eje del debate político y mediático con toda su crudeza. El exceso de *"Laissez faire, laissez passer"* nos ha llevado al mismo borde del precipicio.

El vértigo nos ha sacudido y nos ha alertado de que la lectura exclusiva de los indicadores macroeconómicos y su evolución, como mecanismo de análisis para comprender y gobernar la situación actual, no nos permitirá entender lo que está pasando realmente. Y, además, podría alejarnos del diagnóstico acertado que no es otro que el posible colapso de un modelo económico global que muestra síntomas de agotamiento, con devastadoras consecuencias para la mayoría de la humanidad y amenazas muy serias sobre la estabilidad y la seguridad mundiales.

Lentamente, pero con fuerza, avanza una inaplazable reflexión compartida, que oscila entre la reforma y la refundación del capitalismo y que aborda los límites del mercado, el papel de lo público y una nueva mirada al Estado (regulador y protector) en la economía globalizada.

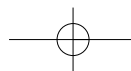
Algunos analistas vaticinan, incluso, un regreso a los conflictos clásicos y de clase y una recuperación de valores "sólidos" (como la igualdad, la autoridad, la justicia, el esfuerzo...) frente a los valores "líquidos" (el consumismo, el individualismo, la gratificación inmediata...) de la etapa postmoderna, sobre los que nos advierte Zygmunt Bauman. Fernando Vallespín, por ejemplo, va más lejos y aventura que "incluso es posible que los sindicatos recuperen parte de su poder y prestigio perdido", pero en un entorno de escasez y dificultades que provocará que "sus programas los dictará más la conservación de lo ya alcanzado que lo que queda por conseguir, administrar las pérdidas más que anticipar las ganancias derivadas de emprender un nuevo camino"¹. Es decir, conservar antes que cambiar. La seguridad como mascarón de proa.

Todo ello, en un contexto en que, como denuncia John Monks, secretario general de la Confederación Europea de Sindicatos (CES), la Europa social y su modelo parecen estar "en franca retirada".

1. De nuevo, el debate sobre el trabajo

El debate se aleja del ámbito social y se centra, más que nunca, en las condiciones del trabajo y en el modelo productivo europeo, amenazado por las nuevas y dinámicas economías asiáticas. Sarkozy, presidente de turno del Consejo de la Unión

¹ Fernando Vallespín, "¡Bienvenidos a la neomodernidad!", *El País* 23/11/2008



Europea en el segundo semestre del 2008, proponía "trabajar más para ganar más". Los sindicatos sopesan "trabajar menos para trabajar todos". Algunas empresas sugieren "producir más y cobrar lo mismo" y la mayoría de los economistas insisten en que lo importante es mejorar la productividad. Es decir, "trabajar igual (en tiempo y salario) pero producir más".

Europa tiene la tentación de deslizarse por la peor de las soluciones. La decisión mayoritaria del Consejo de la UE del pasado 9 de junio, sobre la Directiva relativa al tiempo de trabajo, no ha modificado el precepto de que la duración media del trabajo no exceda las 48 horas por cada período de siete días. Pero apunta la posibilidad de llegar a acuerdos "individuales" entre trabajador y empresario para superar ese tope y alcanzar las 65 horas como máximo, lo que abriría la puerta a un nuevo horizonte de relaciones laborales. Como sucede en el Reino Unido, donde cerca de cinco millones de personas trabajan más de 48 horas a la semana.

Finalmente, el pasado 17 de diciembre, el Parlamento Europeo rechazaba la Directiva. El PE apoyó la posición del ponente parlamentario, el socialista español Alejandro Cercas, que exigía que no hubiera excepciones al máximo de 48 horas semanales. Veremos si después del periodo de negociación entre el Parlamento y el Consejo se frena definitivamente el texto.

Además existe una notable parálisis legislativa en el campo social que promueve la sustitución de los procedimientos obligatorios (que protegen los derechos) por los indicativos y voluntarios (que los pueden conculcar). Y algunas recientes sentencias laborales europeas han legitimado la competencia "desleal" entre empresas de Estados miembros de la Unión, al aplicar a los trabajadores desplazados otras condiciones y peores salarios.

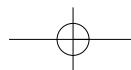
2. Reinventar el capitalismo... y el sindicalismo

En este contexto, no hay que ser muy lúcido para darse cuenta del conflicto de fondo que se les presenta a "los sindicatos de clase" en la nueva economía sin fronteras y globalizada. Trabajos locales e individualizados, pero capitales globales, procesos transnacionales, producción global y la incorporación masiva de las nuevas tecnologías que transforman radicalmente el empleo y su concepción.

