

Obra protegida por derechos de autor

Elecciones 2024

México en la Encrucijada

**Neopopulismo o Libre mercado.
Consolidación o regresión ante el
nuevo modelo político de Morena**



Gerardo Vázquez y Antulio Sánchez (Coords.)

Topodrilo LIBROS

Colección Coyuntura

Obra protegida por derechos de autor

MÉXICO EN LA ENCRUCIJADA ELECCIONES 2024

Gerardo Vázquez y Antulio Sánchez
Coordinadores

Topodrilo LIBROS

México en la encrucijada. Elecciones 2024

Primera edición, mayo de 2024.

Diseño y elaboración de portada: Ediciones Cultur@lia.

Corrección de textos: Ediciones Cultur@lia.

Cuidado de la edición y maquetación en formato digital y papel: Ediciones Cultur@lia.

.

ISBN: **979-8-32-641986-6**

© 2024 Grupo Topodrilo.

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del Grupo Topodrilo.

ÍNDICE

Introducción Gerardo Vázquez	11
La paradoja de votar: Participación electoral en México 2024 Marcela Ávila-Eggleton	37
Morena en las elecciones subnacionales 2024: ¿un nuevo modelo de interacción multiterritorial? Javier Rosiles Salas	51
El proceso electoral 2024 y las propuestas de reforma electoral que lo circundan Jaime Cárdenas Gracia	77
Perspectiva y prospectiva del plan «C» Juan Reyes del Campillo Lona	109
El padrón y las preferencias electorales Héctor H. Hernández Bringas	125
AMLO, el populismo y la nostalgia por el presente Israel Covarrubias y Cristhian Gallegos Cruz	143
Pasado presente: disonancias democráticas de la izquierda Víctor Hugo Martínez González	161
Elecciones 2024: ¿México hacia el maximato o la diarquía? José Ramón López Rubí C.	183

Elecciones 2024 y la reedición del autoritarismo posrevolucionario	203
Rosa Albina Garavito Elías	
Y líbranos, señor, de las supermayorías. La elección mexicana de 2024	221
Rodolfo Soriano-Núñez	
2024: dos visiones de país. Del pacto por México a la 4T.2	249
Felipe López Veneroni	
2 de junio: elección de Estado	265
Telésforo Nava Vázquez	
2024 en México, elecciones ¿Proyectos alternativos de nación o regreso de la clase política?	281
Rodolfo Uribe Iniesta	
La repetición de la repetición de la repetición...	295
Sara Sefchovich	
¿Qué tienen en la cabeza?	317
Ricardo de la Peña	
Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática de Estado en México	331
Javier Esteinou Madrid	
Autonomía e imparcialidad de los órganos electorales	371
Daniel Adame Osorio	
¿Otro sexenio de 4T? El poder y la prensa oficialista	387
Rogelio Villarreal	
El entorno económico del proceso electoral: El contexto	405

macroeconómico del gobierno de AMLO (2018-2024)

Jorge Hernández y Alejandro Toledo

El abuso de Plataformas Digitales e Inteligencia Artificial 427
frente a las elecciones de México 2024

Carlos Adolfo Piña García

Representación femenina en los Poderes Legislativo y Eje- 437
cutivo, y su impacto en las candidaturas presidenciales en
México, 2024

Martha Elisa Nateras González

El desabasto de medicamentos: orígenes y solución 459

Xavier Tello

La geopolítica de la elección presidencial 479

Javier Santiago Castillo

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática de Estado en México

Javier Esteinou Madrid*

I. La participación electoral en 2024

El Proceso Electoral 2023-2024 será el suceso de renovación de poderes públicos más grande que ha tenido México a lo largo de toda su historia. En dicha dinámica comicial participarán 98,799,321 ciudadanos para celebrar múltiples selecciones federales y estatales, con la concurrencia de las 32 entidades federativas para elegir 20,375 cargos de representación popular. De estas responsabilidades, 629 serán cargos federales conformados por una

*«Profesor Distinguido», Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-X), e «Investigador Emérito», Sistema Nacional de Investigadores (SNI), Conacyt, México, jesteinou@gmail.com; Premio Nacional de Periodismo (PNP) en tres ocasiones: en 2004 (Consejo del Premio Nacional de Periodismo), en 2010 y en 2014 (Club de Periodistas de la Ciudad de México). Premio Nacional de Comunicación «Pagés Llergo 2011» (*Revista Siempre y Fundación Pagés Llergo*). Medalla de Plata «Gabino Barreda» 1985 (UNAM). Premio Nacional de Ensayo, Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública de Quintana Roo (ITAIPQROO), 2008. «Premio Internacional de Investigación CIESPAL-Frederick Ebert», 1984, Quito, Ecuador. Autor de múltiples libros, ensayos especializados y artículos periodísticos sobre comunicación, cultura, información y política en México, América Latina y otros países.

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

presidenta o presidente de la República Mexicana, 128 cargos de senadoras y senadores de la República, 500 cargos de diputadas y diputados de la Cámara Baja. De igual forma, se seleccionarán 19,746 cargos locales compuestos por 9 gubernaturas, 1,098 miembros de Congresos locales, 1,803 presidencias municipales, 14,429 regidurías municipales, 1,976 sindicaturas y 431 cargos auxiliares (Instituto Nacional Electoral, 2024).

II. El acceso a la comunicación social

Con el fin de ejercer su voto en los comicios de 2024, los ciudadanos tendrán que informarse sobre la existencia de los distintos candidatos a los cargos de representación popular y sus respectivos ofrecimientos partidistas para cada función política. Para ello, los partidos políticos y sus contendientes tendrán acceso a 3,726 estaciones de radio y canales de televisión que integrarán el catálogo oficial de medios, de los cuales, 2,304 serán estaciones de radio y 1,422 corresponderán a estaciones de televisión. Mediante ello, los partidos podrán difundir, del 20 de noviembre de 2023 al 29 de mayo de 2024, un total de 57,317,058 promocionales pautados, con el fin de dar a conocer a sus postulantes y respectivos proyectos del Proceso Electoral Federal (*Aristegui Noticias*, 2023a).

De aquí, la enorme importancia de examinar rigurosamente cuál es la función que desempeñaron los medios públicos de comunicación de Estado dentro del proceso federal electoral de 2024 en la República mexicana.

III. El marco jurídico de los medios de comunicación públicos

Dentro del marco histórico de transformación de poderes públicos en 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 decidió no crear la *Ley de Medios Públicos* que prometió realizar desde hace muchos años para delimitar con precisión su

misión, realidad y funciones. Sin embargo, pese a este vacío jurídico medular, 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.

Por consiguiente, no obstante que aún no existe una legislación robusta que defina con mayor exactitud la esencia y actuación de los canales públicos ante la sociedad, las normatividades anteriores sí contribuyeron a delimitar algunas directrices básicas que deben cumplir todos los medios de comunicación de Estado de servicio público. Tales derechos son, por lo menos, las siguientes doce normas en el ámbito de las políticas de información, de participación ciudadana y de ofrecimiento del servicio público: 1. Respetar el derecho a la información, evitando la censura previa. 2. Conservar su independencia editorial ante el poder, manteniendo autonomía de los intereses particulares, políticos y económicos de funcionarios y de gobiernos locales, estatales o federales. 3. Compromiso ético con la información objetiva, veraz y plural. 4. No utilizar recursos públicos para realizar propaganda. 5. Acatar informativamente los derechos humanos. 6. Ajustarse plenamente al criterio de pluralismo político, social y cultural del país. 7. Prohibir la discriminación comunicativa de cualquier tipo. 8. 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. 9. Rendir cuentas transparentes. 10. Establecer garantías de participación ciudadana. 11. Crear y aplicar reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales. Y, finalmente, 12. Mantener pautas claras

para ejercer la transparencia y rendición de cuentas, defensa de sus contenidos y opciones de financiamiento.

En síntesis, con la aplicación sistemática de tal instrumental jurídico-conceptual se podrá precisar si un canal de difusión de Estado cumple con su función de generar y ofrecer la información colectiva como un «bien público» o si la maneja patrimonialista como un recurso de legitimación de intereses políticos coyunturales o estructurales.

IV. Los canales públicos en el proceso electoral 2023-2024

Tomando en cuenta el marco jurídico anterior, al comienzo del nuevo régimen de la *Cuarta Transformación* histórica (4-T), el gobierno 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 diversas bases fundacionales de operación como fueron cumplir con la independencia, objetividad, neutralidad, equidad, pluralidad, equilibrio, ética, legalidad, transparencia, etcétera, 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 (del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM)) y muchos otros medios de gobierno de las entidades de la República Mexicana (*Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, 2022).

