

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

CONTENIDO

I. Sociedad democrática y Medios de comunicación	70
II. Herencia y renovación	71
III. El marco jurídico	72
IV. Las promesas comunicativas del oficialismo	75
V. El “primer piso” de la <i>Cuarta Transformación</i>	75
La antítesis comercial	76
Los nuevos “soldados mediáticos”	76
Directrices noticiosas “a modo”	77
Series o mensajes propagandistas	78
Linchamientos informativos selectos	79
VI. La historia se repitió: no superaron la “prueba de fuego” democrática	80
VII. ¿Qué pierde la sociedad mexicana sin comunicación de servicio público?	81
VIII. Hacia el segundo piso comunicativo de la 4-T	85
IX. ¿Qué hacer?	86
Crear verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público	86
¡No más “soldados mediáticos”!	86
La misión de los medios de comunicación de Estado	87
X. Documentación consultada	88
Libros, revistas y documentos	88
Hemerografía	90

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

I. SOCIEDAD DEMOCRÁTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La existencia de una sociedad democrática exige la presencia de dinámicas de información libre que fundamenten su esencia liberal; de lo contrario no se puede edificar la democracia, sino lo que se construye es la autocracia. Por ello, una función medular que les corresponde ejercer a los medios de comunicación colectivos, privados y públicos, en un régimen democrático es operar como contrapesos comunicativos frente al sistema de poder establecido para realizar observaciones analíticas correctivas y, de ser necesario, críticas, con objeto de vigilar la pulcritud y eficiencia del proceso de gobernabilidad nacional.

En este sentido

[...] la gran función de los medios de comunicación en las sociedades democráticas es la permanente auditoría, la crítica constante, el implacable análisis de cuanto acontece, especialmente en el sector público. Nunca es excesiva la crítica. Nunca sobra una señal de aleita, aunque a veces pueda ser injusta o parezca excesiva. Los medios de comunicación tienen la tarea con su ojo avizor, de impedir que el régimen democrático se corrompa por la natural tendencia de los seres humanos a manejar los bienes ajenos como si fueran propios. (Montaner, 2019: p.500).

La consolidación de un régimen liberal democrático demanda como requisito indispensable la acción rigurosa de medios de comunicación libres que desplieguen una tarea vigilante sobre el desempeño de los sectores gubernamentales, pues sin análisis objetivo responsable, no puede generarse progreso, ya que se aterriza en la soberbia política que produce ceguera y estancamiento social.

Por ello, la tarea medular de los medios de difusión dentro de un sistema democrático es informar de la forma más objetiva, independiente, veraz, imparcial, equilibrada y oportuna sobre los acontecimientos que ocurren en la sociedad. Su misión no es quedar bien con el poder, o “portarse bien” con el presidente o con los funcionarios gubernamentales, o legitimar a las grandes empresas, o producir un “lavado de imagen”, o congraciarse con cualquier tipo de supremacía establecida; su labor es notificar ampliamente a los ciudadanos sobre toda la gama de sucesos acontecidos para que estos tomen conciencia sobre los mismos y sepan cómo actuar.

De esta forma, el hecho de que los canales masivos de comunicación privados desempeñen una tarea fiscalizadora para alertar sobre fallas o insuficiencias de una administración pública, no significa de ninguna manera que formen parte de la “mafia del poder”, ni que sean instituciones “reaccionarias”, “conservadoras” o “traidoras de la patria”. Tal acción no representa desestabilizar, conspirar o boicó-

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

tear al régimen en turno, sino colaborar a encausar mejor su desempeño global al señalan a través de la investigación profesional crítica los errores, abusos, desviaciones o limitaciones en que incurre y que debe superar para ser más eficaz.

De aquí la enorme importancia de examinar rigurosamente si los medios públicos de comunicación de Estado cumplen con una función de servicio público en México o se desempeñan como aparatos de propaganda gubernamental degenerando su naturaleza institucional.

II. HERENCIA Y RENOVACIÓN

La herencia de comunicación política recibida de finales del siglo XX y principios de siglo XXI sobre los canales de comunicación públicos en México se caracterizó por que durante todo ese prolongado lapso dichas instituciones informativas no actuaron como medios de información de Estado, sino durante las siete décadas de gobierno del PRI y los dos sexenios de administración del PAN, operaron como instrumentos oficialistas subordinadas al sistema de poder en turno.

Sin embargo, pese a la transmisión de esta inercia político-comunicativa, es fundamental considerar que si durante los gobiernos priistas y panistas, los medios de comunicación públicos funcionaron como infraestructuras narrativas de legitimación del modelo de poder vigente, dañando la civilidad del país, eso no justifica de ninguna forma que el gobierno de la *Cuarta Transformación Histórica* prolongue tal legado perjudicial para utilizarlos como herramientas de propaganda con el fin de cimentar ahora a la administración de la izquierda nacionalista, pues eso sería repetir los mismos vicios decadentes del viejo régimen que la nueva administración de la izquierda nacionalista prometió profusamente que serían ampliamente superados para construir otro proyecto de comunicación pública superior que favoreciera a la sociedad.

Por ello, la sucesión de dicho legado de comunicación política oficialista de los regímenes precedentes no puede justificar en ningún sentido que durante la gestión de la *Cuarta Transformación* los medios públicos continúen desempeñándose como herramientas propagandistas del gobierno *lopezobradorista* y no como medios de difusión de Estado de servicio público. Al contrario, las promesas restauradoras del régimen de la “*Esperanza del Cambio*” sobre tal realidad, fueron que estas entidades superarían las anomalías arrastradas de las jefaturas anteriores y actuarían como canales de comunicación de Estado para beneficiar a la nación. Continuar aplicando tal sucesión político-comunicativa implicaría perpetuar las mismas lacras del pasado, pero ahora disfrazadas de “democráticas”, “renovadoras”, “justiciables”, “culturales”, “aperturistas” y “diferentes”, lo cual no reflejaría la gestación de una nueva transformación del país, sino el silencioso retroceso de la República a etapas añejas decadentes.

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

III. EL MARCO JURÍDICO

Dentro del marco histórico de transformación de México, la dimensión jurídica para la conceptualización de los medios de comunicación de Estado de servicio público permaneció muy gelatinosa e imprecisa, pues hasta el momento el gobierno morenista no ha creado la *Ley de Medios Públicos* que prometió realizar para delimitar con precisión normativa su misión, realidad y funciones.

Pese a este gran vacío jurídico fundamental existen cinco directrices fundamentales paralelas que en conjunto son la única brújula que se tiene para guiarse en materia de comunicación de servicio público. Tal marco está conformado por los postulados que formula la *Constitución Política Mexicana*; el *Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los Artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* en materia de telecomunicaciones; la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*; la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*, y los *Criterios para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR)*, entre otras.

Así, la *Constitución Política Mexicana* plantea en el Artículo 10° Transitorio que

[...] los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberán contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales (*Constitución Política Mexicana*, 2023; p. 266).

De igual forma, siguiendo esta perspectiva el Artículo 10° Transitorio del *Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los Artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, en *Materia de Telecomunicaciones* del año 2013, volvió a acentuar que

[...] los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberán contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales (2013; p. 11).