Aunque es urgente, "reinventar el capitalismo" (o sus reglas) llevará su tiempo. Mientras, "reinventar el sindicalismo" (atrapado por la lógica industrial en una sociedad cada vez más post-industrial) o, al menos, sus modelos organizativos y comunicativos para adaptarlos a los nuevos escenarios resulta inaplazable. Los sindicatos se enfrentan a una profunda revisión de su misión, su visión y su percepción pública y social.

Ellos mismos detectan algunos de los síntomas de sus urgencias más evidentes: la imagen de una organización anclada en el pasado, con escasos recursos y poco innovadora. Una capacidad de movilización reducida, una disminución de la simpatía social por las luchas obreras y el rechazo a las formas de protesta que invaden el espacio público (manifestaciones, cortes, encierros, bloqueos, huelgas). Un liderazgo sindical clásico, especialmente la figura del delegado del comité de empresa, ampliamente cuestionado y con una imagen controvertida y devaluada asociada, demasiadas veces, a la acomodación y al aprovechamiento en beneficio propio. La falta de cen-

Aunque es urgente, "reinventar el capitalismo" (o sus reglas) llevará su tiempo. Mientras, "reinventar el sindicalismo" (atrapado por la lógica industrial en una sociedad cada vez más post-industrial) o, al menos, sus modelos organizativos y comunicativos para adaptarlos a los nuevos escenarios resulta inaplazable. Los sindicatos se enfrentan a una profunda revisión de su misión, su visión y su percepción pública y social



tralidad de las políticas de igualdad en la acción sindical y la no aplicación de la paridad en sus cargos representativos (tampoco en las asociaciones patronales) que agrava la poca conexión sindical con los jóvenes y las mujeres. Y todo ello junto a una reducción del discurso político a los temas salariales y una percepción pública asociada a algunos privilegios (en especial en el sector público, donde tienen una presencia más destacada).

España es un país con bajo nivel de afiliación sindical (alrededor del 15% del total de trabajadores²), que se concentra especialmente en grandes empresas industriales y en empresas públicas que representan un porcentaje mucho menor del censo total. La renovación sindical pasa por ampliar sus bases y su influencia social. Y, seguramente, por un nuevo modelo de acción que prime la negociación y la propuesta, antes que el conflicto. Para ello harán falta líderes más analistas, reflexivos, propositivos y menos dogmáticos, demagogos y populistas, que participen en el proyecto empresarial, con otra formación y con capacidad para asumir responsabilidades. También una profunda revisión de algunos principios: cobrar lo mismo no significa cobrar lo justo. Aunque es justo reconocer que la moderación salarial en la negociación sindical en el último decenio ha contribuido –y muchísimo– al crecimiento de nuestra economía.

Los sindicatos deben y pueden ejercer un nuevo liderazgo intelectual y político. Reflexionar sobre el entorno actual pero desde una perspectiva menos ideológica y más cercana a la vida real de las personas. El reto no es menor: entender la complejidad de los problemas actuales, analizar rigurosamente su impacto económico y social y encontrar soluciones prácticas basadas en los valores fundamentales.

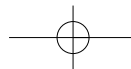
La renovación sindical pasa por ampliar sus bases y su influencia social. Y, seguramente, por un nuevo modelo de acción que prime la negociación y la propuesta, antes que el conflicto. Para ello harán falta líderes más analistas, reflexivos, propositivos y menos dogmáticos, demagogos y populistas, que participen en el proyecto empresarial, con otra formación y con capacidad para asumir responsabilidades

Esto supone superar el marco de la empresa para asumir un nuevo papel activo en la definición de las políticas de “progreso social y económico” y establecer nuevas alianzas estratégicas con otras organizaciones sociales que se ocupan de cuestiones de género, comunitarias, derechos humanos, consumidores, ecología... Un sindicalismo de proposición, activo en la defensa de los objetivos sociales comunitarios tanto como en la defensa de las condiciones del trabajo de sus miembros. Para ello es imprescindible repensar la comunicación sindical en la nueva sociedad Red.