Con dichos lineamientos y otras delimitaciones regulatorias complementarias, quedó conformado el contexto de acción de la comunicación de servicio público en el régimen de la «Nueva esperanza del cambio».

V. Los medios públicos en el régimen de la Cuarta Transformación

Para comprender el rol que desempeñaron los medios de comunicación de Estado en el proceso electoral de 2024 bajo el gobierno de la *Cuarta Transformación*, se requiere considerar el funcionamiento de dos complejas mecánicas básicas de difusión colectiva que se utilizaron para informar a la sociedad, las cuales operaron diferenciadamente y se mezclaron dinámicamente según las necesidades coyunturales de cada momento político. Dichas grandes estrategias fueron las dos siguientes: la mecánica de la diferenciación ante los medios comerciales y la mecánica de legitimación ideológica del régimen vigente.

La antítesis comercial

En un primer momento, en la etapa de la diferenciación frente a los medios comerciales, los canales de Estado se caracterizaron por emplear la estrategia de transmitir con buena calidad, originalidad y empeño múltiples flujos de mensajes muy valiosos de carácter educativo, cultural, informativo, de entretenimiento y de opinión. Tal programación se concretizó a través de la realización de destacadas mesas de opinión, segmentos tele-educativos pertinentes, películas novedosas, cápsulas sobre el discurso oficial, musicales exitosos, capítulos culturales, noticiarios sistemáticos, miniseries atractivas, caricaturas divertidas, conciertos del momento, programas para jóvenes, documentales históricos, revistas hogareñas *sui generis*, divulgación científica interesante, comedias simpáticas, 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, et-
cétera, que intentaron desempeñarse como destacados espacios informativos, diferentes al modelo de difusión mercantil (Cueva, 2023: 44).

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

En este sentido, se puede decir que en dicho nivel los medios públicos cumplieron decorosamente con la aportación a la sociedad mexicana de una alternativa de comunicación diferente a la oferta informativa de los medios comerciales privados.

Los nuevos «soldados mediáticos» de la 4T

En un segundo momento, sin embargo, durante la etapa propiamente electoral, los medios públicos se distinguieron por ejercer una función de legitimación de las coordinadas políticas coyunturales del sistema de gobernabilidad nacional. De esta forma, pese al establecimiento de las importantes normatividades fundamentales sobre la comunicación de servicio público, los medios de difusión de Estado no pudieron mantener su autonomía y sucumbieron ante las presiones de las fuerzas del poder estatal establecido, con el fin de contribuir a la reproducción ideológica de la gobernabilidad reinante.

De este modo, no obstante el marco reglamentario establecido sobre la comunicación pública, en los tiempos políticos álgidos del sexenio, los canales de difusión de Estado abandonaron rápidamente su misión de servicio público y se convirtieron en aparatos ideológicos de legalización del proyecto de gobernabilidad *lopezobradorista*. Consecuentemente, en tales períodos cruciales para definir 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 llegar a funcionar como los nuevos «soldados mediáticos» de la *Cuarta Transformación*.

De esta forma, el paradigma de la comunicación política gubernamental para edificar el proyecto ideológico de reconstrucción del país se diseñó bajo la estrategia emisora del «nado sincronizado» que alineó uniforme, acrítica y simultáneamente el funcionamiento proselitista de los diversos medios de comunicación de Estado de servicio público alrededor de una misma dirección perceptiva con

la mira de fortalecer una idéntica causa, mentalidad, valores, narrativa, situación, personaje, movimiento, partido, proyecto, lineamiento, etcétera, favorable al gobierno en turno. En consecuencia, violando sus normatividades y bajo el argumento de ejercer la «libertad editorial», se implementó en los canales de comunicación públicos una práctica persuasiva para cobijar las políticas de gobernabilidad del nuevo sistema político, a través de noticiarios, entrevistas selectivas, transmisiones remotas, programas especiales, cápsulas políticas, «revistas culturales», publicidad institucional, crónicas *a modo*, insertos informativos coyunturales, parodias políticas, producciones excepcionales, reportajes gubernamentales especiales, etcétera.

Dichos métodos de comunicación justificadora se estructuraron bajo las siguientes cuatro tácticas diferenciadas de persuasión colectiva para intentar construir la nueva hegemonía morenista en el país: elaboración de directrices noticiosas *a modo*, creación de series o programas propagandistas especiales, favorecimiento electoral del oficialismo y la aplicación de «linchamientos informativos» selectos.

A. Elaboración de directrices noticiosas a modo

En cuanto a la táctica de crear directrices noticiosas generales *a modo* para legitimar al sistema político, la radiodifusión pública del Estado mexicano propaló diversos flujos informativos con el fin de resguardar las acciones del gobierno de la *Cuarta Transformación*. Algunos ejemplos que ilustraron dicha maniobra ideológica fueron los tres siguientes: la defensa de las políticas de gobernabilidad de la 4-T; la creación de un noticiario oficialista y la manipulación de la «Hora Nacional», entre otros.

Defensa de las políticas de gobernabilidad de la 4T

Un primer elemento que permitió la salvaguardia ideológica de las políticas del gobierno *lopezobradorista* fue la implementación de

constantes flujos informativos legitimadores del mismo. Así, en 2019, los medios públicos sostuvieron que era conveniente la cancelación del nuevo aeropuerto en la Ciudad de México por juzgar que correspondía a un proyecto dependiente de la «mafia del poder». Durante 2021 realizaron 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.

A lo largo de 2022, legitimaron el proceso de «Revocación de Mandato» del Poder Ejecutivo. Devaluaron informativamente la protesta civil masiva que realizaron los ciudadanos independientes y opositores para defender la democracia y la existencia autónoma del Instituto Nacional Electoral (INE).

Durante 2023, despreciaron la enorme manifestación civil del 26 de enero contra el «Plan B» presidencial de reforma constitucional. Impulsaron ideológicamente el festejo del aniversario del quinto año de gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Exaltaron 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. Normalizaron la crítica del gobierno contra los magistrados del *Supremo Tribunal de Justicia* ocasionado por la cancelación de la totalidad del «Plan B». Apadrinaron incondicionalmente la dinámica burocrática de creación de los nuevos libros de texto gratuitos de la Secretaría de Educación Pública y sus contenidos pedagógicos erráticos. Potenciaron electoralmente la figura de los diversos candidatos morenistas («*corcholatas*») a la presidencia de la República para el 2024, especialmente de la Dra. Claudia Sheinbaum Pardo (Juárez, 2023). Desdeñaron el nombramiento de Xóchitl Gálvez Ruiz como candidata de la oposición a la jefatura del próximo gobierno, etcétera, donde el rol informativo de la radio y la TV pública, así como de algunos periódicos pro gobiernistas, favorecieron abierta, acrítica y unilateralmente los posicionamientos centrales

de la *Cuarta Transformación* para la legalización de la administración *lopezobradorista*.

En el transcurso de 2024, alentaron la ratificación de la Lic. Ernestina Godoy al frente de la Fiscalía General de Justicia de la Ciudad de México (FGJCDMX) por cuatro años más y, al perder la votación en el Congreso de la Ciudad de México (CDMX), criticaron el papel desempeñado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Acción Nacional (PAN) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD), sugiriendo que era una venganza política de la oposición (*Animal Político*, 2024a). Estimularon narrativamente el paquete de 20 reformas constitucionales enviadas por AMLO al Poder Legislativo, no obstante que algunas de ellas, como el incremento de las pensiones; la elección de jueces, magistrados y ministros por voto popular; la eliminación de las candidaturas plurinominales para diputados y senadores, etcétera, podrían dañar significativamente la democracia y la economía en México (Rojas, 2024). En suma, los medios públicos, durante el régimen de la izquierda lopezobradorista, funcionaron como herramientas de propaganda gubernamental (Zócalo, 2024).

Creación de un noticiario oficialista

Un segundo elemento a través del cual los medios de difusión de Estado desequilibraron la equidad electoral de la contienda presidencial 2023-2024 fue la creación, el 8 de enero de 2024, del noticiario estelar «Punto de Referencia» por el Canal 14 del SPREM y el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (IPN). A su vez, este informativo fue retransmitido en una gran cobertura por Canal 22 (Secretaría de Cultura), Canal 34.1 del Sistema Mexiquense de Medios Públicos (TV Mexiquense), Capital 21 (Gobierno de la CDMX), el Sistema de Comunicación e Información (SICOM) del estado de Puebla, Radio y Televisión de Veracruz (RTV), Radio IPN, Altavoz Radio (del SPREM), Canal 8.2 Más Sudcalifornia (Instituto Estatal de Radio y Televisión de Baja California Sur), la red de estaciones del Instituto Mexicano de la

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

Radio, las plataformas de *streaming* de los canales públicos MXplus y ONCE+, entre otros vehículos más de difusión (Cueva, 2024).

