



DIARIO NOTICIAS WEB

LA CRÓNICA DIARIA DE MÉXICO Y EL MUNDO



Home ▶ LOS TITULARES

Medios de comunicación públicos: Aparatos de propaganda de la 4-T

Posted by Dr. Javier Esteinou Madrid | Date: febrero 27, 2023 | in: LOS TITULARES, OPINIÓN, TECNO Y VIRAL | Leave a comment |

Javier Esteinou Madrid*

La manifestación del 27 de noviembre de 2022

Derivado del fuerte impacto político que ocasionó la concentración ciudadana del 13 de noviembre de 2022 (13-N) en la opinión pública nacional para respaldar al INE y a la democracia nacional, el presidente Andrés Manuel López Obrador decidió convocar a otra “contra marcha” el 27 de noviembre de 2022 (27-N) para atenuar el efecto de la anterior expresión de protesta ciudadana y demostrar su músculo político ante el país.

Para ello, ordenó que un gran sector del Estado mexicano realizara un enorme despliegue de la maquinaria gubernamental apropiada para colaborar a organizar dicha mega manifestación desde el Ángel de la Independencia al Palacio Nacional en el Zocalo de la CDMX y con esto demostrar que la “política de masas” en las calles le seguía perteneciendo.

Canales de comunicación públicos: Aparatos de propaganda morenista

La implementación de la amplia “operación de Estado” para apoyar la política de masas de la *Cuarta Transformación* con la “Marcha del 27-N” no solo abarcó el apoyo económico y material para la movilización de grandes sectores, sino también fue fundamental el apoyo estratégico de flujos informativos gubernamentales a través de los medios de comunicación de servicio públicos de la sociedad mexicana.

Para ello, el gobierno desarrolló una amplia operación informativa de Estado en cadena nacional encabezada por el Sistema Público de Radiodifusión (SPREM) y apoyada por el Canal 11, **Canal 22**, Canal 14, 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) y diversos medios de gobierno de 12 entidades de la República Mexicana con objeto de promocionar unilateralmente dicha movilización encabezada por AMLO.

Así, en un sorprendente hecho comunicativo inédito que no se había perpetrado desde el surgimiento de los medios de difusión públicos en México, durante toda la mañana del 27 de noviembre de 2022 y algunos días subsecuentes, se montó una amplísima política informativa propagandista unilateral fuera de serie para cubrir aduladoramente tal magna concentración *lopezobradorista*.

La justificación gubernamental para realizar dicho operativo mediático se basó en la argumentación de intentar romper el “cerco informativo” creado por los medios privados contra el gobierno en turno. Mediante tal argumento el régimen vigente construyó otro “cerco informativo” oficialista de la izquierda populista para promocionar el evento político.

De esta forma, todos los bienes informativos, materiales y financieros de la comunicación de Estado se pusieron al servicio del presidente y de su proyecto, a quien la previa marcha ciudadana del 13-N le había irritado significativamente.

La prodigalidad de recursos públicos en beneficio de una causa partidaria y la ostentación con la que se desplegó esa operación oficial no se había visto en la historia moderna de la política mexicana. Pareció que regresamos a los viejos momentos de pleitesía oficial del Partido Revolucionario Institucional (PRI) donde toda la infraestructura comunicativa del Estado se utilizaba para ensalzar a presidentes, ministros y candidatos en tiempos que se suponían ya superados (Trejo, 2022).

Los nuevos “soldados mediáticos” del presidente

La transmisión especial en tiempo real de tal concentración por los medios de comunicación de servicio público confirmó el abandono de su misión medular para tutelar el derecho a la información, su tarea educativa, su objetivo cultural, su responsabilidad de comunicar con pluralidad, independencia y objetividad, etc.; para adoptar ahora una impresionante misión de aparatos de “ideologización mesiánica” cargada excesivamente de publicidad cortesana con objeto de alabar al gobierno reinante, sin ninguna revisión crítica de la gestión de la *Cuarta Transformación* durante sus primeros cuatro años de gobernabilidad.

