



## Tiempo al aire Miguel Alemán V.

19 de septiembre de 2007

Los medios electrónicos y los políticos viven de lo que percibe el ciudadano a cada instante. Corría el año de 1935 cuando el ingeniero Javier Stavoli hacía pruebas de televisión para “propaganda y difusión cultural” del Partido Nacional Revolucionario.

En 1947 el presidente Miguel Alemán Valdés encomendó a Guillermo González Camarena y a Salvador Novo comparar los sistemas de televisión en Europa y en EU; mientras Novo recomendaba el monopolio de Estado de la BBC, González Camarena consideraba favorable el modelo estadounidense de concesión para uso comercial.

Así, se otorgaron concesiones a los canales 4 (1949), 5 (1950), 2 (1951) y al 11 (1959) como permisionario. La Ley Federal de Radio y Televisión definió esta actividad como un servicio de “interés público” concesionado para uso comercial. En 1963 el reglamento estableció hasta 18% de tiempo al aire para venta de publicidad, supervisado por la Secretaría de Gobernación. En 1968 inician operaciones el canal 8 y el canal 13.

En ese año Marshall McLuhan en Acapulco definía las teorías de la nueva era de la imagen, el medio y el mensaje. Tiempo después, el presidente Díaz Ordaz concedió su primera entrevista en vivo para la televisión. Entonces los concesionarios, reunidos con el secretario de Hacienda, Antonio Ortiz Mena, acordamos el pago de un impuesto en especie de 12.5% del tiempo (180 minutos diarios) para uso del gobierno federal.

Más que una carga fiscal fue un acuerdo político, que dio espacio a las estrategias de comunicación gubernamental, mientras que respetaba los contenidos editoriales de los noticieros. Así se logró un equilibrio en la relación durante 33 años. Se amplió la cobertura, se introdujo la televisión a color, los servicios por cable y vía satélite, y se consolidó la televisión mexicana como líder mundial en la producción de diversas formas de entretenimiento.

En el año 2002 ese impuesto fue sustituido, sorpresivamente, por un porcentaje de 1.25%, una décima parte (18 minutos diarios en televisión y 35 minutos diarios en radio, no acumulables), con el compromiso de transmisiones en mejores horarios. También se aumentó la duración de la concesión de tres a 20 años. Ello significó la reducción relativa del equilibrio de poder logrado, y su consecuencia la vivimos en las polémicas elecciones de 2006.

En mi libro *Las finanzas de la política* (1995) expuse: “Las riquezas o el dinero siempre han estado vinculados en forma perniciosa a la lucha por el poder... El dilema del uso de los medios, propaganda o noticia. La comunicación electrónica e impresa es fundamental para las actividades político-electorales. El establecimiento de una obligación de transmitir los mensajes políticos de los partidos atenta contra la libertad de expresión, el eje fundamental del periodismo impreso y electrónico. El uso de redes cibernéticas, así como otras nuevas tecnologías, carecen de un marco regulatorio que permita su uso adecuado en la promoción política”.

Las recientes reformas a la legislación electoral suponen una redefinición del papel de la radio y la televisión en la difusión de la oferta política de los partidos, regulada a través del IFE, sin restringir el uso de internet o los mensajes de texto telefónicos para fines electorales. Independientemente de la positiva reducción del gasto electoral, los partidos tendrán que recuperar el espacio cedido a los medios y diseñar estrategias novedosas de interlocución directa con la sociedad. Aún pasará mucho tiempo al aire antes de lograr un nuevo equilibrio.

### **Después del pozo ahogado... ¿tapar al niño?**

Tuvo más consecuencias contar los spots que los votos.

articulo@alemanvelasco.org

Político, escritor y periodista