



COMUNICACIÓN

4T: Necesidad de una comunicación de Estado COMO “BIEN PÚBLICO”

POR **JAVIER ESTEINOU MADRID**

LA CONSTRUCCIÓN DE LA GOBERNABILIDAD NACIONAL

Con el fin de conducir a la nación durante el sexenio 2024-2030 el nuevo gobierno de la *Cuarta Transformación (4-T)* anunció que elaborará diversas políticas de gobernabilidad estructural en todos los ámbitos de funcionamiento de la sociedad mexicana para continuar con la herencia transmitida por el “*Primer Piso*” del Movimiento de Reconstrucción Nacional y así establecer las bases para la edificación de su “*Segundo Piso*” de desarrollo.

Ante ello, el Poder Ejecutivo planteó que no sólo forjará políticas públicas para atraer nuevos capitales externos, crear más infraestructura, invertir en los polos marginados, separar el poder político del poder económico, ejecutar nuevos procesos electorales pulcros, formar otro sistema de seguridad, descentralizar la administración pública, aislar el proceso jurídico de los poderes fácticos, impulsar el sistema de salud, reorientar el proyecto educativo, reactivar el campo, etcétera; sino también instaurará otro pacto de relación comunicativa entre el Estado, los medios y las comunidades.

De esta forma, para sustentar el régimen político el novel gobierno de la 4T además de controlar el poder económico, el poder político, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, los Órganos Autónomos, etcétera, edificará un fuerte poder ideológico con objeto de tener suficiente fuerza hegemónica para dirigir a la sociedad.

Por tal razón, independientemente de las diversas estrategias de difusión

institucionales que se utilicen para alcanzar dicha meta hegemónica, como son la implementación de la “conferencia matutina del pueblo”, el empleo de las oficinas de prensa, aprovechamiento de los *Tiempos de Estado*, el uso de la publicidad gubernamental, los espacios en *Youtube*, el apoyo en las ruedas informativas, las oficinas de prensa, las redes sociales interactivas, los *youtubers* sectoriales, los boletines oficiales, etcétera; la nueva jefatura igualmente empleará los procesos de comunicación de servicio público dentro de su proyecto de gobernabilidad nacional.

EL SEGUNDO PISO COMUNICATIVO DE LA 4T

En la conformación de tales directrices para los medios de difusión de Estado se acordó, por una parte, continuar con el desarrollo de proyectos de comunicación de corte “culturalista” para ofrecer una oferta programática distinta al patrón de la comunicación comercial. Así, se generará una programación educativa, financiera, deportiva, cultural, familiar, de entretenimiento, etcétera que les permitirá adquirir a los canales públicos una identidad diferente ante a la programación proveniente de los canales de transmisión privados.

Sin embargo, por otra parte, derivado de la fuerte inercia heredada del sistema *lopezobradorista* los nuevos criterios de gobernabilidad en la regencia de la Dra. Claudia Sheinbaum Pardo no incorporaron sólidos elementos estructurales



Viene de la
página anterior

que permitieran efectuar una transformación profunda del proyecto de información política de los canales públicos para convertirlos en medios de comunicación de Estado de servicio público; sino al contrario dichos espacios de difusión retomaron de forma expansiva y perfeccionada las bases del antiguo modelo adulador, legitimador, lisonjero, zalamero o elogioso hacia el nuevo gobierno de la “Continuidad con Cambio”. Todo ello, a efecto de consolidar el “Segundo Piso” comunicativo de la *Cuarta Transformación* de nuestra sociedad.

La aplicación de tal prototipo alimentará sustancialmente el viejo modelo de comunicación autoritario, vertical, discrecional, normalizador, justificador y unilateral de la “Aguja Hipodérmica” estatal practicado en su momento por los regímenes políticos viciados del Partido Revolucionario Institucional y del Partido Acción Nacional; para ahora instrumentarse de manera modernizada y magnificada como un mecanismo propagandista por el nuevo régimen del Movimiento de Reconstrucción Nacional.