Una primera aproximación a la presencia sindical en las redes apunta a una reciente y creciente implantación. Los contenidos digitales etiquetados con las siglas de las principales organizaciones (CCOO, UGT, CNT y CGT) en YouTube, en Flickr, en la blogosfera o en las redes sociales, como Facebook, significan ya más de 100.000 referencias. Si añadimos los contenidos (sin etiqueta específica de un sindicato concreto, pero de temática laboral o sindical) presentes en blogs de trabajadores, profesionales, consumidores, comités de empresa o de plataformas de apoyo a movilizaciones laborales podríamos hablar de una cifra muy superior.

Además, en el actual contexto de crisis los medios de comunicación encuentran mayores dificultades para ejercer su función pública por el endurecimiento de las políticas de comunicación de las empresas. En esta situación, los sindicatos aparecen como primera fuente alternativa a la comunicación empresarial potenciando su credibilidad y su capacidad de influir en la opinión pública a través de los medios, como

² <http://www.eurofound.europa.eu/emire/SPAIN/UNIONIZATIONUNIONDENSITY-ES.htm>



así lo indica una reciente encuesta, editada por la Universidad de Santiago de Compostela, llevada a cabo entre periodistas. Hay nuevas oportunidades.

3. De las pancartas a las redes sociales

La formación *online*, las campañas de ciberactivismo y las nuevas formas de protesta virtual, los grupos y acciones en redes sociales, los testimonios personales de trabajadores en la Red, los espacios virtuales para formar las conciencias de los trabajadores compartiendo información, contrastando indicadores de trabajo y fomentando la participación, etc. son algunos de los ejemplos de un modelo de presencia pública que sabe utilizar las posibilidades del uso creativo de lo digital.

El fortalecimiento del nexo sindicato-servicio y la dinámica acción-comunicación son la clave del futuro. Las nuevas tecnologías permiten liberar de la invisibilidad a muchas causas y organizar de manera más autónoma, y con una revitalizada cultura de la “unión”, el corazón y el alma del sindicalismo. Un ejemplo de la recuperación del papel útil y representativo de los sindicatos se encuentra en las iniciativas digitales: el sindicalismo 2.0, que explora nuevas relaciones entre los sindicatos, sus asociados y los trabajadores en general. Veamos algunas iniciativas.

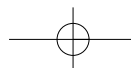
Los testimonios en la Red. El uso de las tecnologías permite a los trabajadores superar el anonimato y el desconocimiento de muchas realidades sociales. Anna Sam, una joven licenciada en literatura francesa y cajera en un supermercado en la periferia de Rennes, ha roto la rutina diaria con un blog (*Cajera sin futuro*) donde cuenta sus experiencias y sus desesperanzas. La motivación, tras años enfundada en un impersonal uniforme, fue la rutina, la deshumanización y la falta de expectativas profesionales. Su blog ha superado los centenares de miles de visitas, un diario la ha elegido “bretona del año en 2007” y la fama digital la ha llevado a entrevistas en los medios de comunicación, así como a la reciente publicación de su libro *Tribulaciones de una cajera* que ya ha vendido más de 100.000 ejemplares.

La protesta virtual. Se ensayan nuevas formas de protesta en la Red. Los trabajadores de IBM hicieron historia al convocar en Second Life, el 27 de septiembre de 2007, la primera huelga virtual contra la propuesta de la dirección de la multinacional de recorte salarial de 1.000 euros al año a toda la plantilla (9.000 personas). Su éxito “sindical” fue su repercusión “mediática”. Nuevas eficacias y nuevas fuerzas.

El videosindicalismo. El uso innovador del video para la acción sindical es todavía una práctica muy incipiente pero contamos con iniciativas como la ensayada por la televisión por Internet streik.tv (*streik = huelga*), impulsada por el sindicato alemán ver.di, para las acciones de huelga de empleados de servicios públicos en Alemania.

El ciberactivismo. La campaña “Menos tetas y más trabajo” ha conseguido un gran éxito mediático con una contraprogramación inteligente, diferente, sin daños “materiales” y con mucho sentido del humor que reventó la presentación del famoso calendario de las chicas Pirelli 2009. Las empresas viven de su reputación, el valor de las marcas es su valor intangible. Muestra de ello es la reciente petición al gobierno de Antonio Vercher, fiscal coordinador de Medio Ambiente y Urbanismo, para que reforme el Código Penal y permita que se publiciten las condenas contra empresas contaminantes ya que, según afirma, “es más eficaz desprestigiar a una firma que multarla”.