Dicho noticiario surgió con el pretexto de combatir el cerco informativo de los medios privados contra el gobierno de la *Cuarta Transformación*, sustituyendo otros espacios informativos de los medios de difusión del Estado mexicano, transmitiéndose de lunes a viernes a las 21:00 hrs., retransmitiéndose el mismo día por la noche a las 23:00 hrs. por Canal 11, y reforzando su penetración con la redifusión al día siguiente por la mañana, a las 6:00 hrs., por Canal 14. De igual forma, se impulsó vía las redes sociales a través del ciberespacio de las plataformas de *streaming* X(@ReferenciaMex), Facebook (PuntoDeReferenciaMex), Instagram (@referenciamex), *TikTok* (@referenciamex), *YouTube* (ReferenciaMex) y *Threads* (referenciamex), con el fin de llegar a la mayor cantidad de audiencias en el territorio nacional (Zócalo, 2024).

Así, con objeto de cumplir con el derecho a la información veraz, oportuna, creíble y de servicio al interés general de las audiencias, el noticiario «*Punto de Referencia*» pretendió «llenar un espacio televisivo que reclamaban las audiencias mexicanas para desmentir las campañas de desinformación, aportar elementos informativos, exponer reportajes especiales, crónicas, entrevistas y sondeos con la ciudadanía que permitieran comprender e interactuar en la transformación de la sociedad mexicana» (Higuera, 2024). De esta manera, a través de dicho género informativo se trató de presentar información verás, con datos duros, la verdad en contexto que no se encuentra en otros medios, para competir contra los mensajes de la radiodifusión privada nacional e internacional, desmintiendo a las personas e instituciones que atacan a AMLO y a su proyecto de gobierno de cambio social. Todo ello, con la intención de que el público se pudiera formar una opinión propia distinta sobre los principales acontecimientos nacionales (*Regeneración*, 2024).

Por ello, la importancia de crear este sistema noticioso no fue un hecho irrelevante en México, sino que representó una acción de gobernabilidad muy estratégica en términos ideológico-políticos. Esto debido a que la televisión y la radio nacionales estaban

muy lejos de solo ser dispositivos de acompañamiento tecnológicos para los espectadores, pues en última instancia, eran un sistema de producción cultural con la capacidad de reproducir simbólicamente ante los públicos una versión determinada de la realidad, según fueran los intereses específicos de los emisores. Además, el género noticioso se convirtió en el instrumento comunicativo más eficaz para dar a conocer masiva, instantánea y persuasivamente a las comunidades lo que está sucediendo en su entorno y, con ello, influir sustancialmente sobre la forma de conocer, de sentir y de actuar colectivamente de los ciudadanos en sus vidas cotidianas.

En esta forma, según sus impulsores, «*Punto de Referencia*» se ubicó como un relevante «esfuerzo periodístico para afrontar mejor la predominante desinformación sobre la cosa pública y la *Cuarta Transformación* en el último tramo de la administración del presidente Andrés Manuel López Obrador, acosado por los empresarios «periodísticos» que perdieron mucho dinero en los últimos cinco años, pero también audiencia y credibilidad porque se concentraron demasiado en los negocios en demérito de la información y el comentario» (Índice Político, 2024).

Sin embargo, el noticiario «*Punto de Referencia*» muy rápidamente abandonó su vocación ecuménica inicial de tratar de promover el derecho a la información y las garantías comunicativas irradiando a los auditorios información neutral, objetiva e imparcial sobre los sucesos medulares del país, y se convirtió sistemáticamente en una herramienta propagandista para legitimar las acciones de gobierno del primer mandatario Andrés Manuel López Obrador y de su proyecto ideológico sobre la *Cuarta Transformación*. Así, el noticiario dejó de ser un espacio de difusión social y se transformó en un «fusil mental» o en un «noticiario chairó» para combatir a quienes el gobierno consideraba sus enemigos políticos por no pensar dentro de los cánones de los evangelios del sistema de la «Revolución de las conciencias».

En este sentido, a través de las interpretaciones cotidianas propaladas por la red informativa de «*Punto de Referencia*» se intentó crear una *Agenda Setting* políticamente pro-morenista con el fin

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

de reconstruir con «otros datos» una versión *a modo* del panorama nacional oficial, y conquistar nuevos adeptos para alimentar la causa del movimiento «Juntos haremos historia».

Con ello, los medios de comunicación de Estado involucrados en tal proyecto renunciaron a su misión constitucional de promover la comunicación de servicio público y se transformaron en instrumentos mediáticos bélicos para participar en la guerra ideológica del México moderno de la segunda década del siglo XXI.

La manipulación de la «Hora Nacional»

Finalmente, un tercer elemento de comunicación proselitista, que contribuyó significativamente a vigorizar a los candidatos oficialistas del proceso electoral de 2024, se dio a través de la manipulación de algunos espacios del programa de la «Hora Nacional» para promover la imagen de la Dra. Claudia Sheinbaum Pardo como candidata a la presidencia de la República de la alianza gobiernista «Sigamos haciendo historia».

Contrariamente a la naturaleza eminentemente científico-cultural para la integración nacional y no partidista de la «Hora Nacional» desde hace 86 años y que se transmite a través de 1,700 radiodifusoras en el territorio mexicano, retransmitiéndose por las plataformas *Facebook*, *YouTube*, *X* y *TikTok*, el gobierno federal involucró dicho programa en el proceso electoral de 2024. Así, durante el período de precampaña del 3 y 10 de diciembre de 2023 y el 14 de enero de 2024, se destinaron a través del segmento titulado «Del dicho al hecho» diversos momentos de sus emisiones para improcedentemente, por una parte, «aclarar» o «deslindar» a la precandidata presidencial del *Movimiento de Reconstrucción Nacional (Morena)* en torno a informaciones falsas, promover los programas del presidente López Obrador, y hablar de sus obras cuando fue Jefa de Gobierno de la Ciudad de México (García, 2024a). Mediante dicha táctica discursiva, se intentó beneficiar la imagen de Claudia Sheinbaum alterando las reglas de imparcialidad y equilibrio informativo en los comicios (Aristegui Noticias, 2024d).

Mediante tal acción se violó el modelo de comunicación política establecido para la contienda electoral del 2024, pues se realizó propaganda con recursos públicos que estaba prohibido y no se respetaron los principios de neutralidad política, respeto a la competencia política y equidad electoral que estaban obligados a cumplir (García, 2024b).

Frente a ese evento desconcertante la *Cámara Nacional de la Industria de Radio y TV (CIRT)* recomendó a sus afiliados no transmitir el programa de la «Hora Nacional» a partir del domingo 24 de marzo de 2024, pues debido a la parcialidad política practicada los concesionarios podrían quedar involucrados en el grave riesgo de ilegalidad y, en consecuencia, ser sancionados por su difusión (Aristegui Noticias, 2024c). Ante tal irregularidad, algunas estaciones de radio del Valle de México como *W Radio*, *Los 40 Principales* y *La Ke Buena* no programaron la difusión nocturna de la «Hora Nacional» los domingos, hasta que la Secretaría de Gobernación los obligó a volver a retransmitirla (Aristegui Noticias, 2024b).

B. Difusión de propaganda sectaria

Con relación a la estrategia de elaboración de series o mensajes propagandistas, paralelamente en esta fase, se introdujeron programas de parodia, revista de entretenimiento, humor negro, 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. Algunos ejemplos de esta táctica fueron la creación de series o programas propagandistas especiales, y el debilitamiento o anulación informativa de las protestas ciudadanas

Series o programas ideologizantes

Un primer caso de espacios propagandistas destacó a través de la presencia de programas especiales como *Me canso ganso*, *John y Sabina*, *La maroma estelar* (Monterrosa, 2021a), *De buena fe* (Monterrosa,

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

2019b), *Chamuco TV* (*El Universal*, 2019), *Operación Mamut* (TV y Cine, 2023) y otros más, que abandonaron la posición informativa neutral, meridiana y objetiva que deben mantener los medios de comunicación de Estado, para encaminarse a realizar un claro proselitismo político con recursos públicos.

Así, «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 y algunos de sus invitados consideraban que eran personas críticas del gobierno, y también hacia quienes expresaban inconformidad con esos contenidos» (Ortega, Patricia, 2012: 131).