Con ello, el arquetipo de comunicación de servicio público demandado desde hace más de cien años por la sociedad quedará enterrado, pues solo se mudó de la actuación proselitista de actores de tonalidad tricolor (PRI) o blanquiazul (PAN) a otros protagonistas sectarios de color guinda-moreno (MORENA). En ambos casos, la perdedora será la comunidad nacional que no tendrá comunicación de servicio público, sino difusión oficialista tóxica para “blanquear” la imagen del poder reinante, ocasionando la alteración del conocimiento fiel de la realidad.

EL RESCATE DE LOS MEDIOS PÚBLICOS

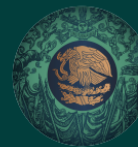
Frente a este desafío político-comunicativo es imperioso que la sociedad y el flamante régimen político de izquierda popular reflexionen sobre la pregunta

¿para qué son los medios de Estado de comunicación pública y cuál es la función que deben desempeñar en México? Esto con el propósito que la dinámica de cambio de la República se realice de manera equilibrada y no sesgada o viciada.

Ante este reto histórico es fundamental considerar que la existencia del Estado mexicano moderno demanda como requisito indispensable de su esencia la presencia de auténticos medios de comunicación de Estado de servicio público, pues de no contar con ellos se pierde una parte vital de la estructura cultural del Estado-nación que es forzosa para crear un país más democrático, incluyente y plural que apueste por construir una cultura política autónoma y mesurada que posibilite que los ciudadanos puedan tomar soberanamente las decisiones sobre el proyecto de desarrollo colectivo que más favorezcan a sus vidas.

En este contexto es imprescindible considerar que el no contar con la intervención de auténticos medios de comunicación de Estado de *servicio público* en la dinámica de funcionamiento de la sociedad mexicana, es equivalente a no gozar de medicina pública, electricidad pública, calles públicas, alumbrado público, agua pública, jardines públicos, caminos públicos, energía pública, educación pública, espacio aéreo público, atmósfera pública, etcétera, creando una sociedad de privilegios y desequilibrios.

Así, con la presencia de los medios de difusión comerciales la sociedad puede construir el 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 edificar la Nación, la República, la ciudadanía, la memoria nacional, la democracia, y los procesos de sobrevivencia civilizada en el país. De igual forma, con el uso de los medios de comunicación de ►



Continúa en la
siguiente página

servicio público como aparatos ideológicos de Estado, el gobierno puede imponer su fuerza política, establecer sus proyectos, erigir su hegemonía, alimentar la “mentalidad dominante”, implantar la “Verdad de los Otros Datos”, “maquillar la realidad”, etcétera; pero no puede crear democracia, ciudadanía y civilidad.

Mediante esto, la operación básica del funcionamiento de la estructura social quedará entregada, por un lado, a ser manipulada por el proceso de legitimación propagandista del gobierno reinante; y por otro lado, destinada a ser manejada por la dinámica de la autorregulación social, que no es otra realidad, que la autorización oficial del reinado de la ley *darwinista salvaje* que posibilita la existencia del más fuerte sobre el más débil.

TRANSFORMACIÓN DEL VIEJO MODELO

Consecuentemente, para revertir la inercia oficialista heredada la moderna relación entre gobierno, medios y ciudadanos en la edificación del “*Segundo Piso*” de la *Cuarta Transformación* tendrá que modificar el antiguo vínculo existente entre dichos tres sectores (gobierno-medios-sociedad), con la finalidad de evitar que este cambio histórico termine convirtiéndose en un neo caudillismo reciclado del Partido Revolucionario Institucional o una reproducción maquillada del Partido Acción Nacional, para ahora transformarse en la dinastía de una nueva “elite política dorada” con tonalidad morenista que nuevamente abuse de la sociedad.

RECOBRAR SU NATURALEZA

Frente a tal reto estructural la nueva autoridad nacional tiene la obligación de rescatar la verdadera naturaleza de la comunicación de servicio público que le corresponde ejercer a los medios de difusión de Estado y no convertirlos en soportes ideológicos para el “lavado de imagen” gubernamental. En un régimen democrático los medios públicos no pueden ser instrumentos para

rendir reverencia al poder instalado, ni para encubrir los errores del gobierno, ni para utilizarse como pertrechos de una guerra mediática; sino deben redimir su esencia de emisores de Estado que es la promoción de la información como “Bien Público” para consolidar la comunicación colectiva como servicio público que tanto requiere la sociedad mexicana para su crecimiento equilibrado.