Paradójicamente, a diferencia de los planteamientos centrales de respeto a los medios de comunicación de servicio público plasmados en la doctrina el “Nuevo Proyecto de Nación 2018-2024” de MORENA, dicho acontecimiento comprobó que así como acontece en los países totalitarios, se construyó una versión comunicativa del pensamiento único financiado con recursos públicos de los contribuyentes, convirtiendo a los medios públicos en los nuevos “soldados mediáticos” al servicio del proyecto del gobierno de la “Esperanza del Cambio”. Los medios públicos dejaron de ser públicos, de todos los ciudadanos, de toda la sociedad, con el fin de informar plural e imparcialmente a todo el país; y se tornaron en apéndices ideológicos “a modo” para legitimar al gobierno *lopezobradorista*.



Así, el *slogan* oficial con el que inicialmente se impulsó el promocional de 35 segundos para difundir la movilización desde los medios de información de servicio público, se denominó la “¡Marcha por la Transformación. Cobertura informativa Especial! (Domingo a partir de las 9 a.m.)”, amparado con los logotipos de siete instituciones de comunicación de Estado (AMEDI, 2022). Ello generó un fuerte paralelismo simbólico de naturaleza propagandista entre los contenidos de los canales públicos y el lema político del actual régimen que fue la *Cuarta Transformación*

Tal acción le restó independencia, pluralidad e imparcialidad a la tarea informativa estatal desde el inicio de la transmisión, pues fue un acto político directamente organizado, promovido y auspiciado por el gobierno del presidente Andrés Manuel López Obrador y sus seguidores, colocándola como una fuerte pieza ideologizante del régimen morenista y no una aportación profesional neutral de comunicación de servicio público democrático.

De esta forma, el objetivo de la televisión y la radio estatales fue realizar una cobertura especial de corte propagandista unificada de aproximadamente siete horas sobre la movilización popular y el éxito cuatrianual del gobierno del presidente de la República. Con este fin, los posicionamientos informativos de los conductores y sujetos entrevistados a lo largo de la extensa difusión adoptaron una posición partidista; alabaron las bondades del sistema vigente; la narrativa oficialista se volcó en aclamaciones desmedidas hacia el líder del Poder Ejecutivo; auto elogiaron las victorias de 4 años de la administración gubernamental; ensalzaron el nuevo discurso sobre el “humanismo mexicano” de AMLO; encumbraron la “marcha del pueblo” por el cambio del país; negaron la “operación de Estado”; elogiaron la oratoria triunfalista; desconocieron el acarreo de manifestantes a la concentración morenista; calificaron el hecho como una “fiesta patriótica”; estigmatizaron a la oposición política; desacreditaron la “marcha del 13-N” en defensa del INE y la democracia; descalificaron a la prensa independiente crítica; censuraron el modelo de comunicación de los medios privados; colmaron los mensajes gubernamentales de calificativos superlativos a favor del proyecto de “Reconstrucción Nacional” despreciando el respeto por la inteligencia de las audiencias; e incluso existió la osadía proselitista desde la radiodifusión pública de sugerir la orientación sectaria de cómo debería ser el futuro voto ciudadano para apoyar la continuidad de la 4-T en las siguientes elecciones presidenciales del 2024.

Los enfoques audiovisuales de la movilización gubernamental

Tuvieron toda la cobertura benévola de las televisoras y de las radios públicas, e incluso algunas privadas, evitando divulgar tomas visuales aéreas completas o abiertas sobre el avance de la manifestación y la reunión en la plaza del Zócalo donde no se observaba totalmente llenos los espacios humanos. Las piezas audiovisuales transmitidas incluyeron escenas de manifestantes, pancartas e imágenes favorables al Ejecutivo Federal. Dominaron las exaltaciones a las proclamas de la 4-T y las referencias de los locutores hacia los manifestantes como “compañeros” (casi de lucha) impropias del ejercicio periodístico profesional que exige una mínima distancia entre entrevistador y entrevistado (Villanueva, 2022).