Debilitamiento o anulación informativa de las protestas ciudadanas

Un segundo caso que demostró el consentimiento oficialista de los principales medios públicos en el país, especialmente del Sistema Público de Radiodifusión, Canal 11, Canal 22, Canal 14, TV Capital 21 de la CDMX, el Instituto Mexicano de la Radio, Radio Educación, Radio Altavoz y diversos canales de gobierno públicos de 12 entidades de la República Mexicana para legitimar informativamente al gobierno de la izquierda populista (*Asociación Mexicana de Derecho a la Información*, 2022) fue la conducta sesgada que tuvieron la radio y la televisión pública frente a la difusión de la manifestación pacífica celebrada el 13 de noviembre de 2022 por los ciudadanos opositores al régimen vigente. Dicha movilización civil se realizó civilizada y organizadamente para defender la existencia del INE ante la intensión del gobierno morenista de apoderarse del mismo, a efecto de crear un organismo *a modo* que permitiera manejar los comicios nacionales y restarle su independencia ciudadana, ocasionando futuros riesgosos para la democracia nacional.

Sin embargo, la programación de los medios de comunicación de Estado descalificó tal iniciativa ciudadana, presentándola

como una acción reaccionaria que se oponía al progreso de la sociedad mexicana.

A su vez, como contrapunto, fue notoria la posición legalizadora y triunfalista que los mismos canales de Estado de servicio público tuvieron durante la transmisión de la contra marcha de respuesta organizada el 27 de noviembre de 2022 por el gobierno de Morena, para demostrar su músculo político. Con este objetivo se montó una amplísima estrategia informativa de propaganda gobiernista unilateral fuera de serie para cubrir aduladoramente la magna concentración *lopezobradorista* (Esteinou, 2023f; y Esteinou 2023, 2023d).

C. Favorecimiento electoral del oficialismo

La principal evidencia del uso unilateral de los medios públicos por parte del régimen se comprobó a través del monitoreo electoral realizado por la *Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)* durante la fase de precampañas para la presidencia de la República del 20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024.

Cuadro 1.
Tiempo de cobertura de los medios públicos mediante programas informativos y debate durante las precampañas electorales (20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024)

Precandidatura	Tiempo	Proporción (%)
Claudia Sheinbaum	17:43:14	54
Xóchitl Gálvez	13:45:07	42
Samuel García	01:14:17	4
Jorge Álvarez Maynez	00:24:38	1
Total	33:07:16	100

Fuente: *Animal Político* (2024b: 3).

Dicho análisis sobre noticieros, espectáculos, revistas, debates, opinión y análisis político reflejó que las directrices informativas de los principales medios de comunicación de Estado de servicio público apoyaron prioritariamente a la figura de la candidata

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

Claudia Sheinbaum Pardo al gobierno de México y les dieron espacios muy secundarios a los otros contrincantes de la oposición. De esta forma, el tiempo de cobertura destinado por los medios públicos a los diversos candidatos, fue el siguiente: Claudia Sheinbaum Pardo ocupó el 54 por ciento; Xóchitl Gálvez Ruiz el 42 por ciento; Samuel García Sepúlveda el 4 por ciento; y Jorge Álvarez Máynez el 1 por ciento (Cuadro 1).

Dentro de este escenario mediático, los contenidos de los programas *Debate Público* (del SPREM), *Once Noticias* (Canal 11) y *Noticias Primera Emisión* (IMER) en los canales de difusión públicos, se centraron en el apoyo proselitista a la candidata oficial, Claudia Sheinbaum, y se les destinó menos atención mediática a los candidatos de la oposición. De esta manera, el informativo *Debate Público* le destinó a Claudia Sheinbaum Pardo 4:13:52 hrs; a Xóchitl Gálvez 1:41:21 hrs; a Samuel García 0:01:54 hrs; y a Jorge Álvarez Máynez 0:00:00 hrs. El informativo *Once Noticias* le otorgó a Claudia Sheinbaum Pardo 5:06:40 hrs; a Xóchitl Gálvez 4:16:01 hrs; a Samuel García 0:22:15 hrs; y a Jorge Álvarez Máynez 0:03:29 hrs. Y el noticiario «Noticias Primera Edición» le dedicó a Claudia Sheinbaum Pardo 4:06:59 hrs; a Xóchitl Gálvez 3:19:12 hrs; a Samuel García 0:11:03; y a Jorge Álvarez Máynez 0:04:55 hrs. (Cuadro 2).

Cuadro 2
Tiempo destinado por los medios públicos a través de diversos programas informativos y de debate durante las precampañas electorales (20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024)

Programa	Debate Público	Once Noticias Matutino	IMER Noticias Primera Edición	Once Noticias Meridiano	Primer Plano	Prisma RU	IMER Noticias Segunda Emisión	Señal Informativa
Claudia Sheinbaum	04:13:52	05:06:48	04:06:59	01:28:39	00:55:12	00:58:41	00:47:02	00:06:01
Xóchitl Gálvez	01:41:21	04:16:01	03:19:12	01:26:44	01:14:42	00:56:44	00:44:05	00:06:18
Samuel García	00:01:54	00:22:15	00:11:03	00:09:41	00:08:07	00:15:44	00:03:22	00:02:11
Jorge Álvarez Máynez	00:00:00	00:03:29	00:04:55	00:01:06	00:00:00	00:06:31	00:08:19	00:00:18

Fuente: *Animal Político* (2024b: 3).

México en la encrucijada. Elecciones 2024

De igual forma, en cuanto a la difusión de notas positivas y negativas, se observó que los medios públicos también crearon una imagen mayoritariamente positiva de la postulante gobiernista y menos favorable de los otros contendientes, especialmente de la coalición «Fuerza y Corazón por México» (FCM). Así, Claudia Sheinbaum Pardo obtuvo 36 referencias favorables y cuatro negativas; Xóchitl Gálvez Ruiz tres alusiones positivas y 33 negativas; Samuel García Sepúlveda cinco referencias positivas y dos negativas; y Jorge Álvarez Máynez cero positivas y cero negativas (Cuadro 3 y Cuadro 4).

Cuadro 3
Valoraciones narrativas de los medios públicos sobre los candidatos presidenciales (20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024)

	Negativas	Positivas	Total
Xóchitl Gálvez	33	3	36
Claudia Sheinbaum	4	36	40
Jorge Álvarez Máynez	0	0	0
Samuel García	2	5	7
Total	39	44	83

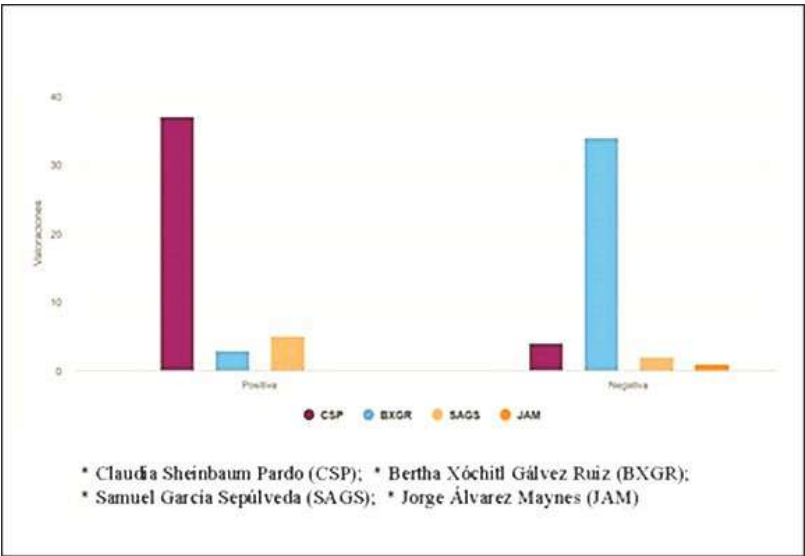
Fuente: *Animal Político* (2024b: 3).

En el mismo sentido, durante la construcción de la imagen positiva de la candidata de la coalición *Sigamos haciendo historia*, perteneciente al sistema político reinante, dos espacios del noticiario *Once Noticias* del Canal 11 fueron los instrumentos que más colaboraron a consolidarla. Algunas de las expresiones maniqueas utilizadas para edificar este marco político-semántico polarizante fueron las siguientes: por un lado, en contra de Xóchitl Gálvez Ruiz se difundió «¡Las cosas van mal para la oposición y para su candidata Xóchitl Gálvez, que cada día se aleja más de las preferencias del electorado!», o «¡Las cosas pintan mal para la oposición rumbo al 2024!». Por otro lado, a favor de Claudia Sheinbaum Pardo se expresó «¡Si las elecciones fueran en estas fechas, Claudia Sheinbaum se convertiría en presidenta de la República con un amplio margen sobre Xóchitl Gálvez!»; o «¡Morena está arrasando en las preferencias electorales!» (Animal Político, 2024: 24). Finalmente, por otro lado, sobre Jorge Álvarez Máynez

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

se afirmó «¡En último lugar está Jorge Álvarez Máynez, con apenas 2 %!», o «¡Es un ilustre desconocido. Hasta ahora no está teniendo eventos públicos, pero sí propone más debates!» (*Instituto Nacional Electoral*, 2024).

