



Expertos y legisladores piden modificar el modelo de comunicación política

LOS CIUDADANOS ESTÁN CANSADOS DE LA SPOTIZA DE LOS PARTIDOS

José Antonio Caporal
jose.caporal66@gmail.com

En el foro 16 del Parlamento Abierto para la reforma electoral se analizó el tema *Asignación y distribución de tiempos oficiales por proceso electoral*.

La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) pidió a la Cámara de Diputados eliminar los tiempos de Estado que se otorgan a partidos políticos y candidatos durante el desarrollo de los procesos electorales y que administra el Instituto Nacional Electoral (INE).

Con la demanda de la CIRT coincidieron expertos y legisladores durante la realización del foro 16 —*Asignación y distribución de tiempos oficiales por proceso electoral*— del Parlamento Abierto para la reforma electoral que se realizó en el Palacio Legislativo de San Lázaro.

En este sentido, expresaron que es necesario modificar el actual modelo de comunicación política que establece la obligación de que

los concesionarios de radio y televisión con señal abierta regalen a los partidos espacios para que transmitan alrededor de 60 millones de *spots* en cada proceso electoral federal.

Tiempos del Estado

Félix Vidal Mena Tamayo, abogado representante de la CIRT, al participar en el Parlamento Abierto destacó que la industria “está comprometida con el país; tiene 100 años de existir y siempre ha estado presente en todos los momentos importantes de la sociedad mexicana en estos años”.

Al referirse al tema que se abordó en el foro 16 el representante de la CIRT comenzó por explicar que el llamado modelo de comunicación

Modelo a debate.





Viene de la
página anterior



Expertos | Basta de spots.

política es un impuesto que “solamente incluye a la radio y la televisión, no así a otros medios”.

Refirió asimismo que a partir de la reforma electoral de 2007 la Constitución obliga a los concesionarios a regalar a los partidos políticos espacios en radio y televisión: “Los concesionarios tenemos que otorgar los tiempos del Estado, que son tiempos gratuitos, a los partidos políticos para que ellos transmitan millones de *spots*. Además, esos millones de *spots* son repetitivos y son excesivos”.

En el actual modelo de comunicación, puntualizó, “ya no importa la calidad de los mensajes: millones y millones de *spots* se incluyen, se transmiten y la verdad es que la gente a veces no pone atención a ellos. De hecho, la CIRT recibe quejas en la Defensoría de las Audiencias donde la gente se queja de la excesiva transmisión de *spots* repetitivos y molestos”.

Por tanto, agregó, “consideramos que este modelo ya fue rebasado; estamos a 15 años de esa reforma de 2007 y los medios de comunicación han cambiado sustancialmente. No podemos seguir pensando en lo que se pretendió regular en aquel entonces. Ahora los medios de comunicación son muy distintos”.

A nombre de la CIRT, Mena Tamayo pidió a la Cámara de Diputados “que se reflexione sobre este modelo de comunicación política, que se revise y

que se permita a la radio y la televisión estar en condiciones similares a otros medios. Que haya piso parejo con los otros medios. Algunos de ellos son extranjeros inclusive y no tienen una regulación, una limitación a la libertad de expresión como tenemos nosotros”.

Finalmente, reflexionó sobre la utilidad de los *spots*: “El tener solo *spots, spots, spots*, creo que no es una forma de comunicar; no es que no sirvan, sí sirven. Nosotros estamos a favor, pero de que los comprendan. Que se comprendan para que sean colocados donde cada personaje, cada candidato o partido quiera ubicarlos de acuerdo con la audiencia a la que quiere llegar, de acuerdo con el número de gente que quiere alcanzar, etcétera. Entonces, creo que los *spots* no son malos, pero hay que hacerlos bien y planearlos de una forma distinta”.

Propuesta

Sandra Edith Alcántara Mejía, asesora de Morena en materia electoral, enumeró a su vez los ejes que contiene la propuesta del presidente Andrés Manuel López Obrador en materia de tiempos del Estado.

“El presidente propone un giro importante al modelo de comunicación política. Primero, que los mensajes no sean de 30 segundos, sino que tengan una duración no menor a un minuto”, comenzó.

“Los *spots* dejaron de llamar la atención y provocar intercambio de ideas”.