Es medular contemplar que al utilizar los medios de comunicación de Estado como “fusiles” para el combate ideológico estos degeneran su esencia de servicio público y se convierten en suministros bélicos. Esto ocasiona profundas distorsiones en la *esfera pública*, debilitando el pluralismo informativo, reduciendo el pensamiento crítico, alterando la construcción plural del conocimiento y, concluyendo con el incremento de la polarización ciudadana. Tal circunstancia ocasiona la pérdida de confianza en los medios públicos avivando la existencia de una sociedad bélica y no democrático-civilizada.

INDEPENDENCIA ANTE EL PODER

Por ello, para refundar el nuevo pacto político-social de los medios colectivos de comunicación públicos, estos deberán mantener una sana distancia frente al poder político y económico, pues “el peor error que podrían cometer los medios y el presidente (a) es volcarse a alimentar una opinión aduladora, zalamera y proclive que socavara la crítica autónoma. Nada más saludable y ejemplar para la democracia es que el nuevo régimen mantenga relaciones independientes con los medios e incluyan el diálogo constante y respetuoso con la disidencia” (Benassini, 2018). Así, para erigir el “*Segundo Piso*” de la *Cuarta Transformación* del país, la clase gobernante debe salvaguardar la posición analítica y crítica argumentada de los periodistas, académicos, comentaristas,

Continúa en la
siguiente página



Continúa en la
siguiente página

intelectuales, activistas, ciudadanos, etcétera, ante la política y otras acciones gubernamentales, pues su función esencial es operar como contrapesos vigilantes del poder establecido para contribuir a reconstruir el tejido plural y las bases civilizatorias elementales que permitan impulsar equilibrada y democráticamente el crecimiento interno, la vida colectiva armónica y la consolidación de la paz social.

Un sistema de gobernabilidad civilizado demanda la existencia y el respeto de múltiples corrientes de pensamiento que nutran sólidamente el espacio de la opinión pública para que los ciudadanos se informen objetiva, plural y oportunamente sobre los diversos hechos de la realidad, y con base a ello, adopten las determinaciones más apropiadas para sus vidas. Deben ser espacios que nutran sólidamente la deliberación pública ofreciendo información objetiva, verídica, neutral, transparente, pertinente, imparcial, plural y equilibrada para crear una opinión pública plural, incluyente y tolerante. Así, deben promover la conversación pública argumentada y no visceral evitando la instalación del “Pensamiento Único” que descalifica y nulifica la disidencia para respaldar la concentración autoritaria de poder, nutriendo las raíces de la “Dictadura Perfecta”.

En una idea, la cimentación de la democracia liberal necesariamente cruza por la apertura, la diversidad y el debate respetuoso de concepciones e ideas que permitan edificar una opinión pública enriquecida que contribuya a polemizar y rencausar las decisiones del Estado.

De esta forma, para reencausar al país durante el periodo 2024-2030 es fundamental que además de respetar el funcionamiento independiente de las redes sociales, el gobierno permita que la propia sociedad y no tanto el Estado, construya un vigoroso modelo de comunicación de servicio público autónomo, plural, abierto, e interactivo con mecanismos medibles de

independencia, transparencia y rendición de cuentas que admita que los habitantes expresen libremente su sentir sobre si el reciente sistema de gobernabilidad de “izquierda nacionalista” inaugurado en México cumple o no con las expectativas prometidas a la sociedad, o debe corregir el diseño de sus políticas públicas y su implementación correspondiente.

LA INFORMACIÓN COMO “BIEN PÚBLICO”

En este contexto socio histórico es medular impulsar el prototipo de medios de comunicación de Estado de servicio público para producir la información colectiva como un “Bien Público” esencial que exige el sano funcionamiento de la sociedad y no como un instrumento retórico de legitimación con miras a la dominación de los ciudadanos para prolongar el oficialismo sistémico, o como máquinas de *business* que impulsan el consumo para favorecer la acumulación de capital.

