



María de los Ángeles Huerta

Urgencia de un Sistema Nacional de Medios Públicos

Tras años de señalamientos desde las bases, el senador Alejandro González Yáñez, del Partido del Trabajo, pone sobre la mesa una demanda histórica de los comunicadores y de las "Voces del Pueblo".

Este gran paso de reconocer, desde el Estado, la necesidad de un sistema nacional de comunicación para la 4T es un primer logro que ahora exige concretarse en un modelo radicalmente nuevo y, sobre todo, eficiente, para blindar al gobierno transformador de los sistemáticos ataques de las oligarquías organizadas, tanto nacional como internacionalmente.

Aunque la *Cuarta Transformación* ya cuenta con canales de televisión, radio, un periódico y tenía a Notimex como agencia de noticias propia, el problema es que, siete años después, no se ha logrado —fuera del gran invento y proyecto de "La Mañanera"— una fórmula de comunicación realmente para el pueblo.

Si bien esta noticia del senador Yáñez es oxígeno para quienes llevamos años denunciando que, más allá de *La Mañanera*, la comunicación gobierno-gobernados es prácticamente inexistente, es muy importante no celebrar la sola mención de un plan. Lo que Yáñez vislumbra ya existe de forma embrionaria (canales 11, 22, 14, IMER, *Regeneración*), pero el problema de fondo no es la falta de canales, sino la ausencia de un Sistema Nacional Público de Comunicación pensado en la lógica de un Nuevo Orden

Comunicacional.

Como establece el octavo punto del Pliego Petitorio de las Voces del Pueblo, entregado el lunes 1 de diciembre del año en curso en Palacio Nacional, el Senado y la Cámara de Diputados, el modelo actual tiene que ser mejorado, sobre todo, en cuatro fallas estructurales: un paradigma en el que no se ignore el estilo personal de la presidenta Sheinbaum y el ecosistema digital de 2025; el gasto innecesario en publicidad para medios corporativos privados, de aproximadamente 3 mil millones de pesos, que solo fortalece a esos medios hostiles; el colapso de audiencia y legitimidad de los medios públicos (que no superan el 6% de las audiencias que consumen medios de comunicación y redes sociales en nuestro país); y el desaprovechamiento del marco legal para exigir a los concesionarios que su obligación implica cumplir el derecho de las audiencias, tipificado en el artículo 6º constitucional.

El anuncio del senador será significativo solo si se traduce en la refundación que desde hace tanto tiempo hemos propuesto: la creación de un Sistema Nacional de Medios Públicos (SNMP). No se trata de más de lo mismo, sino de una red integrada que fusione los medios estatales y federales, con una gobernanza colectiva que reemplace la dirección unipersonal actual por un equipo de académicos, productores de alto impacto y comunicadores populares.

La meta debe ser realmente ambiciosa: capturar entre el 20% y el 30% de la audiencia nacional. Para ello, necesitamos que se proyecte una barra programática que combine periodismo de investigación, entretenimiento de calidad con valores patrióticos y contenidos culturales modernos y atractivos para la gente. Paralelamente, es imperativa una reingeniería del gasto: destinar progresivamente el 80% del presupuesto de pu-



blicidad oficial a fortalecer este SNMP y a una red de comunicación comunitaria, dejando solo un 20% condicionado para medios privados que respeten veracidad y pluralidad.

Finalmente, este sistema debe activar con rigor el artículo 6º constitucional y la Ley de Telecomunicaciones, aplicando sanciones a los concesionarios que ejercen la política sistemática de la desinformación, exigiéndoles, entre otras cosas, que se garantice el derecho de las audiencias a la información plural y veraz, así como el derecho de réplica en tiempo real. La batalla de narrativas exige YA la implementación de este contrapeso soberano.