

# PRESENTACIÓN

## COMUNICACIÓN Y GOBERNABILIDAD

Los procesos de gobernabilidad en las sociedades contemporáneas no pueden comprenderse sin el apoyo de los medios de comunicación masiva y sin las redes sociodigitales. En ese sentido, la gobernabilidad de un país y la comunicación social son mutuamente indisolubles ya que operan como engranajes interconectados mediante mecanismos de vinculación e interdependencia directa. De esta forma, las dinámicas de comunicación se convierten en un fundamento indispensable para la marcha eficiente de los sistemas de gobierno y de la política, pues mediante éstas se genera la producción de sentido que se requiere para conducir a un país. Es decir, a partir de los flujos de información del sector en el poder se construye la hegemonía política e ideológica que requiere un régimen para gobernar a una sociedad al compartir las directrices, la información y el “sentido común” indispensables que debe comprender la población para integrarse al proyecto de gobierno nacional.

Así, con la intervención de los medios de comunicación en la esfera pública, éstos se convirtieron en los nervios del gobierno actuando como uno de los fundamentos estratégicos para consolidar la articulación entre la gobernabilidad; los canales de información, la ciudadanía y la reproducción histórica de la sociedad. Por consiguiente, en las sociedades modernas, un gobierno democrático no puede consolidarse sin la participación sistemática de los medios de difusión que desempeñan un papel esencial en la interpretación y el análisis de la información que se comunica a la sociedad. La salud de las sociedades democráticas depende de ese contrapeso frente al poder que ejercen los canales y las asociaciones autónomas, cívicas y ciudadanas.

Amparadas en esta realidad, en los gobiernos democráticos la ciudadanía exige cada vez más a los sistemas de poder gubernamental el ejercicio del derecho a la información, la libre expresión de las ideas, la transparencia y la rendición de cuentas que garanticen flujos de información confiables y de mejor calidad entre los gobernantes y sus audiencias.

## LA CONDUCCIÓN INFORMATIVA DE LA CUARTA TRANSFORMACIÓN

Con el fin de alcanzar los objetivos planteados por el proyecto de la Cuarta Transformación (4T), del gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), en diciembre de 2018 se expuso la necesidad de crear otro modelo de comunicación social que funcionara como un parteaguas para sepultar el tradicional sistema de difusión y de control político basado en el “arreglo económico” entre los concesionarios o propietarios de los medios y el Estado mexicano convencional. En ese sentido, se pretendió introducir una nueva reforma democrática, tan necesaria y trascendental, como fue el cambio político que se gestó en las elecciones federales de 2018, para corregir las lagunas y desaciertos que arrastró la reforma estructural de telecomunicaciones de 2013 y 2014; el objetivo era modificar y terminar con la vieja y corrupta relación que durante décadas se tejió entre el poder político y los canales de información; para ello era necesario que se transformaran las “reglas escritas” y las “no escritas” que tanto dañaron a los derechos de libertad de expresión, las garantías de las audiencias y la democracia.

Dicha transformación comunicativa permitiría informar a la población de manera directa, constante y ágil sobre las políticas públicas adoptadas por el gobierno, con la finalidad de cumplir con el derecho a la información y elaborar una opinión pública favorable que le sirviera de respaldo subjetivo para gobernar eficazmente. Tal política de comunicación se cimentó en una nueva racionalidad comunicativa definida a partir de diversos lineamientos plasmados en documentos institucionales, declaraciones oficiales y posicionamientos públicos del Poder Ejecutivo y sus funcionarios. En suma, el compromiso consistió en establecer un nuevo “pacto comunicativo” superior entre empresas de comunicación, sociedad y gobierno para acceder a una moderna relación informativa más justa, equilibrada y virtuosa entre las partes.

## EL ANÁLISIS DE LA REALIDAD COMUNICATIVA

Con objeto de comprender con mayor claridad el universo de componentes que constituyen el nuevo modelo de comunicación de la Cuarta Transformación, es necesario, por una parte, ubicar su estructura dentro de los principios básicos de la dinámica de la comunicación. De esta forma, se debe tener presente que los postulados centrales de dicha concepción formulan que los procesos colectivos de comunicación social están conformados por cuatro elementos fundamentales que los determinan, abarcando los siguientes factores: el emisor (instituciones), el mensaje (información y comunicación),

el receptor (audiencias) y la dinámica de retroalimentación entre emisores, públicos, audiencias (respuestas ciudadanas o de los receptores).

Por otra parte, es fundamental distinguir entre la existencia de procesos de *comunicación indirectos*, que se dan a partir de utilizar las tecnologías –especialmente electrónicas– para difundir de manera masiva la información; y las dinámicas de *comunicación directa* –cara a cara–, que se establecen entre el emisor y las audiencias en espacios públicos de diversa índole, como son reuniones informales, encuentros formales, centros de educación e investigación, universidades, alamedas, centrales obreras, auditorios, etcétera, sin que intervengan las grandes mediaciones tecnológicas.