Es crucial entender que la categoría de “Bienes Públicos” se refiere a aquellos recursos o servicios de cuyo acceso, consumo y uso no pueden excluirse a ninguna persona, grupo o comunidad, pues son realidades universales básicas que posibilitan el progreso social, a las cuales tienen derecho de acceso todos los individuos. La recepción de dichos “Bienes Públicos” es un derecho equivalente a conseguir oxígeno, agua, salud, educación, alimentación, empleo, vivienda, cultura, seguridad, etcétera; para el bienestar de todos los ciudadanos. En consecuencia, tales recursos no son elementos privilegiados destinados al goce exclusivo de “una elite mimada”, sino corresponden a garantías fundacionales cruciales para lograr el desarrollo de todos los seres humanos.

Por ende, ejercer la comunicación de Estado como un “Bien Público” trasciende su práctica instrumental de inclinación mercantil o de legitimación política, ►

Continúa en la
siguiente página



Continúa en la
siguiente página

para convertirse en una acción de beneficio social amplio. Esto significa, que la comunicación colectiva de Estado se concretiza como una actividad que opera con base al “Interés Público” y no a partir del “interés particular” proveniente de motivaciones comerciales o del clientelismo político sectario. En este sentido, “hablar de ‘Bien Público’ es referirse a un derecho que implícitamente conlleva la idea de un servicio público generalista (Corredor, 2024).

De esta forma, para que la información se convierta en un “Bien Público” destinado a la prosperidad de toda la sociedad y no únicamente de un grupo privilegiado focalizado, esta acción debe cumplir con los requisitos del “Interés Público” que son propiciar las reglas de independencia, objetividad, pluralidad, veracidad, transparencia, oportunidad, etcétera, de la comunicación de *servicio público* con el fin de colaborar a respaldar el desarrollo social de todos los sujetos. La comunicación orientada como un “Bien Público” posibilita la edificación de una opinión pública informada vezazmente que habilita a los ciudadanos para tomar decisiones basadas en conocimientos más integrales y transparentes con objeto de participar activamente en los asuntos públicos de su comunidad.

LAS BASES JURÍDICAS ORIGINARIAS

Los antecedentes para reconocer la existencia de la comunicación colectiva como un “Bien Público” en el contexto mexicano se localizan en diversas disposiciones legales y principios constitucionales, como son el Artículo 6° de la *Constitución Política Mexicana* que establece el *Derecho a la Información* como un derecho fundamental; y el Artículo 7° que garantiza la libertad de expresión. Además, la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR)* promueve la pluralidad, la diversidad en los contenidos mediáticos, la inclusión de sectores históricamente marginados, la intervención ciudadana, disposiciones para proteger a los usuarios de telecomunicaciones, garantizar la neutralidad de la red y

fomentar el acceso universal a servicios digitales.

En consecuencia, la consolidación de la comunicación como un “Bien Público”, y no su práctica de envilecimiento comunicativo, exige la intervención firme del Estado como instancia rectora de la sociedad para crear parámetros que permitan consolidar la comunicación como un servicio universal para todos los sujetos. Esto implica su enfrentamiento contra los grupúsculos políticos y los poderes fácticos que en todo momento se esfuerzan por pervertir la comunicación pública para trocirla en difusión ideologizante subordinada a sus intereses facciosos o como una jugosa mercancía.

En una idea, para lograr una gobernanza acertada de la sociedad es necesario que los medios de difusión de Estado ejerzan la información gubernamental como un “Bien Público” y no como un recurso narrativo para alimentar la legitimación gubernamental o como una herramienta simbólica que actúa como *commodity* para apoyar la dinámica de concentración económica.

EL DILEMA

De lo contrario, si el nuevo modelo de comunicación en la etapa del “Segundo Piso” estructural de la *Cuarta Transformación* de la República no impulsa el arquetipo auténtico de la comunicación de servicio público como un “Bien Público” y solo reconstruye una masiva nueva “Aguja Hipodérmica” gubernista con más perfeccionamiento tecnológico y ampliación de su cobertura territorial para inculcar la propaganda morenista a la nación; se volverá a provocar gradualmente una severa concentración de poder a nivel ideológico que ocasionará recurrentemente contradicciones sistémicas que afectarán la solidez del tejido social, estimulando que, tarde o temprano, exploten impidiendo el avance social. ☹