El fortalecimiento del nexo sindicato-servicio y la dinámica acción-comunicación son la clave del futuro. Las nuevas tecnologías permiten liberar de la invisibilidad a muchas causas y organizar de manera más autónoma, y con una revitalizada cultura de la “unión”, el corazón y el alma del sindicalismo



El nuevo ciberactivismo puede ser un excelente y ocurrente medio para establecer escenarios de “lucha” en mejores condiciones y con mayor acogida social. La imaginación puede ser la solución y las nuevas tecnologías el medio.

La formación online. Plataformas como *eccoresponsables.com* pretenden formar las conciencias de los trabajadores en temas medioambientales. Se trata de una herramienta de documentación para ampliar conocimientos sobre medio ambiente y desarrollo sostenible, de un espacio virtual para intercambiar buenas prácticas, ofrecer información de actualidad, compartir y fomentar la participación.

Las escuelas de formación de los sindicatos, por ejemplo, hace ya tiempo que han ensayado con éxito nuevos espacios digitales para la formación de dirigentes y, también, para la formación de nuevas aptitudes profesionales de carácter transversal (dirección y motivación de equipos, técnicas de negociación, planificación de reuniones y de agendas). La formación permanente es un espacio de legitimidad y proyección para un sindicalismo de servicios.

La información digital. La Red ofrece excelentes plataformas para verificar, comprobar y contrastar todo tipo de indicadores de empleo o condiciones de trabajo precarias, por ejemplo, que pueden ser excelentes recursos para una información proactiva.

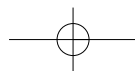
DecentWorkCheck.org o *Wageindicator.org* (en España “*TuSalario.es*”), que permiten realizar un seguimiento y comparar las condiciones de empleo y niveles salariales a nivel internacional, se han convertido en referentes “sindicales” gracias al uso creativo de las nuevas tecnologías y a la gestión de las bases de datos públicas. O el *Google Maps* de la crisis en Catalunya, creado por UGT y Avalot, ha permitido ilustrar (y denunciar) algunos de los ERE que afectan a los trabajadores, en especial los de medianas y pequeñas empresas, “trabajadores ocultos” que no aparecen en los medios convencionales.

Las campañas en la Red. Una ofensiva sin precedentes para defender los derechos de los trabajadores ha sido la campaña organizada contra la directiva de las 65 horas aprobada por el Consejo de Ministros de la UE. Los sindicatos han realizado una ardua labor luchando para que los europarlamentarios no votaran a favor de la directiva y denunciando que su aprobación supondría el regreso a unas condiciones laborales del siglo XIX. Junto a las manifestaciones en la calle y a la presión diplomática hacia los europarlamentarios por parte de representantes sindicales, la lucha a través de las ciberacciones ha tenido un papel crucial.

Dos espacios han lanzado, recopilado y organizado toda la ciber campaña: *¿65 horas? ¡Ni de coña!* (que ha conseguido más de 11.000 personas agregadas en el grupo de Facebook y más de 110.000 correos enviados a los eurodiputados) y la desarrollada por la UGT de Cataluña a través de su campaña *hazteelsueco.org* (con 354.000 correos enviados a los eurodiputados) o la “Cause” de Facebook con casi 1.000 participantes.

La iniciativa ha incluido múltiples recursos que rápidamente se han extendido por la Red, imaginativas e innovadoras aplicaciones que se podían integrar en webs y blogs y que permitían sumarse en contra de la directiva. Entre ellas, la más destacable: la posibilidad de sumarse a la manifestación virtual que en una semana consiguió 2.500 participantes.

Frente a la destrucción de derechos laborales, la unión ha sido la respuesta: la unión e interacción de sindicalistas, trabajadores, ciberactivistas, bloggers y ciudadada-



nos. Como destaca José A. Rodríguez, coordinador de la web de la UGT de Catalunya, “se ha configurado un ‘frente’ social y sindical en Internet para combatir ideológicamente la directiva, se ha constituido lo que podría ser la primera campaña de ciber-sindicalismo social porque es la primera que tiene entre sus principales fuentes ‘la sociedad civil’.”

Las redes sociales y las ciberorganizaciones. Desafiando algunas recomendaciones que advierten de los posibles peligros de la acción sindical en la Red, como el uso de los “*data mining*” y las listas negras que pueden dar a determinadas empresas una poderosa herramienta de filtro y control, se multiplican en Internet nuevas expresiones organizativas “sindicales” sin “sindicato”.

