

Indicador Político

Jueves 18 de Septiembre, 2014

Carlos Ramírez



**TV: información
como poder político**

Lo más significativo del proceso de licitación de dos nuevas **cadenas** de televisión radica en la lista casi oficial de licitantes: la mayoría de los aspirantes provienen del área de la **información** política.

Sin embargo, la información es apenas **una** de las tres funciones de la televisión; las otras dos son: entretenimiento y mercadeo.

Por tanto, la licitación de nuevas cadenas de televisión estarían enfocándose hacia la información como **poder** político-empresarial, aunque sin entender que los noticieros o la información de las actuales cadenas —Televisa y TV Azteca— en realidad representan un poder **menor** al que le dan el mercadeo y el entretenimiento.

El enfoque de información de las televisoras actuales y el que viene se basaría en el **modelo** actual: la imagen y los noticieros informativos como una demostración de **fuerza** política para los intereses de sus propietarios. Los noticieros nocturnos de las televisoras en realidad **carecen** de fuerza política para imponer aunque contienen elementos para **subordinar** a los actores políticos.

Además, el poder de la imagen de televisión ya **no** será como antes por las nuevas reglas electorales del Instituto Nacional Electoral para **controlar** la propaganda disfrazada de entrevista o de comentario. Por tanto, la **influencia** política de la información televisada podría ser **menor** a la actual.

En los aspirantes a las dos cadenas hay **operadores** de información: Olegario **Vázquez** Raña como dueño de *Excelsior* y ya con dos canales televisivos, Francisco **Aguirre** con su experiencia antigua en Canal 13 y dueño de Radio Centro, Luis y Anuar **Maccise** como dueños de medios de comunicación en el Estado de México y ahora metidos en *El País* junto con el empresario transportista Roberto Alcántara, y Manuel **Arroyo** ahora dueño de *El Financiero* y representante transnacional de los intereses financieros de Bloomberg.

La nueva **irrupción** de la información periodística y política en el mercado de la televisión estaría reactivando el viejo modelo Azcárraga Milmo en el que las televisoras buscan **controlar** la política a través del manejo comercial de la imagen. Los empresarios periodísticos que quieren la televisión han operado sus medios hasta ahora de manera **funcional** a las políticas institucionales, sin una autonomía crítica real y a veces ni formal.

Si la información por televisión es **poder**, en realidad lo sería en función de lo que **no** hace y no por lo que hace. La reciente reforma a las telecomunicaciones evidenció que el poder de las televisoras —con todo y su **telebancada**— fue más etéreo que real porque las reformas salieron. Y hasta ahora, las televisoras han usado la información para **sumarse** al poder institucional —con el PAN y el PRI y seguramente que con el PRD— y **no** para encabezar rebeliones informativas o representar un poder social.

De ahí el **riesgo** que existe con la asignación de cadenas de televisión a emporios informativos impresos, radiales o por internet en **nada** contribuirá a una democratización de la televisión como medio de comunicación de masas y sí **aumentará** los factores de presión informativa para el reparto del pastel publicitario.

En todo caso, el desafío con las nuevas cadenas estará en la posibilidad **remota** de producciones de alta calidad —como la BBC de Londres y algunas estadounidenses como PBS— pero habrá más bien la **configuración** de un nuevo poder político informativo por televisión que siga distorsionando las posibilidades de democratización de los medios electrónicos.

Si de veras el gobierno federal tiene la intención de **modernizar** la televisión, entonces habrá de tener cuidado en concesionar las nuevas cadenas a grupos que operan **poderes** informativos, pues con lo que hacen Televisa y TV Azteca es más que suficiente.

*<http://noticiatransicion.mx>
carlosramirez@hotmial.com
@carlosramirez*