Complementariamente, el Artículo 2° la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* de 2014 señala que

[...] las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general. En la prestación de dichos servicios estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el gé-

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

nero, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. El Estado, al ejercer la rectoría en la materia, protegerá la seguridad y la soberanía de la nación y garantizará la eficiente prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y para tales efectos establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de tales servicios (2021: pp. 1 y 2).

El Artículo 86° de la misma regulación determina que los concesionarios de radiodifusión están obligados a

[...] precisar los mecanismos para asegurar la independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales. (Ley Federal de Telecomunicaciones..., 2021: p. 43).

De igual forma, el Artículo 222° precisó que

[...] el derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la *Constitución*, los tratados internacionales y las leyes aplicables. (Ley Federal de Telecomunicaciones..., 2021: p. 94).

Apoyando lo anterior la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano* de 2014 delimitó en su Artículo 1° que

[...] se crea el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, denominado *Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, así como de autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión que tiene por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades federativas a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, independencia editorial y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad (2022: p. 1).

Sumado a esta trayectoria, el Artículo 7°, fracción II, manifiesta que el *Sistema* tendrá como principios rectores “el compromiso ético con la información objetiva, veraz y plural, que se deberá ajustar plenamente al criterio de independencia profesional y al pluralismo político, social y cultural del país” (Ley

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

del Sistema Público , 2022: p. 3). El Artículo 11º, fracción XII, confirma que deberá “llevar a cabo todas las acciones necesarias para el cumplimiento satisfactorio de los principios y fines de los medios públicos de radiodifusión” (p. 5). Por último, en el Artículo 15º, fracción II, se enuncia que la institución debe “fomentar entre los medios públicos de radiodifusión el cabal cumplimiento de las normas que regulan su actividad, así como de los actos y resoluciones que emitan las autoridades administrativas competentes” (p. 6).

Finalmente, el inciso 4º de los *Criterios para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva del SPR* de 2015 mandata que la información que difundan los medios públicos deberá garantizar la independencia editorial. Por ello,

[...] un valor fundamental del servicio público en los medios consiste en llevar a cabo sus labores de comunicación con independencia de los intereses particulares, políticos y económicos de funcionarios y de gobiernos locales, estatales o federales. Las audiencias de los medios públicos deben poder percibir y tener la certeza de que las decisiones editoriales no son influidas de ninguna manera por alguna entidad política, social o comercial. Asimismo, el medio público y su equipo editorial deberán contar con algún mecanismo que les permita actuar y defenderse de las posibles injerencias de funcionarios o instituciones que pretendieran intervenir o manipular la dirección de los contenidos y de las políticas editoriales. Una figura independiente, como el consejo ciudadano o la figura de algún tipo de ombudsman o defensor de audiencias, permitiría ventilar este tipo de injerencias y otorgar herramientas a los editores para contrarrestarlas, en su caso (2015: p. 3).

Por consiguiente, pese a que aún no se cuenta con una legislación amplia que defina con mayor exactitud la esencia y actuación de los canales públicos ante la sociedad, las normatividades generales anteriores sí contribuyeron a delimitar algunas directrices cardinales que deben observar todas estas instituciones y que en conjunto señalan que los medios de difusión de Estado deben cumplir con el ejercicio de una comunicación de servicio público caracterizada por no ser propaganda oficialista. En otras palabras, pese a no existir un marco normativo *ad hoc* para reglamentar la naturaleza y funcionamiento de los medios de comunicación de Estado en México, debido a las pautas jurídicas paralelas estos quedaron obligados a cumplir con las bases de independencia, equilibrio, objetividad, equidad, pluralidad, ética, neutralidad, legalidad, transparencia, etc., que caracterizan su esencia.

Sintetizando, aunque hoy día todavía existan lagunas jurídicas sobre la naturaleza de la comunicación pública, con el seguimiento riguroso del cumplimiento de dichas normas fundamentales paralelas se podrá evaluar si un medio de comunicación de Estado obedece a su misión institucional o no, si son instrumentos de servicio público o son herramientas subordinadas para legitimar la estructura de poder establecido.

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

75

IV. LAS PROMESAS COMUNICATIVAS DEL OFICIALISMO

Considerando el contexto jurídico amplio establecido sobre los medios de comunicación de Estado, el nuevo régimen de la *Cuarta Transformación* histórica anunció que se realizaría un profundo cambio en el modelo de medios de comunicación de Estado de servicio público para evitar que estos continuaran operando como canales oficialistas del sistema de poder en turno. Para ello, las autoridades establecieron diversos cimientos fundacionales de operación como fueron cumplir con la independencia, objetividad, neutralidad, equidad, pluralidad, equilibrio, ética, legalidad, transparencia, etc., que debían caracterizar el desempeño del prototipo de servicio público en el proyecto morenista. Tales principios fueron el marco de funcionamiento institucional que quedaron obligados a seguir el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), Canal 14, Canal 11, Canal 22, TV Capital 21 de la CDMX, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER, organismo descentralizado de la Administración Pública Federal no sectorizado), Radio Educación (emisora cultural), Radio Altavoz (SPREM) (los medios públicos tienen..., 2022) y todos los diversos medios de gobierno de las entidades de la República Mexicana.

Así, el presidente Andrés Manuel López Obrador señaló que se crearía un sistema de medios públicos con “una orientación editorial que tuviera como propósito informar con objetividad, con profesionalismo y con independencia” (López Obrador-A., 2019). En la doctrina del *Proyecto de Nación 2018-2024* se formuló que sería una obligación del nuevo sistema político “transparentar todo tipo de publicidad gubernamental en los canales de comunicación” (2017: p. 45). En la “Declaración de Principios” de Morena se asumió que se debía “contrarrestar toda la propaganda manipuladora y luchar por hacer valer el derecho a la información veraz” (López Obrador-B, 2013: p. 4); y otros planteamientos cardinales más.

Con este marco de principios regulatorios quedó orientado el funcionamiento de los medios públicos durante la administración del gobierno morenista del “cambio histórico”.

V. EL “PRIMER PISO” DE LA CUARTA TRANSFORMACIÓN

Observando las directrices fundamentales sobre la misión de los medios de comunicación de Estado bajo el gobierno de la *Cuarta Transformación*, el modelo de información de estos operó diferenciadamente bajo dos mecánicas básicas de difusión, las cuales se mezclaron dinámicamente según las urgencias coyunturales del momento político: la fase de la “diferenciación ante los medios comerciales”, y la fase de la “legitimación ideológica del régimen vigente”.

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

76

La antítesis comercial

En un primer momento, en la etapa de “diferenciación frente a los medios comerciales”, los canales de Estado sí respetaron la legislación básica sobre la comunicación de servicio público y se distinguieron parcialmente por transmitir con buena calidad, originalidad y empeño meritorio, múltiples flujos de mensajes de carácter educativo, cultural, informativo y de entretenimiento. Dicha programación se concretó a través de la realización de valiosas mesas de opinión, segmentos educativos pertinentes, películas novedosas, cápsulas sobre el discurso oficial, musicales exitosos, capítulos culturales, noticiarios sistemáticos, miniseries, caricaturas divertidas, conciertos del momento, programas para jóvenes, documentales históricos, revistas hogareñas atractivas, divulgación científica interesante, comedias, orientación relevante para la tercera edad, clases de idiomas, reportajes con especialistas, transmisiones deportivas, piezas de debate oportuno, música de barrio, teleeducación emergente, historias de vida, orientación sexual pertinente, cine de arte, fiestas cívicas tradicionales, rescate de memoria local, etc. (Cueva, 2023: p. 44), que intentaron desempeñarse como destacados espacios informativos diferentes a los del modelo de difusión mercantil.

