



— CON VALOR Y — CON VERDAD



#OPINIÓN

La “spotcracia” causó un terrible daño económico a la industria y alejó a las audiencias. ¿Y cómo no, si la producción de los mensajes son patéticos?

NUEVO MODELO, DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

E

l miércoles 20 de marzo de 2024 titulamos esta columna “Ridículo Modelo de Comunicación Política”. Explicamos en este espacio que **los concesionarios no reciben ni un solo centavo por los spots políticos** que tienen que transmitir de manera obligatoria.

Dijimos que **es una vergüenza, porque inhibe el debate, la esgrima mental y la confrontación de las ideas** en las dos mil 302 estaciones de radio y mil 439 canales de televisión.

Porsifuera poco, **monitorean nuestros noticieros, poniendo en entredicho nuestra libertad de expresión** y violando el derecho de que los mexicanos estén más y mejor informados.

Propusimos que **quien ganara las elecciones el 2 de junio de ese año, tenía que enviar una urgente iniciativa para cambiar el estado de las cosas** en los medios electrónicos.

El 26 de septiembre, ya de este año, narré en estas páginas el debate que sostuvimos en el programa #AlCierre, de El Financiero Bloomberg Televisión: **es una gran oportunidad la Reforma Política Electoral que en su momento propondrá, para su discusión, la Presidenta al Congreso.**

Estamos hablando de 52 millones de spots gratuitos

¿Cómo quedarnos callados ante un modelo de comunicación censor? **¿Cómo quedarnos cruzados de brazos los radiodifusores,** con esta fórmula chafa de relación entre los aspirantes a puestos de elección popular y los votantes?

La “spotcracia” causó un terrible daño económico a la industria y alejó a las audiencias. **¿Y cómo no, si la producción de los mensajes son patéticos?** ¿Y qué decir de los debates? **Acartonados, aburridos,** con múltiples candados y sinceramente **inservibles para confrontar ideas.**

Estamos hablando de 52 millones de spots gratuitos. **¡Casi 32 años de tiempo aire!** Con esas ideas en la tv, y con texto aquí, me ofrecí a participar en los foros, si así me lo ordenaba mi industria, que comandan **José Antonio García y Adrián Laris.**

Este miércoles, **Claudia Sheibaum participó en los trabajos de la CIRT** y uno de los puntos centrales de sus reflexiones fue la **invitación que nos hizo para reunirnos con la Comisión para la Reforma Electoral.** Nos abrió las puertas para **revisar el esquema actual de los tiempos oficiales de los partidos políticos durante las campañas electorales.** Es decir, la propia redactora de la iniciativa nos convocó para hablar de la **producción de los spots, su impacto en los medios, la fuerza o nula influencia que tienen, y el daño económico severo que nos provoca** en la industria. **¡Qué gran diferencia! Después de siete años, no se había dado una reunión así.** Más allá del encuentro, entre empresarios y la Comandanta Suprema, **quien saldrá ganando de todo esto serán los millones de televidentes y radioescuchas.**

...

COLOFÓN: +Tres personajes han logrado construir puentes entre Palacio Nacional, la radio y la tv. +Rosa Icela Rodríguez, con quien este reportero ya platicó sobre el terrible daño de la “spotcracia”. +Paulina Silva y Alfonso Brito.

GUSTAVO@GUSARTELECOM.COM.MX /
@GUSTAVORENTERIA