Cuadro 4
Estimaciones positivas y negativas sobre los precandidatos a la presidencia de la república en la programación de los medios públicos (20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024)



Fuente: Instituto Nacional Electoral, 2024.

De esta manera, con tal estrategia político-publicitaria en estos noticiarios, Claudia Sheinbaum Pardo obtuvo 27 referencias favorables y tres negativas; Xóchitl Gálvez Ruiz 30 alusiones negativas y cero positivas; Samuel García Sepúlveda dos referencias negativas y dos favorables; y Jorge Álvarez Máynez cero positivas y cero negativas (Cuadro 5).

Por ende, el comportamiento ejecutado por los medios de comunicación públicos durante las precampañas electorales de 2023-2024 constató que estos no cumplieron con su vocación de servicio público, pues no fueron neutrales, independientes e imparciales, sino al contrario, actuaron unilateral, inequitativa y

subordinadamente para favorecer la figura de Claudia Sheinbaum Pardo de la alianza política gobiernista, al otorgarle mayor tiempo de difusión y más valoraciones positivas. En ese sentido, los medios de difusión de Estado no respetaron las reglas electorales constitucionales medulares e ilegítimamente votaron con anticipación a favor del régimen dominante a través de la implementación de sus directrices informativas sesgadas (Bravo, 2024a).

Cuadro 5
Valoraciones positivas y negativas en dos noticiarios privilegiados del Canal 11 (20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024)

	Negativas	Positivas	Total
Xóchitl Gálvez	30	0	30
Claudia Sheinbaum	3	27	30
Jorge Álvarez Maynez	0	0	0
Samuel García	2	2	4

Fuente: *Animal Político* (2024b: 4).

Sintetizando, los canales de difusión de Estado votaron a favor del triunfo electoral del proyecto de la *Cuarta Transformación* en las elecciones de 2024, renunciando a su naturaleza constitucional de neutralidad y equidad como medios de comunicación de servicio público.

D. «Linchamientos mediáticos» selectos

Sobre la táctica de generar «linchamientos mediáticos» selectos, ciertos medios públicos crearon «piezas en video dedicadas a denostar a 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» (*Notilegis*, 2022).

Algunos de los aspectos más claros de esta maniobra de ejecuciones ideológicas abiertas amparadas en una supuesta «libertad de expresión» y en el ejercicio de una «política editorial autónoma» del emisor, fue, por ejemplo, la transmisión inaudita en Canal 11 de las piezas televisivas denominadas *Mujer, casos de la piña real* en el programa *El Mamut*. Tal acción fue un espacio sin precedentes en la televisión pública, pues su núcleo discursivo giró alrededor de juicios hirientes, descalificadores, ridiculizadores e incluso vejatorios sobre la persona de la ministra Norma Lucía Piña, presidenta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, expuestos en un momento político caracterizado por una gran polarización promovida por AMLO y sus seguidores (*SDP Noticias*, 2023). A través de este espacio se fomentó el discurso de odio contra la magistrada Piña, pues se culpabilizó, ridiculizó, ofendió, estigmatizó, difamó e intimidó mediante el género de la comedia a quien representaba la jefatura de uno de los tres poderes de la Unión. Fue la pérdida absoluta de respeto en cadena nacional de la división de poderes constitucionales que forma parte de nuestro Estado republicano y la práctica de una violencia política de género sin antecedentes (*La silla rota*, 2023).

Dicho manejo manipulador del caso, violentó el marco legal y de civilidad comunicativa por las siguientes siete razones:

1. Buscó asociar de manera falsa, errónea e inconstitucional el nombre de la ministra Norma Piña con resoluciones judiciales injustas, realizando violencia política misógina de género en agravio de sus derechos al honor y a la propia imagen (*La silla rota*, 2023).
2. Transgredió el Artículo 226°, inciso II, de la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, que mandata que deben “evitarse transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas» (*Ley Federal de Telecomunicaciones*, 2021: 1-2). De igual forma, quebrantó el Artículo 256°, inciso VIII, de la misma normatividad, que postula que «en la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda

discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, 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» (*Ley Federal de Telecomunicaciones*, 2021: 1-2).

3. Vulneró el *Código de Ética* del Canal 11, que afirmaba que este medio «tiene como función la extensión y difusión de la educación y la cultura». Entonces, ¿cómo se podría sustentar que mentir y, con ello, lastimar el honor y la propia imagen de la ministra Piña es extender «la educación y la cultura»? (*Proceso*, 2023: 58).
4. Contravino el *Código de Ética* del Canal 11 que dispone que dicha institución televisiva «goza de independencia editorial en la evaluación, selección, producción y emisión de sus contenidos, guiados por los principios de veracidad, imparcialidad, neutralidad y pluralismo. Se comprende por veracidad el respeto por la verdad, la capacidad de mostrar que los hechos referidos se han comprobado en fuentes debidamente sustentadas, de manera objetiva y diligente». ¿Cómo explicar entonces que en el contenido analizado no se practicara ningún esfuerzo para que las afirmaciones pronunciadas estuvieran debidamente sustentadas, de manera «objetiva y diligente»? (*Proceso*, 2023: 59).
5. En los mismos términos, infringió su *Código de Ética* que prescribía que «nunca se debe utilizar un lenguaje ofensivo, obsceno, racista, estereotipado, condescendiente o incomprensible; siempre deberá prevalecer el cuidado y buen uso del lenguaje». Pese a esto, tal pieza televisiva realizó una muestra de lo que «nunca» se debe hacer, según los propios principios del Canal 11 (*Proceso*, 2023: 59).
6. A través de tal intervención desacreditadora del Canal 11 sobre los magistrados de la Corte, se atacó el

prestigio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, produciéndose la merma rotunda del reconocimiento a la separación de poderes republicanos tripartita, con lo cual el propio medio público minó la legitimidad del Estado republicano (*EME/EQUIS*, 2023).

7. Finalmente, despreció los derechos de las audiencias de este medio de difusión de Estado, al presentar como información veraz y objetiva lo que era mera propaganda unilateral realizada con recursos públicos para atacar a los disidentes del proyecto de la *Cuarta Transformación* (*La silla rota*, 2023).

VI. La amplificación del modelo

La trascendencia que en conjunto significó dicho comportamiento irregular de los medios públicos no fue una realidad minúscula que deba considerarse como algo irrelevante, aislado, anecdótico, banal, o marginal, sino al contrario, por la dimensión sobresaliente de la existencia de tales instituciones informativas públicas en la República, se convirtió en un hecho sumamente trascendente debido a las implicaciones políticas, ideológicas, culturales e informativas que produjo. Es decir, el peso político-cultural de los medios públicos dejó de ser una realidad muy reducida ideológicamente como sucedía en el pasado, para ahora convertirse en un factor de gran trascendencia persuasiva debido al significativo avance, expansión y penetración que conquistó la red de canales públicos en la República.

Por ejemplo, hasta el año 2022, en México existían 644 concesiones de radio y televisión otorgadas por el Estado para funcionar como medios de comunicación de servicio público: 138 medios federales, 58 medios de educación superior federales, 356 medios de gobiernos estatales, 83 medios de gobiernos de educación superior estatales, 4 medios de educación superior mixtos y 5 medios de gobiernos municipales (Monroy, 2023: 42). De igual forma, la penetración de la radio y la televisión pública en

la sociedad mexicana en conjunto rebasó sustancialmente el nivel marginal que tenían en el pasado, para convertirse ahora en una infraestructura de socialización informativa sumamente relevante, abarcando a grandes sectores de la población en el territorio nacional (Monroy, 2023: 42).