Mediante esta relevante acción los medios públicos aportaron elementos muy valiosos para nutrir el modelo “culturalista” y “educativo” de la comunicación de Estado en México.

Los nuevos “soldados mediáticos”

Sin embargo, en un segundo momento, al tener que definir informativamente la posición que adoptarían ante los conflictos económicos, políticos y sociales del país, los medios públicos abandonaron su comportamiento “culturalista” y corrieron ideológicamente su identidad hacia el oficialismo, con objeto de legitimar narrativamente al sistema de gobernabilidad imperante. De esta manera, pese al establecimiento de importantes normatividades constitucionales sobre la comunicación de servicio público, los medios de difusión de Estado no pudieron mantener su autonomía, neutralidad, equilibrio y equidad, sucumbiendo ante las presiones impuestas por las fuerzas del poder estatal establecido, entrando en una fase de legitimación del sistema de gobernabilidad reinante. En los períodos cruciales para determinar la orientación medular de la política nacional, los canales públicos abandonaron su raquítica función de comunicación de servicio público y se transmutaron intensa e ilegalmente en “una sola voz propagandista” del oficialismo que los convirtió en mecanismos publicitarios del régimen, hasta devenir en los nuevos “soldados mediáticos” de la *Cuarta Transformación*.

Por consiguiente, violando tales normatividades sin el ejercicio de un análisis crítico de los hechos y cimentado en el argumento del ejercicio de la “libertad editorial”, se implementó en los canales

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

públicos una práctica persuasiva oficialista para cobijar las políticas de gobernabilidad del sistema político morenista, a través de noticiarios, entrevistas selectivas, transmisiones remotas, programas “especiales”, cápsulas políticas, “revistas culturales”, publicidad institucional, crónicas *a modo*, insertos informativos coyunturales, parodias irónicas, producciones audiovisuales excepcionales, reportajes gubernamentales exclusivos, etcétera.

Tal paradigma de la comunicación política gubernamental para edificar el proyecto de reconstrucción del país se diseñó bajo la estrategia emisora del “nado sincronizado” que alineó uniforme, acrítica y simultáneamente el funcionamiento proselitista de los medios de comunicación de Estado de servicio público alrededor de una misma dirección perceptiva y emocional con el fin de fortalecer una idéntica causa, mentalidad, situación, personaje, movimiento, partido, proyecto, lineamiento, sentimiento, etc. favorable al gobierno en turno.

El hecho real contundente fue que la acción de difusión estatal de los medios públicos durante el gobierno morenista fue que estos actuaron como aparatos ideológicos de la *Cuarta Transformación* y no como instituciones de comunicación al servicio de la sociedad.

Dichas políticas de comunicación se estructuraron bajo las siguientes tres tácticas diferenciadas de persuasión colectiva para construir la nueva hegemonía ideológica morenista: elaboración de “directrices noticiosas *a modo*”, creación de “series o programas propagandistas especiales”, y aplicación de “linchamientos informativos selectos”.

Directrices noticiosas “a modo”

En cuanto las tácticas de crear “directrices noticiosas *a modo*” para legitimar al sistema imperante, la radiodifusión pública del Estado mexicano difundió posicionamientos muy puntuales para respaldar las principales políticas del régimen de la “*Cuarta Transformación*”. Así, por ejemplo, en 2019 la red masiva de información pública morenista sostuvo que era conveniente la cancelación del nuevo aeropuerto en la Ciudad de México por calificar que correspondía a un proyecto dependiente de la “mafia del poder”. Durante 2021 realizó el respaldo periodístico-audiovisual para sostener la consulta popular contra el “Juicio a los Expresidentes” de la República; la amplia justificación de la construcción de las tres obras insignes del sexenio: el aeropuerto de “Santa Lucía”, en el Estado de México; la refinería de Dos Bocas, en Tabasco, y el Tren Maya, en el Sureste del territorio nacional. Durante 2022 legitimó el proceso de “revocación de mandato” y devaluó la protesta ciudadana para defender la democracia y la actuación autónoma del Instituto Nacional Electoral (INE). En 2023 desprecio la enorme manifestación civil del 26 de enero de 2023 contra el *Plan B* presidencial; impulsó ideológicamente el festejo del

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

aniversario del quinto año de gobierno de AMLO; exaltó la celebración de la marcha de los *amlovers* del 21 de marzo contra la Suprema Corte de Justicia de la Nación por suspender la reforma electoral del Poder Ejecutivo; normalizó la crítica a los magistrados del Supremo Tribunal de Justicia ocasionado por la cancelación de la totalidad del *Plan B*; apadrinó incondicionalmente la dinámica burocrática y el contenido errático de los nuevos libros de texto gratuitos de la Secretaría de Educación Pública; potenció electoralmente la figura de los diversos candidatos morenistas (“corcholatas”) a la presidencia de la República en el 2024, especialmente de la Dra. Claudia Sheinbaum (Juárez, 2023); desdeñó la lección de Xóchitl Gálvez Ruiz como candidata de la oposición a la jefatura del Gobierno Federal; estimuló la elección de ministros, magistrados y jueces del Poder Judicial de la Federación a través del voto popular (Olivares, 2024: p. 5); etcétera.

De esta forma, abandonando su misión de independencia e imparcialidad el rol informativo de la radio y la tv pública, así como algunos periódicos progobiernistas favorecieron abierta, acrítica y unilateralmente los posicionamientos centrales de la *Cuarta Transformación* para la legitimación de la administración *lopezobradorista*.

Series o mensajes propagandistas

Paralelamente, en la nueva fase de transmitir “series o mensajes propagandistas” se introdujeron programas de parodia, revista de entretenimiento, humor, sátira política, comedia y de opinión política cuya mayor parte de sus contenidos se orientaron a entrevistar selectivamente a personas proclives a justificar las acciones del gobierno de la izquierda morenista. Ejemplo de ello fueron los espacios audiovisuales *Me canso ganzo* (Israde, 2019), *John y Sabina*, *La maroma estelar* (Monterrosas, 2019), *De Buena Fe* (Monterrosas, 2019), *Chamuco TV* (El show de la 4 T ..., 2019), *Operación Mamut* (El Once estrena, 2023), y otros más, que cedieron la posición informativa neutral, meridiana y objetiva que deben mantener los medios de comunicación de Estado para encaminarse a perpetrar un claro proselitismo político con recursos públicos. En estos espacios

[...] catalogados como contenidos de “análisis y opinión”, predominaron los temas de la agenda del presidente López Obrador y de los funcionarios de su gobierno. Fue constante la ausencia de discusión crítica sobre las acciones y políticas gubernamentales. En ellos existió una constante descalificación a quienes los conductores, lo mismo que algunos de sus invitados, consideraron que eran críticos del gobierno, y también hacia quienes expresaron inconformidad con esos contenidos (Ortega Ramírez, 2021: p. 131).