Viene de la
página anterior

Detalló que el segundo eje es la reducción de los tiempos: “Actualmente se cuenta con 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión. Lo que propone la iniciativa es que se reduzcan a 30 minutos los tiempos para los partidos y candidaturas independientes”.

Al respecto, indicó: “La reducción en los tiempos pretende crear un ambiente en que la ciudadanía no se sienta invadida por la lluvia de mensajes que se transmiten cada hora y tenga una mejor recepción de las diversas propuestas políticas, así como una mejor continuidad y programación en los medios”.

Otro eje, comentó, propone la reducción de los tiempos fiscales en radio y televisión para periodo no electoral: “El decreto presidencial por el que se reducen los tiempos fiscales no trastoca los tiempos electorales, no hay una afectación a partidos políticos en la contienda electoral. Es por ello que la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) validó la reducción de los tiempos fiscales, toda vez que la Constitución hace una distinción entre tiempos fiscales para periodo electoral y para periodo no electoral”.

Añadió: “Esta reducción es una forma de apoyar a las concesionarias de radio y televisión, las cuales son fundamentales porque son medios masivos de información por excelencia. En este sentido, reducir el tiempo ordinario permite la difusión de contenido de entretenimiento, ya que frecuentemente después de un proceso electoral los ciudadanos llegan a encontrarse cansados de la publicidad de los diferentes partidos políticos, derivado de la llamada *spotización*”.

Y afirmó Alcántara Mejía: “El modelo de comunicación política que actualmente nos rige considero que es perfectible”.

Libertad

Carlos Alberto Puente, coordinador del PVEM en la Cámara de Diputados, pidió a los participantes en los foros, a los expertos y a los legisladores reflexionar sobre el tema de la *spotiza*: ¿Cómo le pueden servir los tiempos oficiales a los mexicanos? ¿De qué le sirven los millones de *spots*? ¿Realmente funcionan o no?

El legislador del Partido Verde exhortó a los participantes a debatir ideas y no limitarse a criticar: “Yo lamento, y lo digo de frente, tiro la piedra sin esconder la mano, que vengan panelistas a denostar la iniciativa del titular del Ejecutivo y que además calumnien

La spotiza en 2021

Procesos electorales federal y 32 locales concurrentes

- 166 días de difusión de *spots* en periodos de precampaña, intercampaña y campaña.
- 55.4 millones de *spots* transmitidos.
- Mil 431 emisoras del país: dos mil 60 estaciones de radio y mil 371 canales de televisión, obligadas a transmitir los *spots* de los partidos.

a los medios de comunicación. No comparto la afirmación de que devolverle los tiempos del Estado a los medios de comunicación sea un regalo a los concesionarios. Decir que el presidente le quiere dar un regalo a los medios al devolverles sus tiempos no es cierto”.

Para el coordinador del PVEM está claro que se deben buscar fórmulas para replantear todo el modelo de comunicación: “¿Cómo podemos hacer para que ese tiempo que hay y que se destina sea verdaderamente atractivo y le sirva al electorado, a los mexicanos, para poder decidir?”

Mena Tamayo dio respuesta a Puente: “Se preguntaba cuál podría ser el modelo de comunicación política que realmente aporte a la comunicación. Pues creo que el modelo debe estar enfocado a la libertad, a la plena libertad, la libertad de expresión, libertad de difundir ideas y de que todos los medios podamos difundir ideas”.

Añadió el representante de la CIRT: “Lo digo porque la regulación actual en materia de comunicación política nos pone a la radio y a la televisión en una situación realmente desesperante. Por ejemplo, cuando los funcionarios hablan de temas políticos en periodos electorales nosotros debemos convertirnos en censores de los servidores públicos. Y no tenemos que ser censores del gobierno, de los diputados, de los candidatos y de los partidos políticos por el temor de que el INE inicie procedimientos de sanción en nuestra contra”.

Por otro lado, Mena reiteró que los concesionarios, al igual que muchos expertos y la ciudadanía, consideran que sí deberían desaparecer los *spots* tal como se transmiten actualmente, “al menos en la cantidad que hay”.

El presidente de la Junta de Coordinación Política de la Cámara de Diputados, Rubén Moreira, dijo finalmente que toma nota de que “a juicio de muchos los *spots* han dejado de tener la utilidad de llamar la atención del ciudadano y de provocar un intercambio de ideas”. **V**

“El modelo de comunicación política debe enfocarse a la libertad plena”.