Como, por ejemplo, la experiencia de “*Unions 2.0*” en Facebook, grupo de discusión de sindicalistas, trabajadores y activistas sobre nuevas e innovadoras iniciativas y escenarios para la unión de trabajo en la web 2.0, que ha comprendido la capacidad de las redes sociales digitales para aumentar el nivel de implicación directa de los trabajadores o para movilizar seguidores.

La nueva “*Union Island*” de *Second Life*, presentada el pasado Primero de Mayo de 2008, es un proyecto sindical innovador para construir un lugar de encuentro para sindicatos y sindicalistas globales que les permita encontrarse y trabajar conjuntamente en temas comunes de la economía global. La iniciativa aspira también a usar el mundo virtual para hacer llegar las campañas sindicales a nuevas audiencias y facilitar a una nueva generación de activistas *online* la participación en los sindicatos. O las redes de trabajadores informales no sindicalizados, como “*Vía campesina*”, organización de trabajadores rurales, o “*StreetNet*”, alianza internacional de organizaciones de vendedores de la calle que abarca asociaciones o grupos de apoyo de once países.

Una nueva cultura solidaria, de apoyo mutuo, de cooperación e información compartida se extiende en la Red sorteando o superando, en muchos casos, las lógicas organizativas y los métodos de negociación y representación de la tradicional fórmula del representante sindical y del comité de empresa.

En un contexto donde la organización del trabajo es cada vez más flexible, donde “el trabajo es local y el capital global” y donde las empresas y los servicios son cada vez más virtuales y el proceso de trabajo se organiza a distancia, ¿cómo organizar entonces –como ya apuntaba Manuel Castells³ en 1996– a los trabajadores, cuyas condiciones de trabajo, empleo, sueldo y protección social son individualizadas?

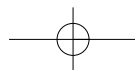
La Red puede permitir ensayar nuevas fórmulas más descentralizadas, abiertas y puntuales para la colaboración más allá de la afiliación y es posible concienciar e implicar a aquellos que, con estructuras más rígidas, se veían excluidos del debate.

4. Recuperar el protagonismo político y público en la sociedad red: de la Internacional al Sindicalismo 2.0

Unos sindicatos renovados en sus lógicas organizativas y comunicativas pueden recuperar el protagonismo político y público, pero no por la gravedad de las crisis,

Unos sindicatos renovados en sus lógicas organizativas y comunicativas pueden recuperar el protagonismo político y público, pero no por la gravedad de las crisis, sino por las oportunidades para un modelo de presencia pública que sepa utilizar las posibilidades de lo digital en este contexto

³ Manuel Castells, “Empleo, trabajo y sindicatos en la nueva economía global”, octubre de 1996.



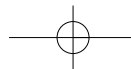
sino por las oportunidades para un modelo de presencia pública que sepa utilizar las posibilidades de lo digital en este contexto.

Las diferentes iniciativas de éxito, que ya se están desarrollando en la Red, permiten repensar el rol de los sindicatos en la sociedad de la información y la comunicación con nuevas garantías y expectativas. Suponen, además, una gran oportunidad para que los sindicatos acometan en profundidad un cambio de estilo y de cultura organizativa que sea capaz de hacerlos evolucionar hacia estructuras más flexibles e innovadoras, como ya lo están haciendo gran parte de las empresas, universidades y otras organizaciones.

Configuran una buena base y marcan un camino a seguir que les puede conectar con otros sectores sociales (más allá de los industriales y los públicos), con las nuevas generaciones y con los emprendedores. Favorecen nuevos contratos de proximidad y de servicio con los trabajadores, abriendo la relación más allá del centro de trabajo y mejoran, en definitiva, la presencia pública y mediática de los sindicatos. Conceptos como acción, redes, compartir, información, participación... están en la base de las tecnologías 2.0. ¿No son éstos valores “fundamentalmente” sindicales? ■