Esto manifiesta que si el nuevo régimen de gobernabilidad de la *Cuarta Transformación*, en ciertas coyunturas, se inclinó por manejar comunicativamente de forma políticamente ideologizante a algunos o a la mayoría de los principales canales de comunicación públicos federales, también puede trasladar, con mayor o menor fuerza, dicha estrategia proselitista sobre el resto de los demás medios públicos regionales o sobre los que puedan controlar los gobernadores, presidentes municipales y otras estructuras de poder de filiación morenista en el interior de la República, para que se desempeñen como infraestructuras informativas que promuevan unilateralmente el discurso oficialista en el país. Ello representaría crear con recursos públicos un potente cañón ideológico-político en todo el territorio nacional a favor del régimen reinante que alteraría significativamente los principios de equilibrio, pulcritud y neutralidad comunicativa que exige la realización democrática de los procesos electorales en la nación.

VII. Los medios públicos como aparatos ideológicos de Estado

Mediante dichas sofisticadas y extensas estrategias de difusión, los canales de comunicación de Estado de servicio público colaboraron a construir mental y emotivamente en la conciencia de la población otro «sentido común» colectivo cuyo corazón conceptual inyectó la filosofía *lopezobradorista* como cosmovisión política en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Tal nuevo «sentido común» colectivo funcionaría como el cemento cerebral y emocional esencial para articular la consolidación político-ideológico-sensible de los ciudadanos en todas las esferas de realización de la *Cuarta Transformación*.

Este comportamiento mediático convirtió a los canales públicos en los nuevos «medios *chayotero*» que actuaron como los fieles

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

«soldados mediáticos» al servicio del proyecto de gobernabilidad del régimen de la «Esperanza del Cambio». Con ello, los medios de Estado dejaron de ser públicos, de todos los ciudadanos, de toda la sociedad, para informar plural e imparcialmente sobre los hechos que acontecían en el país, y se tornaron en apéndices ideológicos *a modo* para legitimar exclusivamente al régimen de la «Renovación Nacional» y sus aliados políticos (*Aristegui Noticias*, 2022f).

De esta manera, el rol informativo de la radio y la TV pública, así como algunos periódicos progobiernistas, favorecieron abierta, acrítica y unilateralmente los posicionamientos políticos centrales de la *Cuarta Transformación* para potenciar ideológicamente a la administración *lopezobradorista*, abandonando su posición neutral y equitativa que les corresponde ejercer como medios de información de Estado de servicio público.

Tal desempeño mediático confirmó el abandono de la misión cardinal de los medios de comunicación de Estado de servicio público para tutelar el derecho a la información, su tarea educativa, su compromiso ético, sus objetivos culturales, su responsabilidad de comunicar con pluralidad, independencia, imparcialidad y objetividad, etcétera, para adoptar una impresionante misión de aparatos de «ideologización mesiánica» cargada excesivamente de publicidad oficialista cortesana con miras a alabar al gobierno imperante, sin ninguna revisión crítica sobre su gestión gubernamental a lo largo de varios años de la administración.

A través de dichas acciones se violaron los preceptos de la *Constitución Política Mexicana*, la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano* (SPREM), la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión de la Ciudad de México*, los *Criterios Para Asegurar la Independencia y Una Política Editorial Imparcial y Objetiva elaborados por cada Consejo*, y los *Códigos de Ética* del Canal 11, Canal 14 y del SPREM, entre otros (Esteinou 2023d: 92-93).

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

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

VIII. No superaron la «prueba de fuego» democrática

Con el abandono de su naturaleza constitucional de servicio público, los canales federales de difusión cruzaron la delgada línea que separaba los límites existentes entre desempeñar su labor social con independencia editorial y su posición de subordinación institucional con los intereses políticos dominantes, convirtiéndose abiertamente en espacios proselitistas de la *Cuarta Transformación* (Esteinou, 2023d: 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 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, 2022b).

De esta forma, el modelo de medios de comunicación de servicio público del régimen de la «Esperanza del Cambio» no superó la «prueba de fuego» de la democracia mexicana, pues se desempeñaron como un sistema aceitado de agujas hipodérmicas legitimadoras o como aparatos ideológicos de Estado para difundir con el uso de recursos públicos, la versión coyuntural de la «promesa morenista redentora» del nuevo régimen de la izquierda nacionalista y no actuaron como espacios independientes, imparciales, libres, y abiertos para la discusión crítica y plural sobre los conflictos de la sociedad en el espacio público con el fin de buscar

comunicativamente nuevas alternativas que contribuyeran a resolver los grandes conflictos de la problemática del país. Quedaron atrapados en la vieja tentación de legitimar el statu quo político a través de la diseminación del discurso maniqueo de los «otros datos» sobre la realidad política de la nación (Esteinou, 2022c: 29-31).

En este sentido, 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 el derecho a la información en su máxima expresión.

A través de ello, el régimen morenista dilapidó años de trabajo a favor de la creación de un sistema de medios electrónicos auténticamente públicos 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, 2022b).

Por consiguiente, mediante dicho intenso comportamiento publicitario sesgado de los medios de información de Estado, el gobierno en turno demostró que en el modelo de la «Nueva Esperanza» histórica de México no existen medios de comunicación de servicio público en la República, sino que lo que subsiste es la acción de fuertes aparatos ideológicos de Estado a favor del proyecto *lopezobradorista*. Fue la muerte de la raquíta radio y televisión de Estado por la 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 República.

De esta manera, la aplicación de la política de movilización de masas y su manejo informativo restauró los mecanismos políticos de la «Dictadura Perfecta», pero ya no de corte priísta o panista, sino ahora de sesgo morenista en la etapa de la *Cuarta Transformación* para continuar manteniendo el poder (Ortega, 2022: 14-15).

IX. Rumbo a una elección mediática de Estado

La severa desubicación esencial de los medios públicos no fue un hecho aislado que se sucediera por primera ocasión en México, si no fue la continuidad de un proyecto estratégico de «ingeniería comunicativa hegemónica» para utilizar los canales de información públicos como artefactos de persuasión oficialista con objeto de blindar mentalmente al proyecto morenista de «Reconstrucción Nacional»

Tal proceder comunicativo de carácter apologista de los canales públicos no corresponde a un evento casual, formó parte de un suceso sumamente preocupante, ya que se observa una tendencia repetitiva e intensiva para continuar aplicando estos mismos mecanismos publicitarios sesgados en los diversos procesos político-electorales del futuro, especialmente en los comicios regionales y federales de México durante la dinámica electoral del 2 de junio de 2024. En este sentido, la tendencia persistente de la jefatura morenista para utilizar a los medios públicos como herramientas propagandistas con objeto de favorecer a los candidatos de la alianza política oficialista de *Revolución de las conciencias* en las votaciones nacionales de 2024, generaría una elección mediática de Estado.

Es fundamental valorar que una elección de Estado no solo se produce con el uso ventajoso de todo el aparato administrativo, los recursos económicos, el sistema burocrático, el apoyo militar y la fuerza del gobierno en turno para apoyar un proyecto político preferencial, sino también se genera con el aprovechamiento unilateral de la principal infraestructura comunicativa como recurso ideológico del gobierno para respaldar narrativamente esa campaña política específica. Por consiguiente, es fundamental distinguir que para que se ejecute una elección mediática de Estado, no se requiere que el régimen en turno controle tajantemente a todos los medios de difusión de un país, sino simplemente que manipule a favor de sus intereses los medios más relevantes que tiene bajo el poder de su administración, que en este caso son los medios de comunicación de servicio público.

Medios de comunicación públicos: hacia una elección mediática...

Esta acción mediática desproporcionada, debido a la violación de las reglas de la imparcialidad y equidad comunicativa que exige el marco jurídico electoral nacional básico y el uso de recursos públicos para generar publicidad *a modo* en pro de los postulantes gobiernistas, vía los medios de comunicación de Estado de servicio público, pudiera convertirse en un factor impugnador que invalidara los resultados oficiales de los comicios en 2024, con su consecuente grave caos político-social para nuestra nación.

Frente a tal realidad deformante la sociedad, los partidos políticos y el INE deben demandarle al Poder Ejecutivo que en el proceso electoral de 2024 los medios de comunicación de servicio público actúen rigurosamente como instituciones de Estado cuya función sea nutrir ampliamente la conciencia de todos los individuos con información imparcial, plural, objetiva, veraz, neutral, transparente y oportuna. Esto con el objetivo de que los ciudadanos enriquezcan su conciencia y puedan tomar las decisiones más adecuadas para el presente y futuro de sus vidas, evitando que tales entidades comunicativas se conviertan en engranes apologistas del régimen de gobernabilidad establecido.

La razón de la existencia de los medios de comunicación de Estado de servicio público adquiere sentido y se justifica solo en la medida que contribuyan a edificar ciudadanía y democracia para mejorar las condiciones de vida materiales, sociales, educativas, culturales y espirituales de la población, y no para «alabar» o «reverenciar» a los faraones del poder establecido.