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

Linchamientos informativos selectos

Finalmente, sobre la táctica de generar “linchamientos informativos selectos” se crearon

[...] piezas en video dedicadas a denostar a los ciudadanos cuya posición político-ideológica era opuesta a la del presidente o cubriendo de calificativos negativos a los ministros de la Suprema Corte que invalidaron la primera parte del *Plan B* electoral de la Presidencia de la República. Situación ideologizante que colaboró a que su programación cada vez se pareciera más a las emisiones del programa *Aló, Presidente* que la televisión oficial venezolana difundió en tiempos de Hugo Chávez y a la cobertura en medios públicos de la era de Nicolás Maduro (Como en las dictaduras , 2022).

Uno de los aspectos más claros de esta maniobra de ejecuciones ideológicas se amparó en una supuesta “libertad de expresión” y en el ejercicio de una política editorial autónoma del emisor, para realizar, por ejemplo, la transmisión inaudita en Canal 11 de segmentos televisivos denominados “Mujer, casos de la Piña Real” en el programa *El Mamut*. Tal acción fue un espacio sin precedente en la televisión pública, pues su núcleo discursivo giró alrededor de juicios hirientes, descalificadores, ridiculizadores, e incluso vejatorios sobre la figura de la ministra Norma Lucía Piña, presidenta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, expuesto en un momento político caracterizado por una gran polarización generada por AMLO y sus seguidores (Calderón, 2023).

Mediante dicha triple estrategia amplia de difusión en sus dos niveles de implementación especialmente en su fase de proselitismo ideológico, los canales de comunicación de Estado de servicio público colaboraron a crear en la conciencia de la población otro “sentido común” colectivo legitimador cuyo corazón conceptual inyectó como contenido esencial la filosofía *lopezobradorista* en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Tal nuevo “sentido común” funcionó como el cemento cerebral y sensitivo para articular ideológicamente la consolidación político-ideológico-emocional de la “revolución de las conciencias” de los ciudadanos en todas las esferas cotidianas de consolidación de la *Cuarta Transformación*.

Este comportamiento mediático convirtió a los canales de Estado en los nuevos “medios *chayoteros*” que actuaron como los fieles “soldados mediáticos” al servicio del proyecto de gobernabilidad de la regencia de la “Esperanza del Cambio”. Con ello, los medios públicos dejaron de ser públicos, de todos los ciudadanos, de toda la sociedad, para informar plural e imparcialmente sobre los hechos que acontecían en todo el país; y se tornaron en apéndices ideológicos “a modo” para apadrinar al régimen de la “Renovación Nacional” y sus aliados políticos (Marcha de AMLO, 2022).

Algunas excepciones institucionales de comunicación pública que no se incorporaron a esta estrategia afiliacionista unilateral del poder político en turno fueron el *Canal de Televisión del Congreso de la Unión*

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

y el *Canal de Televisión de la Suprema Corte de Justicia de la Nación* que respetaron sus lineamientos institucionales de autonomía de la comunicación de Estado de servicio público.

VI. LA HISTORIA SE REPITIÓ: NO SUPERARON LA “PRUEBA DE FUEGO” DEMOCRÁTICA

Con el abandono de su función medular de servicio público los canales federales cruzaron la delgada línea que separaba los límites entre desempeñar su labor social con independencia, neutralidad y transparencia editorial, convirtiéndose abiertamente en espacios proselitistas de la *Cuarta Transformación* (Esteinou-B, 2023: pp. 85-100). No se puede sostener que las “coberturas informativas especiales” implementadas por los medios de Estado sobre los principales eventos de la política nacional fueran iniciativas de interés público o correspondieron a un proyecto para informar a las audiencias, pues los medios de difusión se dedican constantemente a notificar sobre esos y otros acontecimientos. Por consiguiente, la conducta ejecutada por los medios públicos de Estado ante los sucesos más relevantes de la República fueron actos de propaganda y de transmisión acrítica sobre los hechos convocados, organizados y auspiciados por el gobierno federal y sus seguidores, sin independencia editorial de la directriz oficialista, sin equilibrio informativo, sin pluralidad de voces, sin diversidad de opiniones, en síntesis, totalmente parciales (Bravo, 2022).

Así, el régimen morenista dilapidó años de trabajo a favor de la creación de un sistema de medios electrónicos auténticamente de Estado en la República, sacrificando uno de los principios más importantes de la comunicación de servicio público que era conservar su independencia y objetividad editorial, ocasionando un retroceso histórico muy significativo para la democracia nacional (Bravo, 2022).

De esta forma, el modelo de medios de comunicación de servicio público del sistema de la “Esperanza del Cambio” no superó la elemental “prueba de fuego” de la democracia mexicana, pues tales medios se desempeñaron como un sistema aceitado de *agujas hipodérmicas* legitimadoras o como “aparatos ideológicos de Estado” para difundir coyunturalmente con el uso de recursos públicos la versión propagandista o la publicidad coyuntural de la “promesa morenista redentora” del régimen de la izquierda nacionalista y no actuaron como espacios independientes, imparciales y libres para la discusión crítica y plural a través de la implementación de sus directrices informativas sobre los conflictos de la sociedad. Esto con el fin de buscar comunicativamente nuevas alternativas que contribuyeran a resolver los grandes conflictos de la problemática nacional. Quedaron atrapados en la vieja tentación de encubrir el *statu quo* político a través de la diseminación del discurso maniqueo de los “otros datos” sobre la realidad del país (Esteinou-A, 2021: pp. 29-31).

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

Fue un proyecto ideológico diseñado bajo la táctica del “nado sincronizado informativo” propio de la propaganda de los regímenes cubanos, venezolanos o nicaragüenses, cuyo objetivo es crear un “pensamiento único”, y no de un Estado democrático que respete rigurosamente la dinámica del pensamiento crítico y el derecho a la información en su máxima expresión.

Mediante dicho intenso comportamiento publicitario sesgado, el gobierno en turno demostró que en el régimen de la “Nueva Esperanza” histórica de México no existen medios de comunicación de servicio público, sino que subsiste la acción de fuertes aparatos ideológicos de Estado a favor del proyecto *lopezobradorista*. Fue la muerte de la raquílica radio y televisión de Estado por el que la sociedad mexicana luchó varias décadas para construir un indispensable modelo de comunicación de servicio público autónomo y plural y el resurgimiento de un nuevo prototipo de difusión de la “Dictadura Perfecta” para impulsar la gobernabilidad del régimen morenista en la nación.

En una idea, el prototipo de comunicación del gobierno *lopezobradorista* a través de los medios públicos contribuyó a restaurar los mecanismos ideológico-políticos del sistema de gobernabilidad de la “Dictadura Perfecta”, pero ya no de corte priista o panista, sino ahora de sesgo morenista con el fin de continuar manteniendo la estructura de poder de la *Cuarta Transformación* en México (Ortega Juárez, 2022: p. 14 y 15).

VII. ¿QUÉ PIERDE LA SOCIEDAD MEXICANA SIN COMUNICACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO?

La ausencia de medios de comunicación de servicio público en México no significa que el país carezca de instancias folclóricas, románticas o pintorescas en el ámbito de la cultura, la educación y la información, sino representa no contar con instrumentos de difusión vitales para la construcción de la civilidad y la democracia nacional.