Enlaces referenciados

- **Confederación Europea de Sindicatos (CES)**
<http://www.etuc.org/>
- **Parlamento Europeo**
<http://www.europarl.europa.eu/>
- **Cajera sin futuro**
<http://caissierenofutur.over-blog.com/>
- **Protesta IBM en Second Life**
<http://www.union-network.org/uniwebmasters.nsf/SLIBM?OpenForm>
- **Streik.tv**
<http://www.streik.tv/>
- **Menos tetas y más trabajo**
http://www.ugt.cat/index.php?option=com_content&task=view&id=1313&Itemid=1
http://www.ugt.cat/images/stories/calendari_pirelli_08.pdf
- **Eccoresponsables.com**
<http://www.eccoresponsables.com>
- **DecentWorkCheck.org**
<http://www.decentworkcheck.org>
- **Wageindicator.org**
<http://www.wageindicator.org>
- **TuSalario.es**
<http://www.tusalario.es>
- **Google Maps de la crisis en Catalunya**
<http://www.hazteelsueco.org/crisi/>
- **65 horas ni de coña**
<http://www.netoraton.es/65horas/>
- **Hazteelsueco.org**
<http://www.hazteelsueco.org/>
- **Unions 2.0**
<http://it-it.facebook.com/group.php?gid=6617589981>
- **Union Island**
<http://www.slunionisland.org/>
- **Vía campesina**
<http://www.viacampesina.org>
- **StreetNet**
<http://www.streetnet.org.za>



TDT (Televisión De Todos)

LUIS COSTA
Periodista

Ahora que acabamos de cumplir 25 años de televisión pública catalana, todavía con la sensación de fin de fiesta en el cuerpo, vamos a pensar entre todos, con ayuda de la *Xarxa de Televisions Locals* como actor principal en la película, qué televisión pública catalana tenemos entre manos y cuáles son los retos de futuro.

Vaya por delante que podemos estar satisfechos. Desde aquel histórico miércoles 10 de septiembre de 1983 en que TV3 pusiera en marcha su primera emisión, la televisión pública catalana no ha dejado de crecer en cantidad y calidad. Ahí está ese Canal 33 que vino después para envidia sana de programadores de medio mundo. Y esa *Xarxa de Televisions Locals* (ojo, que ya son 70 entre las de Cataluña, las Islas Baleares y el País Valenciano, que no es tontería), y con la TDT a pleno rendimiento ya. Habrá tiempo para hablar de ello, pero vamos a detenernos un momento en TV3, la más vista y la que más pasiones despierta.

Dos espinosos asuntos persiguen estos días a la cadena: por un lado, el eterno debate entre información y opinión; y por otro, el propuesto por el amigo Sarkozy, a saber, el iniciado sobre la eliminación de la publicidad en la televisión pública. Ambas cuestiones tocan de lleno el que constituye el debate esencial y la preocupación principal de este texto, es decir, la televisión pública que tenemos entre manos.

Como principal medio de comunicación, los informativos televisivos constituyen la piedra de toque. Su independencia es un derecho de todos que, además, dicho sea de paso, subvencionamos todos con nuestros impuestos. Así que constituye un reto fundamental de futuro estimular ese sentimiento de responsabilidad al respecto tan necesario y no siempre presente. Eso debe de estar, sin duda, en primer lugar en la orden del día. Todos sabemos que la línea que separa la información de la opinión es muy fina y que no siempre la duda recae en si ésta se ha cruzado o no, es más bien, probablemente, una cuestión de observar con suficiente criterio y autocrítica si se está trabajando en la buena dirección, si se han puesto en marcha los mecanismos adecuados. Estos días se ha hablado mucho del código deontológico del periodismo y todos sus medios de comunicación en el Foro de Nueva Comunicación, más adelante hablaremos de él, pero que no cese el debate por favor.

Si todo fuera un problema de dinero, como se suele decir..., pero no es el caso. Entrando en ese tema, el económico, la propuesta de Sarkozy, directamente sacada del modelo de la BBC inglesa, pero con un menor coste para los contribuyentes, nos acercaría sin duda a una televisión más independiente y más pública, siempre y cuando viniera acompañada de una reforma del sistema de financiación de ese sector. Y siempre y cuando, básicamente, el mercado publicitario estuviera dispuesto a perder semejante tajada. Pensándolo bien, a lo mejor sí que es verdad que todo se reduce a un tema de pasta. Todo indica que el modelo actual de nuestra televisión pública es, cuando menos, poco sostenible. Con el advenimiento de la TDT y el crecimiento exponencial de la oferta televisiva se hace cada vez más evidente el descenso de los ingresos publicitarios en favor de las cadenas privadas. Además, generar y comprar contenidos vale un dinero.

Siendo honestos y haciendo un ejercicio brutal de sinceridad, habría que preguntarse si realmente tiene cabida una televisión pública a estas alturas de la película. Antes de

Todo indica que el modelo actual de nuestra televisión pública es, cuando menos, poco sostenible. Con el advenimiento de la TDT y el crecimiento exponencial de la oferta televisiva se hace cada vez más evidente el descenso de los ingresos publicitarios en favor de las cadenas privadas