Referencias bibliográficas

- «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).
- Síntesis de Noticias* (2024). «Hacen campaña medios públicos a favor de Sheinbaum», Redacción, Ciudad Obregón, Sonora, 9 de febrero, <https://www.sintesisnoticias.com/nacional/2024/02/09/>

- hacen-campana-medios-publicos-a-favor-de-sheinbaum/, (consultado el 12 de febrero de 2024).
- «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).
- Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR)* (2024). «Se suma el Instituto Estatal de Radio y Televisión de Baja California Sur a la transmisión de 'Punto de Referencia', el noticiero estelar de los medios públicos», Comunicado No. 17, Sala de Prensa, , Ciudad de México, México, 5 de marzo, <https://www.spr.gob.mx/comunicados/2024/comunicado17.html>, (consultado el 5 de febrero de 2024).
- _____. (SPR) (2024). «Se suman televisoras públicas de Puebla y Veracruz a la transmisión de «Punto de Referencia», el noticiero estelar de los medios públicos», Comunicado No. 9, Sala de Prensa, Ciudad de México, México, 2 de febrero, <https://www.spr.gob.mx/comunicados/2024/comunicado09.html>, (consultado el 5 de febrero de 2024).
- Aristegui Noticias* (2023a). «Fija INE nuevo inicio de precampañas: arrancan el 20 de noviembre», Redacción, Ciudad de México, México, 12 de octubre, https://aristeguinoticias.com/1210/mexico/fija-ine-nuevo-inicio-de-precampanas-arrancan-el-20-de-noviembre/?utm_source=Indigitall&utm_medium=push&utm_campaign=web#UTM_Indigitall=Fija_INE_nuevo_inicio_de_precampa%C3%B1as:arrancan_el_20_de_noviembre, (consultado el 14 de octubre de 2023).
- _____. (2024b), «WRadio, Los 40 Principales y La Ke Buena no transmiten 'La Hora Nacional'», Redacción, Ciudad de México, México, 24 de marzo, https://aristeguinoticias.com/2403/mexico/wradio-los-40-principales-y-la-ke-buena-no-transmiten-la-hora-nacional/?utm_source=Indigitala

- ll&utm_medium=push&utm_campaign=web#UTM_Indigitall=WRadio_Los_40_Principales_y_La_Ke_Buena_no_transmiten_‘La_Hora_Nacional’, (consultado el 25 de marzo de 2024).
- _____. (2024c). «CIRT recomienda no transmitir ‘La Hora Nacional’», Redacción, Ciudad de México, México, 23 de marzo, <https://aristeginoticias.com/2303/mexico/cirt-recomienda-no-transmitir-la-hora-nacional/>, (consultado el 24 de marzo de 2024).
- _____. (2024d). «Dictan medida cautelar a ‘La Hora Nacional’ por favorecer a Sheinbaum», Redacción, Ciudad de México, México, 29 de febrero, <https://aristeginoticias.com/2802/mexico/dictan-medida-cautelar-a-la-hora-nacional-por-favorecer-a-sheinbaum/>, (consultado el 1 de marzo de 2024).
- _____. (2024e). «Segob dialoga para que radiodifusoras no cancelen ‘La Hora Nacional’», Redacción, Ciudad de México, México, 24 de marzo, <https://aristeginoticias.com/2403/mexico/se-gob-dialoga-para-que-radiodifusoras-no-cancelen-la-hora-nacional/>, (consultado el 25 de marzo de 2024).
- _____. (2022f). «Marcha de AMLO, uso de medios públicos y reforma electoral: Mesa de Análisis», 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).
- Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) (2022). «Los medios públicos tienen la obligación legal de ser independientes y no instrumentos de la propaganda», 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).
- Cueva, Álvaro (2023). «Pésimo posicionamiento», revista *Telemundo*, No. 189, Primera Revista Especializada Para Profesionales del Cine, el Video y la Televisión, Creatividad en Imagen, Ci-

- dad de México, México, febrero-marzo, http://www.revista-pantalla.com/telemundo/comercializacion/?id_nota=33577, (consultado el 8 de marzo de 2023).
- Esteinou Madrid, Javier (2023a). «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, https://www.researchgate.net/publication/371865201_Medios_de_comunicacion_de_servicio_publico_en_Mexico_Aparatos_ideologicos_de_la_4-T
- _____ (2023b). «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, https://www.researchgate.net/publication/371865201_Medios_de_comunicacion_de_servicio_publico_en_Mexico_Aparatos_ideologicos_de_la_4-T
- _____ (2023d). «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://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/<https://www.elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/239.pdf>
- _____ (2021c). «Los medios de comunicación públicos en la *Cuarta Transformación* de México», Prólogo, en: «El imaginario de lo público en la radio» Coordinador: Lenin Martell Gámez, Serie Biblioteca, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México, 3 de noviembre, <http://bit.ly/EditorialUVAccesoAbierto>
- 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).
- García, Carina (2024a). «Comunicación del gobierno lleva defensa de Sheinbaum a 'La Hora Nacional'», *Expansión Política*, Sección Elecciones, 28 de enero, https://politica.expansion.mx/elecciones/2024/01/28/gobierno-lleva-defensa-de-sheinbaum-a-la-hora-nacional?utm_source=push_notification, (consultado el 29 de enero de 2024).
- ____ (2024b). «El INE abre investigación por uso de 'La Hora Nacional' en favor de Sheinbaum», *Expansión Política*, Sección Elecciones 2024, Ciudad de México, México, 8 de febrero, https://politica.expansion.mx/elecciones/2024/02/08/el-ine-abre-investigacion-por-uso-de-la-hora-nacional-en-favor-de-sheinbaum?utm_source=push_notification, (consultado el 9 de febrero de 2024).
- Higuera Cortes, Marisa (2024). «Con periodismo de a pie, Punto de Referencia ofrece alternativa de información», *Angulo 7*, Ciudad de México, México, 16 de enero, <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgzGwJmMRDvDtrFCwnfljh-gkTsdfp>, (consultado el 19 de enero de 2024).
- Índice Político (2024). Ibarra Aguirre, Eduardo, «SPR: Punto de Referencia», *Índice Político*, Redacción, Ciudad de México, México, 17 de enero, <https://indicepolitico.com/spr-punto-de-referencia/>, (consultado el 5 de febrero de 2024).
- Instituto Federal Electoral (INE) y Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL)*, (2024). «Noveno informe ejecutivo sobre el monitoreo de transmisiones en programas de radio y televisión que difunden noticias», 2024. «Anexo, Precampaña Presidencia 2023-2024», Monitoreo Proceso Electoral Federal 2023-2024, Ciudad de México, México, 15 al 18 de enero, <https://monitoreo2024.ine.mx/descargas-informes>, (consultado el 28 de febrero de 2024).

- Instituto Nacional Electoral (INE)* (2024), «Numeralia del Proceso Electoral Federal y Local 2023-2024», (2023)., Ciudad de México, octubre, <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/153291/Numeralia-PEF-2023-2024.pdf>, (Consultado el 12 de octubre de 2023).
- Masse, Fátima (2024). «Reformas constitucionales, un ‘show’ que dejará secuelas», *Expansión*, Sección Elecciones 2024, Ciudad de México, México, 7 de febrero, <https://expansion.mx/opinion/2024/02/07/reformas-constitucionales-un-show-que-dejara-secuelas>, (consultado el 9 de febrero de 2024).
- Monroy Hernández, Magdalena (2023). «La contribución de los medios públicos en el desarrollo de la democracia en México: El caso de la radiodifusión pública», tesis de Maestría en Comunicación, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPS), *Universidad Nacional Autónoma de México* (UNAM), Ciudad de México, México, septiembre.
- Monterrosas Vigueras, Abraham (2019a). «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-tropezamiento-para-canal-once-181718907.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLnNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJLgBZFso2s7y0XSvV9NkuAGC-1KWcKfYTxxn0yPIMX312b65dZgaS_EKO_1_hLuTb_Wj27--Y-SDt70Zy5gEYPganjwr1CfqPbkahYGBuTAZM2j-bz-JcMz6fyUmjI4MdD0YaQZSO2z0X6tLwJTKAY_hxC-4mDElM2EucClQEsg8tt, (consultado el 28 de diciembre de 2022).
- ____ (2019b). «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-politicas-en-la-televisi>