De aquí que el desafío elemental de los medios de comunicación de servicio público en el siglo XXI, no sea reproducir el viejo modelo de difusión comercial privado guiado por la lógica de la *Mano Invisible* del mercado que se expandió como el sistema nervioso central de la sociedad mexicana del siglo XX y principios del XXI, ni reproducir el sistema propagandista del viejo oficialismo que caracterizó el prototipo de la “Dictadura Perfecta”. Ahora se requiere crear otro modelo de comunicación colectivo como sistema nervioso medular de los ciudadanos que requiere guiarse por la perspectiva del servicio público, por la lógica del desarrollo sustentable y la sobrevivencia humana en el nuevo milenio. Es decir, en el nuevo siglo el corazón del modelo de comunicación de los medios de servicio público debe priorizar la *Razón de Estado* por sobre la *Razón del Mercado* y la *Razón Proselitista*, para crear un

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

paradigma de comunicación desde las necesidades de avance del *México Profundo* y no desde las frivolidades del entretenimiento del *México Imaginario* de la globalización contemporánea, orientados fundamentalmente por la dinámica del *business* para acumular más, y tampoco desde la mercadotecnia política gubernamental para “maquillar de rosa”, con “otros datos”, los errores o escándalos del sistema de poder establecido.

El Estado mexicano moderno demanda la existencia de auténticos medios de difusión de servicio público para realizar a nivel político-cultural las acciones que requiere su tarea de gobernabilidad virtuosa de la nación, pues de lo contrario no será un Estado republicano fuerte que garantice la pluralidad, la participación y la independencia cultural para la conducción pluricultural, equilibrada, democrática y pacífica de la compleja sociedad mexicana que convive en el siglo XXI. Así, se convertirá en el nuevo Estado autoritario o gran *Ogro Filantrópico* que cultiva el adoctrinamiento del “pensamiento único”, que es veneno puro para la democracia.

Es indispensable subrayar que la razón de la existencia de los medios de comunicación públicos en la sociedad no es defender o legitimar la imagen del gobierno en turno; no es competir con los medios comerciales privados; no es actuar como aparatos *ideológicos* de Estado para compensar los “errores” o “desgastes” derivados del proceso de gobernabilidad; tampoco es operar como mecanismos de legitimación del sistema político hegemónico, ni difundir información *parasitaria* o *basura* para crear distractores que obstaculicen la concientización sobre los grandes problemas de la agenda nacional. Su misión esencial es actuar como herramientas informativas plurales y neutrales que colaboren a crear una conciencia colectiva equilibrada que permita la sana convivencia comunitaria diversa y la resolución de los álgidos conflictos de vida de la población (Esteinou-A, 2021: pp. 29-31).

Por consiguiente, la justificación de la presencia de los medios públicos en la sociedad mexicana no se debe a un capricho burocrático o a un proyecto consentido de un grupo de poder reinante, ni a una moda de los tiempos de la “transición democrática” o a una experimentación comunicativa osada de la modernidad. Se evidencia por la rentabilidad social y política que pueden aportar para respaldar el proceso pacífico de edificación de ciudadanía y de apoyo al desarrollo social.

El proceso de cimentación de la sociedad mexicana como proyecto de desarrollo histórico no sólo requiere la existencia de un sistema económico que distribuya la riqueza nacional, un marco jurídico que establezca el orden del derecho formal, un conjunto de fuerzas armadas que respalden la legitimidad del Estado, instituciones que permitan la implantación de la gobernabilidad cotidiana, un sistema de policía que garantice la seguridad ciudadana, un lenguaje o código común que permita el entendimiento comunitario, una memoria histórica compartida colectivamente que posibilite la creación

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

del “nosotros nacional”, una identidad nacional que cree arraigo al modelo de sociedad, etc. También exige la presencia activa de medios de comunicación de Estado de servicio público que creen las subjetividades, mentalidades y afectividades que permitan la sobrevivencia civilizada de la sociedad. Si no se contara con el beneficio social que aportan los verdaderos medios de servicio público para la comunidad nacional, el Estado tendría que gastar sumas mayores, vía otros organismos gubernamentales, para obtener la rentabilidad social que estos generan. Ante ello, debemos preguntarnos, por ejemplo: ¿Cuánta inversión pública representa alcanzar la formación de una conciencia ciudadana para respaldar la democracia? ¿Cuánto cuesta cubrir con política pública la demanda ciudadana del derecho de libertad de expresión y derecho a la información? ¿Cuánto debería invertirse del erario para construir una cultura de la sobrevivencia social, sin el apoyo de los canales de servicio público? ¿Cuánto gana la sociedad mexicana al tener instrumentos de difusión para que las organizaciones civiles se puedan comunicar pacífica y no violentamente en las calles, evitando que estalle la ingobernabilidad? ¿Cuántos saltos de progreso puede dar la comunidad nacional si los medios públicos fortalecen los mínimos civilizatorios para convivir armónicamente con futuro para todos?

Así como ha sido una “Razón de Estado” financiar la existencia y operación del Instituto Nacional Electoral (INE), la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), el Tribunal Federal Electoral (TRIFE), el Instituto Nacional Para la Educación de los Adultos (INEA), la Comisión de Enfrentamiento de los Desastres Naturales (CNDN), el Programa Nacional Alimentario (PNA) y otras, por las aportaciones sustantivas que proporcionan para la construcción de la democracia, los procesos civilizatorios básicos de convivencia colectiva, la sobrevivencia de la población y la estabilidad social en México, de igual forma es una “Razón de Estado” fondear ampliamente los medios de comunicación de servicio público por las contribuciones mentales y emocionales que pueden aportar para el proceso de formación de ciudadanía, la maduración del Estado, la gobernabilidad de la República y la sobrevivencia colectiva.

Financiar a los auténticos medios de difusión de servicio público por el Estado no es producir un daño patrimonial a la nación, como se argumenta por los sectores comerciales de la comunicación monopólica o de algunos sectores políticos que impulsan el proyecto neoliberal salvaje cuando se reflexiona sobre la existencia de estos. Todo lo contrario, es añadir un gran ahorro para el Estado y para la sociedad, desde el momento en que estos son instituciones que pueden contribuir a crear una conciencia para la resolución de los grandes problemas locales, regionales y nacionales. No es un gasto, sino una inversión para mantener la paz ciudadana, intensificar la participación comunitaria, reforzar la formación de la ciudadanía, fortalecer la pluriculturalidad, respetar las libertades de información, crear equilibrios para la expresión colectiva, rescatar la multiculturalidad, respaldar la gobernabilidad, conformar una

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

opinión pública balanceada, etc. En una idea, es aportar oxígeno puro a la dinámica de edificación de las condiciones civilizatorias elementales que se requieren para la coexistencia armónica en comunidades diversas del país.

En consecuencia, por la gran rentabilidad social que producen los medios de comunicación de servicio público, es una “Razón de Estado” subvencionar ampliamente la existencia de estos, pues con ello se respaldan las bases para el surgimiento de la nueva sociedad equilibrada que exige el convulsionado México del siglo XXI. No financiarlos sería comprobar que éste abandona su función rectora de la comunidad nacional, para convertirse en un simple gestor o administrador de los intereses de las grandes empresas monopólicas privadas de la comunicación mexicana o de los sectores políticos dominantes que se oponen a la evolución de los medios de servicio público, pues los consideran competidores potenciales para su proyecto de comunicación-mercado para la concentración de capital o para la comunicación proselitista que pretende la reproducción de la estructura de poder erigido.