Solo entrevistaron a personas simpatizantes o admiradores del presidente y nunca se vio ni escuchó una imagen diferente o una voz crítica (Ortega, 2022). Los analistas invitados fueron una sola voz en coro, sin ninguna opinión diferente a la narrativa oficial (Villanueva, 2022). Los testimonios recogidos agradecían ser beneficiarios de programas sociales como las ayudas económicas a los ancianos, las becas para estudiantes y acentuaron el rechazo a los partidos de oposición y la crítica a los gobiernos pasados, calificándolos de “corruptos” y “ladrones”. Abundaron los juicios de valor parciales de los *amlovers* que dañaron el derecho a saber de las audiencias.

De igual forma, el aparato de propaganda gubernamental también irrigó las redes sociales con mucho vigor para respaldar la “manifestación del pueblo”. Uno de los hilos de la narrativa digital más relevantes destacó que “¡caminarán los herederos de las luchas de Hidalgo, Morelos, Juárez, Madero, Zapata, Villa, Magón y el General Cárdenas. Serán las gestas y aspiraciones de obreros, campesinos, indígenas, estudiantes, maestros; de quienes sueñan con una patria para todos!” (Mauleón, 2022).



Finalmente, como complemento a dicha estrategia propagandista tácticamente orquestada “las plumas del régimen celebraron la más grande movilización de la izquierda que haya tenido memoria en el país, como si no se hubiera tratado de un acto de poder, de una concentración de Estado en la que el presidente más poderoso que ha existido en México en los últimos 30 años saliera a manifestarse en apoyo de sí mismo” (Mauleón, 2022).

Dicha tendencia informativa reflejó el comportamiento viciado de los medios públicos obligados por su ley de creación a ser espacios para la exposición de las diversas corrientes políticas e ideológicas, y plataformas para la exposición neutral de los hechos. Las televisoras y radiodifusoras de Estado operan con recursos del presupuesto público, por lo que están obligados a informar sin sesgos oficialistas para cumplir con su función de servicio público. De lo contrario se convierten en voces verticales y unilaterales de la hegemonía política dominante.

En síntesis, el sistema de radiodifusión del gobierno *lopezobradorista* no tomó distancia editorial a favor de los derechos comunicativos de las audiencias, sino optó por actuar como un apéndice mediático del sistema de poder del régimen de la 4-T, dejando de ser medios de comunicación de servicio público (Bravo, 2022). Con ello, los únicos que perdieron fueron los ciudadanos por no contar con información neutral y objetiva para formarse su propia opinión sobre los hechos, sino que fueron conducidos mediáticamente por los juicios de los grandes apóstoles de la *reconstrucción nacional*.

*Fuente: Aparatos de propaganda de la 4-T, medios de comunicación públicos, revista Siempre, No. 3622, Año LXVIII, Columna Comunicación, Fundación Pagés Llergo, Ciudad de México, México, 18 de diciembre de 2022, páginas 40 a 45, <http://www.siempre.mx/2022/12/medios-de-comunicacion-publicos/>

Fotos: Engin_Akyurt/guvo59

About The Author



Dr. Javier Esteinou Madrid

Profesor Distinguido en la UAM; Miembro del Sistema Nacional de Investigadores; Ex-vicepresidente (Fundador), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Consejero Ciudadano del Canal de Televisión del Congreso de la Unión. Miembro Honorario del Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Premio Nacional de Periodismo en 2004, en 2010 y en 2014. Miembro de la Academia Mexicana de las Ciencias (AMC). Autor de múltiples libros, ensayos especializados y artículos periodísticos sobre comunicación, cultura, información y política en México, América Latina y otros países.