- sion-publica-171948730.html, (consultado el 3 de septiembre de 2023).
- Notilegis* (2024). «Como en las dictaduras Morena utiliza los medios públicos como mecanismo de propaganda política: Luis Mendoza», No. 4788, Comunicación Social, Cámara de Diputados, LXV Legislatura, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 28 de noviembre, <http://comunicacionsocial.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).
- Ortega Juárez, Joel (2022a). «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 (2021b). «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).
- Proceso* (2023). Villanueva, Ernesto, «Ministra Piña: ¿acoso del Canal Once?», revista *Proceso*, No. 2423, Revista de Información y Análisis, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 13 de abril, <https://www.proceso.com.mx/opinion/2023/4/13/ministra-pina-acoso-del-canal-once-305268.html>, (consultado el 18 de mayo de 2023).
- Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano* (2024). «Punto de Referencia», nuevo noticiero estelar de medios públicos», Comunicado No. 3, Sala de Prensa, Ciudad de México, México,

- 8 de enero, <https://www.spr.gob.mx/comunicados/2024/comunicado03.html#:~:text=Con%20el%20objetivo%20de%20cumplir,se%C3%B1ales%20de%20Canal%20Once%20y>, (consultado el 13 de febrero de 2024).
- TV y CINE* (2023). «El Once estrena Operación Mamut», 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).
- Zócalo* (2024). «Canales Once, Catorce y Treinta y Cuatro estrenan noticiero: Punto de Referencia», Noticias Digitales y Periódicas, Ciudad de México, México, 15 de enero, <https://revistazocalo.com/canales-once-catorce-y-treinta-y-cuatro-estrenan-noticiero-punto-de-referencia/>, (consultado el 16 de enero de 2024).
- Expansión Política* (2024). «Rechazada la ratificación de Ernestina Godoy, ¿qué pasa con la Fiscalía CDMX?», Sección Política, Ciudad de México, México, 8 de enero, <https://politica.expansion.mx/cdmx/2024/01/08/ratificacion-ernestina-godoy-que-pasa-fiscalia-cdmx>, (consultado el 10 de enero de 2024).

Otras referencias bibliográficas. Hemerografía

- Animal Político* (2024a). «Congreso CDMX rechaza ratificación de Ernestina Godoy como fiscal», Redacción, Ciudad de México, México, 8 de enero, <https://animalpolitico.com/estados/congreso-cdmx-ratificacion-ernestina-godoy-fiscal>, (consultado el 10 de enero de 2024).
- ____ (2024b). Lozano, Luis Fernando (2024). «Medios públicos favorecen a Sheinbaum en precampaña, según monitoreo del INE», Sección Elecciones, Ciudad de México, México, 27 de enero, <https://animalpolitico.com/verificacion-de-hechos/te-explico/medios-publicos-sheinbaum-precampana-ine>, (consultado el 29 de enero de 2024).
- Bravo, Jorge (2022b). «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).
- (2024a). «La radio y la TV votaron por Sheinbaum», *El Economista*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 26 de enero, <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/La-radio-y-la-TV-votaron-por-Sheinbaum-20240126-0027.html>, (consultado el 28 de enero de 2024).
- Cueva, Álvaro (2024). «Punto de referencia’: el noticiero ‘chairo’», *Milenio Diario*, Columna: El Pozo de los Deseos Reprimidos, Ciudad de México, México, 11 de enero, <https://www.milenio.com/opinion/alvaro-cueva/el-pozo-de-los-deseos-reprimidos/punto-de-referencia-el-noticiero-chairo>, (consultado el 15 de enero de 2024).
- Domínguez, Eloiza (2024). «La Hora Nacional se queda; Comisión de Quejas del INE rechaza restringir libertad de expresión», *Crónica*, Sección Instituto Nacional Electoral (INE), Ciudad de México, México, 28 de marzo, <https://www.cronica.com.mx/nacional/hora-nacional-queda-comision-quejas-ine-rechaza-restringir-libertad-expresion.html>, (consultado el 30 de marzo de 2024).
- El Economista* (2019). «AMLO acusa a medios de comunicación de obstaculizar a la 4T», Monroy, Jorge, Sección Política, Ciudad de México, México, 22 de julio, <https://www.eleconomista.com.mx/politica/AMLO-acusa-a-medios-de-comunicacion-de-obstaculizar-a-la-4T-20190722-0082.html>, (consultado el 25 de julio de 2019).
- El Financiero* (2022). «Denuncia ante INE por uso de recursos públicos en marcha ‘se le resbala’ a AMLO», Redacción, Sección Nacional, Ciudad de México, México, 2 de diciembre, <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2022/12/02/denuncia-ante-el-ine-por-supuesto-uso-de-recursos-publicos-en-marcha-se-le-resbala-a-amlo/>, (consultado el 4 de diciembre de 2022).

- El Universal* (2019). «El show de la 4T en la televisión pública», 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).
- _____. (2023). «¿Aló, Presidente!» en Canal Once», Bajo Reserva, 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).
- _____. (2023). «La televisión pública, al servicio de las corcholatas», 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).
- EME/EQUIS* (2023). «Operación mamut, sin piso parejo: duros con Ebrard, suaves con Sheinbaum», Mendoza, Frida, Ciudad de México, México, 20 de junio, <https://www.m-x.com.mx/al-dia/operacion-mamut-sin-piso-parejo-duros-con-ebrard-suaves-con-sheinbaum>, (consultado el 23 de agosto de 2023).
- Esteinou Madrid, Javier (2023e). «Los nuevos ‘soldados mediáticos’ del presidente y el quebrantamiento del marco legal», *Diario Noticias Web*, La crónica diaria de México y el mundo, Sección «Los Titulares, Tecno y Viral», Opinión, Ciudad de México, México, 28 de febrero, <https://diarionoticiasweb.org/los-nuevos-soldados-mediaticos-del-presidente-y-el-quebrantamiento-del-marco-legal/>
- _____. (2023f). «Medios de comunicación públicos: Aparatos de propaganda de la 4-T», *Diario Noticias Web*, La crónica diaria de México y el mundo, Sección «Los Titulares, Tecno y Viral», Opinión, Ciudad de México, México, 27 de febrero, <https://diarionoticiasweb.org/medios-de-comunicacion-publicos-aparatos-de-propaganda-de-la-4-t/>
- Estrada, Luis (2020). «¿Es AMLO el más atacado en 100 años?», *El Universal*, Sección Opinión/Histórico, Ciudad de México, México, 29 de septiembre, <https://www.eluniversal.com.mx/>

- opinion/luis-estrada/es-amlo-el-mas-atacado-en-100-anos/, (consultado el 8 de marzo de 2024).
- Israde, Isabel (2019). «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)
- La Silla Rota* (2023). «Norma Lucía Piña y los medios públicos usados para promover violencia política», Flores, Erika, Sección Violencia de Género, Ciudad de México, 13 de abril, <https://lasillarota.com/nacion/2023/4/13/norma-lucia-pina-los-medios-publicos-usados-para-promover-violencia-politica-423952.html>, (consultado el 19 de abril de 2023).
- Regeneración* (2024). «¿A temblar Ciro! Llega nuevo noticiero multiplataforma en TV abierta: Punto de Referencia», periódico, Mesa de Redacción, 8 de enero, <https://regeneracion.mx/llega-nuevo-noticiero-multiplataforma-en-tv-abierta-punto-de-referencia/>, (consultado el 11 de enero de 2024).
- Rivelino, Rueda (2024). «Claudia Sheinbaum acapara cobertura de medios públicos», *El Sol de México*, Sección Elecciones 2024, Ciudad de México, México, 26 de marzo, <https://www.elsol-demexico.com.mx/elecciones-2024/claudia-sheinbaum-acapara-cobertura-de-medios-publicos-11658071.html#:~:text=Claudia%20Sheinbaum%2C%20abanderada%20presidencial%20de,la%20Presidencia%20de%20la%20Rep%C3%ABlica>, (consultado el 4 de abril de 2024).

- Rojas, Arturo (2024). «Éstas son las 20 iniciativas de reforma de AMLO para “salvar al pueblo”», *El Economista*, Sección Política, Ciudad de México, México, 5 de febrero, <https://www.economista.com.mx/politica/Estas-son-las-20-iniciativas-de-reforma-de-AMLO-para-salvar-al-pueblo-20240205-0053.html>, (consultado el 6 de febrero de 2024).
- SDP Noticias* (2023). «La ministra Norma Piña ridiculizada... ¿libertad o asedio?», Calderón, José Miguel, 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).
- Voces del Periodista Diario* (2024). «Transmiten Canal 22 y TV Mexiquense «Punto de Referencia», el noticiero estelar de los medios públicos», Redacción, Ciudad de México, México, 16 de enero, (consultado el 18 de enero de 2024).