No tener medios de comunicación de Estado de servicio público es perder una parte vital de la estructura cultural del Estado, indispensable para construir un país democrático y más equilibrado que apueste por la participación autónoma de los ciudadanos en la toma de sus decisiones para resolver sus problemáticas.

Por ello, es medular considerar que el no contar con la intervención de auténticos medios de comunicación de servicio público en la dinámica de funcionamiento de la sociedad mexicana es equivalente a no contar con medicina pública, electricidad pública, calles públicas, alumbrado público, agua pública, jardines públicos, caminos públicos, energía pública, educación pública, espacio aéreo público, atmósfera pública, etc., para entregar la operación básica del funcionamiento de la estructura del país a la dinámica de la autorregulación social, o a la mecánica de la “política de los compadres”, que no es otra realidad que la autorización oficial del reinado de la ley *darwinista salvaje* de la existencia del más fuerte sobre el más débil.

En otros términos, podemos decir que con la presencia de los medios de información comerciales la sociedad puede construir al mercado, los negocios y la globalización; pero sin la presencia de verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público difícilmente el Estado mexicano puede construir a la Nación, a la República, a la ciudadanía, a la memoria nacional, a la democracia, y a los procesos de sobrevivencia civilizada en el país. De igual forma, con el uso de los medios de comunicación de servicio público como aparatos ideológicos de Estado, el gobierno puede imponer su fuerza, puede crear hegemonía populista, puede impulsar su “verdad única”, puede construir una “cultura de los otros datos”, pero no puede crear democracia, ni civilidad, ni equilibrios ideológicos.

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

Debido a esto su rentabilidad no se comprueba con los criterios comerciales del *rating* con que se mide el éxito de los canales privados, o a través del triunfo publicitario de los funcionarios públicos; sino mediante los beneficios estabilizadores que introducen para nivelar y promover comunicativa y culturalmente a los diversos grupos de la nación para vivir con dignidad y paz social.

Sin embargo, la política financiera del Estado mexicano para respaldar económicamente a los medios públicos es sumamente contradictoria y cínica, pues aunque en los discursos y la oratoria pública de los funcionarios oficiales ensalzan a dichas instituciones, en la realidad cotidiana los menosprecian y abandonan drásticamente en tal grado que los destinan a realizar milagros. Paradójicamente, esta realidad histórica demuestra la bajísima relevancia que el Estado mexicano le da a sus propios medios de comunicación con los cuales tiene que construir su proyecto de nación, de cultura nacional y de gobernabilidad cotidiana de la República.

VIII. HACIA EL SEGUNDO PISO COMUNICATIVO DE LA 4-T

La moderna relación entre gobierno, medios y ciudadanos en la construcción del “segundo piso” del régimen de la *Cuarta Transformación* durante la administración 2024-2030, tendrá que modificar el antiguo vínculo existente entre dichos tres sectores, para evitar que tal cambio histórico termine siendo un neocaudillismo reciclado del PRI o una reproducción maquillada del PAN (Albarrán, 2018: p. 9) o se convierta en una nueva “elite política dorada morenista” que abuse de la sociedad (Albarrán, 2018: p. 9). Por ello, es fundamental impulsar el modelo de medios de comunicación de Estado de servicio público para evitar la continuidad del oficialismo comunicativo instalado durante el periodo *lopezobradorista* y retomar la información colectiva como como un “bien público” esencial para edificar una sociedad democrática, armónica y civilizada y no como un instrumento publicitario para la subordinación ciudadana.

De lo contrario, si el nuevo modelo de comunicación de la *Cuarta Transformación de la República* en su segundo piso político no impulsa el arquetipo auténtico de servicio público, y solo se concentra en la reconstrucción de una nueva “Aguja hipodérmica” oficialista con más perfeccionamiento tecnológico para inculcar la propaganda morenista a la nación; se volvería a provocar gradualmente una severa concentración de poder a nivel ideológico que ocasionará nuevas contradicciones democráticas. Hay que recordar que la experiencia histórica demuestra que la concentración del poder absoluto corrompe absolutamente y la centralización unilateral de la información termina creando “*absolutismo cognitivo*”, que es veneno puro para la democracia.

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

IX. ¿QUÉ HACER?

Crear verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público

La lucha para construir un nuevo pacto comunicación nacional que permita el avance civilizatorio del país ha sido una ardua batalla de múltiples sectores de la sociedad civil organizada, legisladores, académicos, periodistas, intelectuales, activistas, personajes públicos, etc. quienes lidiaron durante muchas décadas para configurar un sistema de comunicación pública alejada de las gestiones gobiernistas. No obstante, dichas intervenciones sociales la actuación legitimadora de los medios de difusión de Estado durante la difusión de los hechos más cruciales de la evolución nacional demostró que la nueva estructura política morenista no está dispuesta a encontrarle la “cuadratura al círculo histórico” de la comunicación de servicio público. Esto debido a que dichos medios continuaron siendo canales gobiernistas del sistema de la “Esperanza del Cambio” y no medios de comunicación Estado de servicio público.

Así, pese a los grandes esfuerzos realizados durante muchos años por decenas de grupos progresistas de la sociedad mexicana en el ámbito de la comunicación de servicio público, hoy en día, el país continúa sin contar con un modelo de medios de difusión de Estado en México, pues se evolucionó de una dinámica del “business comunicativo” practicado por los gobiernos anteriores, al prototipo y práctica de ideologización mesiánica del gobierno de la “Reconstrucción Nacional”, enterrando en el camino a la comunicación de servicio público.

¡No más “soldados mediáticos”!

Ante dicha realidad comunicativa distorsionada la sociedad debe evitar que tales instituciones informativas se conviertan en herramientas políticas sectarias que a través de intervenciones gubernamentales proselitistas fortifiquen un exclusivo programa político-ideológico orientado a la reproducción de la estructura de poder coyuntural, pues eso sería convertirlos institucionalmente en la antítesis del servicio público. Su naturaleza los obliga a actuar como instituciones de Estado que nutran ampliamente la conciencia de todos los individuos con información imparcial, plural, objetiva, veraz, transparente, oportuna y profesional con el fin de permitir que los ciudadanos enriquezcan su conciencia para decidir soberanamente su presente y futuro; evitando que tales instituciones se transformen en engranes de legitimación del régimen del poder reinante.

La nueva clase política de la *Cuarta Transformación* Nacional “no entendió que no entiende” que la misión superior de los medios de información de servicio público es estar al servicio de la sociedad y no a disposición de los intereses del régimen político en turno. (Esteinou-A, 2021: p. 29 a 31)

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

Por consiguiente, los medios públicos no deben ser instrumentos para la guerra mediática, sino rescatar su naturaleza de canales de Estado: la promoción de la comunicación de servicio público. Deben ser espacios que nutran la deliberación pública con periodismo de investigación reduciendo la “espiral de la opinología” (Trejo, 2023) ofreciendo información objetiva, verídica, neutral, transparente, imparcial, plural, y equilibrada para enriquecer la pluralidad y la democracia. En este sentido, deben promover la conversación pública basada en la argumentación racional evitando la instalación del “pensamiento único” que descalifica y nulifica la disidencia para respaldar la concentración autoritaria de poder avivando la edificación de la “Dictadura Perfecta”. México no necesita más medios públicos que actúen como los nuevos “soldados mediáticos” del oficialismo. Requiere urgentemente la creación de verdaderos canales de comunicación de Estado de servicio público imparciales que se comprometan con la edificación de una opinión pública meridiana que permita el avance democrático, plural y civilizado de la sociedad y no de la protección sistémica a una corriente político-partidista “redentora”.

