

— **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**



El 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.

Por si fuera 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 Político Electoral que en su momento propondrá, para su discusión, la Presidenta al Congreso.**

¿Cómo quedamos 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 Larís.**

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](https://www.instagram.com/GUSTAVORENTERIA)

**Estamos
hablando de
52 millones de
spots gratuitos**