La misión de los medios de comunicación de Estado

La democracia exige alimentarse con la acción potente de verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público y no contaminarse con el vicio del oficialismo que justifica el *statu quo* económico-político del poder imperante con la estrategia de los “otros datos”.

El fundamento de la existencia de los medios de comunicación de Estado de servicio público adquiere sentido y se justifica en la medida que contribuyan a construir ciudadanía, civilidad y democracia para mejorar las condiciones materiales, sociales, educativas, culturales y espirituales de la población y no para “alabar” o “reverenciar” a los faraones del poder.

De no realizarse un profundo cambio en el ámbito de operación de los medios de comunicación públicos, constataremos que en el México del siglo XXI, en el marco de la vertiginosa *Cuarta Revolución Industrial*, no se logrará crear una transformación histórica de la nación, sino que se producirá el reforzamiento de la *Cuarta Republica Propagandista* que dañará severamente al Estado y a la nación mexicana (Esteinou-A, 2021: p. 29 a 31).

Por ello, la sociedad debe exigirle de múltiples maneras al gobierno y a los partidos políticos que los medios de difusión de Estado acaten rigurosamente el marco legal de la comunicación de servicio público para que funcionen con independencia del régimen en turno; promuevan el pluralismo informativo, político, social y cultural; garanticen el derecho a la información y la libertad de expresión; promuevan la expresión de la diversidad y la pluralidad de ideas y de opiniones que alimenten la vida democrática de la sociedad; vigoricen el debate político de las distintas corrientes ideológicas, políti-

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

cas y culturales; mantengan una posición neutral en los referéndums ciudadanos, particularmente en 2024 y no sólo las posiciones hegemónicas del gobierno en turno mediante la inculcación de posturas oficialistas o gobiernistas del régimen de la “revolución de las conciencias”.

Hoy más que nunca, ante el clima de polarización ideológico-político-emocional extremo que existe en la conversación colectiva nacional, se requiere la existencia de verdaderos medios autónomos de comunicación de Estado de servicio público que apuesten a favor de impulsar la comunicación como un “bien público”, y no operen como organismos cortesanos o lisonjeros orientados a transmitir propaganda o “ideologización mesiánica” para reinstaurar el sistema político prevaleciente.

¡Basta de que los medios públicos no sean medios públicos en México, sino medios de los gobiernos en turno, independientemente del color que sean, para beneficiar sus intereses grupales!

La nación mexicana espera del Estado-nación una respuesta superior a la altura de la democracia moderna del siglo XXI para crear auténticos medios de comunicación de Estado de servicio público y no canales del oscurantismo medieval que subordinan con propaganda la conciencia y las voces de los ciudadanos para engordar el modelo del “pensamiento único” en la República.

X. DOCUMENTACIÓN CONSULTADA

Libros, revistas y documentos

“Como en las dictaduras, Morena utiliza los medios públicos como mecanismo de propaganda política: Luis Mendoza”, 2022. *Notilegis*, No. 4788, Comunicación Social, Cámara de Diputados, LXV Legislatura, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 28 de noviembre, <http://comunicacion-social.diputados.gob.mx/index.php/notilegis/como-en-las-dictaduras-morena-utiliza-los-medios-publicos-como-mecanismo-de-propaganda-politica-luis-mendoza> (consultado el 30 de noviembre de 2022).

“Constitución Política Mexicana”, 2023. Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 6 de junio, <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf> (consultado el 8 de agosto de 2023).

“Criterios para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva del SPR”, 2015. Consejo Ciudadano, *Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM)*, Gobierno de México, México, noviembre, https://www.spr.gob.mx/_pdf/consejo-ciudadano/documentos/criterios_independencia_editorial.pdf (consultado el 8 de agosto de 2023).

“De Buena Fe”, 2022. Canal 11, Instituto Politécnico Nacional (IPN), Ciudad de México, México, 28 de febrero, <https://canalonce.mx/programas/de-buena-fe> (consultado el 8 de marzo de 2022).

“Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”, 2013.

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

89

Diario Oficial de la Federación (DOF). No. 8, Tomo DCCXVII, Primera Sección, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 11 de junio, https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013#gsc.tab=0 (consultado el 18 de marzo de 2023).

“Ley del sistema público de radiodifusión del Estado mexicano”, 2022. Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 11 de mayo, <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LSPREM.pdf> (consultado el 18 de julio de 2023).

“Ley Federal de telecomunicaciones y radiodifusión”, 2021. Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 20 de mayo, <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf>, (consultado el 10 de junio de 2023).

“Ley general de instituciones y procedimientos electorales”, 2014. Secretaría de Servicios Parlamentarios, Secretaría General, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, Nueva Ley *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, Distrito Federal, México, 23 de mayo, http://www.votoextranjero.mx/documents/52001/54163/LGIPE_100914.pdf/362c4cc7-4158-4c40-8f67-456e2c00815c (consultado el 26 de junio de 2020).

“Los medios públicos tienen la obligación legal de ser independientes y no instrumentos de la propaganda”, 2022. Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Ciudad de México, México, 27 de noviembre, <https://www.amedi.org.mx/los-medios-publicos-tienen-la-obligacion-legal-de-ser-independientes-y-no-instrumentos-de-la-propaganda/> (consultado el 30 de noviembre de 2022).

“Marcha de AMLO, uso de medios públicos y reforma electoral: Mesa de Análisis”, 2022. *Aristegui Noticias*, Redacción, Ciudad de México, México, 30 de noviembre, <https://aristeginoticias.com/3011/mexico/marcha-de-amlo-uso-de-medios-publicos-y-reforma-electoral-mesa-de-analisis/> (consultado el 1 de diciembre de 2022).

“Proyecto de Nación 2018-2024”, 2017. Comité Directivo, *Movimiento de Reconstrucción Nacional (Morena)*. *La esperanza del cambio*, Ciudad de México, México, octubre, <https://drive.google.com/file/d/11BoaNBuVpHB7GDVXhCKdYvVKw7D7Ta-x/view>, (Consultado el 5 de julio de 2018).

Albarrán De Alva, Gerardo, 2018. “Hacia un nuevo modelo de relación prensa-gobierno”, *Revista Zócalo*, No. 224, Año XIX, Comunicación, Política y Sociedad, Ciudad de México, México, octubre. Alvaró, 2023. “Pésimo posicionamiento”, revista *Telemundo*, No. 189, Ciudad de México, México, febrero marzo, http://www.revistapantalla.com/telemundo/comercializacion/?id_notas=33577 (consultado el 8 de marzo de 2023).

Esteinou Madrid, Javier (A), 2021. “Los medios de comunicación públicos en la Cuarta Transformación de México,” Prólogo, en: *El imaginario de lo público en la radio*, Lenin Martell Gámez (Coord.), Serie Biblioteca, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México, 3 de noviembre, <http://bit.ly/EditorialUVAccesoAbierto>

Esteinou Madrid, Javier (B), 2023. “Medios de comunicación de servicio público en México: Aparatos ideológicos de la 4-T”, *Revista El Cotidiano*, No. 239, Año 38, “Violencia, Educación y Jóvenes”, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco (UAM-A) y Ediciones EON, Ciudad de México, México, mayo-junio, <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcapjpcglclefindmkaj/https://www.elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/239.pdf>

Galván, Melissa, 2019. “En época de la 4T, los medios públicos viven su propia y polémica transformación”, en: *Expansión Política*, Ciudad de México, México, 30 de junio, <https://politica.expansion.mx/mexico/2019/06/30/en-epoca-de-la-4t-los-medios-publicos-viven-su-propia-y-polemica-transformacion> (consultado el 25 de julio de 2020).

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

90

- López Obrador, Andrés Manuel (A), 2019. “Conferencia de prensa matutina sobre el modelo de medios públicos”, Presidencia de la República, Palacio Nacional, Ciudad de México, México, 23 de enero, versión estenográfica, <https://lopezobrador.org.mx/2019/01/23/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-29/> (consultado 28 de septiembre del 2019).
- López Obrador, Andrés Manuel (B), 2013. “Declaración de Principios”, Comité Directivo, Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), Distrito Federal, México, <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2013/02/Declaracion-de-Principios-MORENA.pdf> (consultado el 30 de mayo de 2018).
- Montaner, Carlos, 2019. “El miedo a la información. Comunicación, tecnología y sociedad. La democracia en la era de los medios interactivos”, en: *Partidos y clase política en América Latina en los 90*, Biblioteca Jurídica, Repositorio Jurídica, *Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ)*, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, México, 15 de febrero, [http://el-miedo-a-la-informacion-comunicacion-tecnologia-y-sociedad-la-democracia-en-la-era-de-los-medios-interactivos%20\(1\).pdf](http://el-miedo-a-la-informacion-comunicacion-tecnologia-y-sociedad-la-democracia-en-la-era-de-los-medios-interactivos%20(1).pdf) (consultado el 15 de octubre de 2023).
- Monterrosas Vigueras, Abraham (A), 2019. “De buena fe”, ¿un programa en Canal Once hecho para defender a AMLO?, Yahoo, Ciudad de México, México, 3 de octubre, https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/de-buena-fe-un-tropiczo-para-canal-once-181718907.html?guccounter=1&guce_referrer=aHRocHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJLgBZF5O2s7yoXSvV9NkuAGC1KWcKfYTxxnoyPIMX312b65dZgaS_EKO_1_hLuTb_Wj27--Y-SDt7oZy5gEYPganjwr1CfqPbkahYGBuTAZM2jbz-JcMz6fyUmjL4MdDoYaQZSO2zoX6tLwJTKAY_hxC4mDElM2EucClQEsg8tt (consultado el 28 de diciembre de 2022).
- Monterrosas Vigueras, Abraham (B), 2019. “Los jóvenes antiAMLO de Masaryk y un show llamado ‘La maroma estelar’”, Yahoo, Ciudad de México, México, 22 de mayo, <https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/la-maroma-estelar-la-apertura-de-posturas-politi-cas-en-la-television-publica-171948730.html> (consultado el 3 de septiembre de 2023).
- Ortega Juárez, Joel, 2022. “La Libertad es Irrenunciable. Con la 4T ¿regresará la dictadura perfecta?”, *Revista Siempre*, No. 3625, Año LXVIII, Ciudad de México, México, 4 de diciembre.
- Ortega, Patricia, 2021. “Medios públicos federales y la Cuarta Transformación. ¿Avances o retrocesos del valor de lo público en los medios de comunicación?”, en: *Ensayos sobre comunicación gubernamental en la Cuarta Transformación: ¿cambio o continuidad*, Julio Juárez Gámiz, (Coordinador), Colección Debate y Reflexión, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEICH), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, https://www.researchgate.net/publication/358647822_Ensayos_sobre_comunicacion_gubernamental_en_la_Cuarta_Transformacion_cambio_o_continuidad (consultado el 8 de agosto de 2023).

Hemerografía

- “¡Aló, Presidente!” en Canal Once?”, 2023. *El Universal*, Bajo Reserva Bajo, Ciudad de México, México, 12 de mayo, <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/bajo-reserva/alo-presidente-en-canal-once/>, (consultado el 14 de mayo de 2023).
- “El Once estrena Operación Mamut”, 2023. *TV y CINE*, Ciudad de México, México, 30 de abril, <https://www.tvcinews.com/2021/04/el-once-estrena-operacion-mamut.html>, (consultado el 5 de mayo de 2023).
- “El show de la 4T en la televisión pública”, 2019. *El Universal*, Columna Crimen y Poder, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 15 de mayo, <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/el-show-de-la-4t-en-la-television-publica/> (consultado el 9 de agosto de 2023).

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

Javier Esteinou Madrid

- “La televisión pública, al servicio de las corcholatas”, 2023. *El Universal*, Sección Crimen y Castigo, Ciudad de México, México, 22 de julio, <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/crimen-castigo/la-television-publica-al-servicio-de-las-corcholatas/> (consultado el 23 de julio de 2023).
- Bravo, Jorge, 2022. “Perdimos los medios públicos”, *El Economista*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 2 de diciembre, <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Perdimos-los-medios-publicos-20221202-0027.html> (consultado el 4 de diciembre de 2022).
- Calderón, José Miguel, 2023. “La ministra Norma Piña ridiculizada... ¿libertad o asedio?”, *SDP Noticias*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 15 de abril, <https://www.sdpnoticias.com/opinion/la-ministra-norma-pina-ridiculizada-libertad-o-asedio/> (consultado el 18 de abril de 2023).
- Israde, Isabel, 2029. “Estrenan programas allegados de la 4T”, *Reforma*, Sección Cultural, Ciudad de México, México, 14 de mayo, <https://www.reforma.com/estrenan-programas-allegados-de-la-4t/ar1676353> (consultado el 18 de agosto de 2023).
- Israde, Yanireth, 2019. “Advierten sesgo en TV pública”, *El Norte*, Monterrey, Nuevo León, México, 17 de junio, <https://www.elnorte.com/advierten-sesgo-en-tv-publica/ar1702168>, (consultado el 26 de marzo de 2023).
- Juárez, Tania, 2023. “Chocan Villamil y Murayama por cobertura de ‘corcholatas’ en la TV pública”, *El Universal*, Sección Nacional, Ciudad de México, México, 22 de julio, <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/chocan-villamil-y-murayama-por-cobertura-de-corcholatas-en-la-tv-publica/> (consultado el 23 de julio de 2023).
- Olivares, Emir y Urrutia, Alonso, 2024. “Dialogaremos, pero la elección popular de magistrados es innegociable: AMLO”, *La Jornada*, Sección Política, Ciudad de México, México, 13 de junio, <https://www.jornada.com.mx/2024/06/13/politica/005n1pol>, (consultado el 18 de junio de 2024).
- Trejo Delarbre, Raúl, 2023. “Apostar por la conversación pública”, periódico *Crónica*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 2 de enero, <https://sociedad.wordpress.com/2023/01/08/2023-apostar-por-la-conversacion-publica/#more-4973> (consultado el 6 de enero de 2023).