En este sentido, el nuevo modelo de comunicación de la 4T quedó compuesto por dos grandes niveles de *acción comunicativa*, por un lado, una *fase indirecta*; y, por otro, una *fase directa* que en conjunto se convirtieron en la fuerza político-cultural que cotidianamente imprime la dirección colectiva de naturaleza cognitivo-psíquico-ideológico-emocional a la nación. Mediante dichas pautas medulares expresadas por AMLO y los principales actores de Morena, se diseñó el nuevo modelo de comunicación que se estableció entre el Estado, los medios de difusión y la ciudadanía, para dirigir al país hacia otro proyecto de desarrollo nacional de 2018 a 2024.

## LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN EL RÉGIMEN MORENISTA

En esta trayectoria, el régimen de la autodenominada Cuarta Transformación nacional se caracterizó por aprovechar el uso excepcional de los procesos de comunicación colectiva para teledirigir al país a partir de los medios electrónicos. Esta práctica comunicativa centralizada en la figura del presidente quedó sustentada en diversos ejes cardinales que le dieron cuerpo al sistema de comunicación. Así, su promesa comunicativa osciló desde la reducción del gasto publicitario gubernamental, el reordenamiento institucional de la infraestructura de la comunicación, el uso de la televisión para llevar a cabo sus conferencias de prensa matutinas, las ruedas de prensa de salud frente al covid-19; hasta impulsar el programa de Internet para todos, la apertura de los archivos del Centro de Seguridad Nacional (Cisen), de la Secretaría de Marina (Semar) y de la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena), propiciar la “comunicación deliberativa”, favorecer la vinculación cotidiana directa con el pueblo, a fin de construir un particular modelo de comunicación que apoyara la dinámica de gobernabilidad del sexenio. De igual forma, complementando la estrategia anterior, también se apoyó de manera intensiva en el uso táctico de redes sociodigitales de comunicación para difundir su ideología a la población. De ahí, la relevancia fundamental de analizar el complejo fenómeno de la comunicación durante el régimen de AMLO/Morena y su impacto en la democracia.

## EL ANÁLISIS ACADÉMICO DE LA COYUNTURA COMUNICATIVA

Por este motivo, la revista *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, convocó de forma pública a examinar los componentes de los procesos de comunicación en la Cuarta Transformación de la República: el modelo de comunicación de la 4T, la política de comunicación del Estado mexicano, el fenómeno de la “conferencia mañanera”, la estrategia de comunicación frente a la pandemia del covid-19, los derechos de las audiencias, el periodismo crítico, el rol de la publicidad gubernamental para el financiamiento de los medios, el modelo empresarial de comunicación privada, el manejo de los *tiempos de comunicación* del Estado, la propaganda y retórica política, las “consultas ciudadanas”, las noticias falsas o *fake news* y el uso de *bots* en las redes sociodigitales, la situación de los medios públicos, la condición de los medios de comunicación masiva.

## LAS APORTACIONES

Como resultado de esta exhortación abierta se aprobaron doce colaboraciones. En su conjunto, dichas reflexiones ofrecen una visión del hecho sociológico, político y cultural de la comunicación en el gobierno de México. Así, en el terreno de la gobernabilidad y la comunicación, Claudia Cecilia Flores Pérez y Julia Amador Murillo disertan sobre “La configuración del populismo en México mediante la comunicación presidencial. Un análisis del discurso político de AMLO”, examinan la particular estrategia comunicacional adoptada por Andrés Manuel López Obrador desde su llegada a la Presidencia de la República, marcando un antes y un después en materia de comunicación presidencial en México. La reflexión de Andrea Fernanda Nenetzin Turri Domínguez sobre “‘Las mañaneras’, una herramienta para la democratización del ecosistema mediático y el empoderamiento social”, reflexiona sobre las transformaciones que se llevan a cabo en materia de comunicación política durante el mandato de AMLO, especialmente aquellas que contribuyen a la realización de un ejercicio de comunicación democrática.

La exposición de Vivian Romeu titulada “La retórica del populismo en el discurso de ‘las mañaneras’. Una mirada exploratoria”, plantea la deformación del principio democrático de representación política en el discurso político del presidente de México en “Las Mañaneras”. Elsie Mc Phail Fanger presenta el texto “Andrés Manuel López Obrador: estrategias comunicativas y culto a la personalidad”, en el cual examina uno de los fenómenos más complejos de la comunicación política de los siglos XX y XXI. Analiza las estrategias comunicativas y caracteriza algunos rasgos de la personalidad del presidente, que actúan como fuerza de identificación colectiva e impulsan un tipo

de liderazgo populista como ejercicio del poder, que apela a las emociones y al afecto y anida en el corazón de la cultura política, logrando abarcar amplios sectores de la población que se siente agraviada, resentida y excluida de la modernización.

Javier Esteinou Madrid, en “La publicidad gubernamental en el régimen de la Cuarta Transformación nacional”, analiza que los gobiernos de Enrique Peña Nieto y de Andrés Manuel López Obrador no crearon una nueva “Ley general de comunicación social” que subsane las obligaciones relativas a la distribución de la publicidad gubernamental establecidas en la “Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión” del 2014. Esto permitió que continúe la vigencia de la tóxica “Ley Chayote” que actúa contra la naturaleza medular del Estado republicano, fundamento histórico de la nación mexicana. La reflexión de Mariana García Rosas, acerca de “Las redes sociodigitales en la Cuarta Transformación: ¿espacios de diálogo o de propaganda política?”, contribuye a esclarecer las consecuencias que se derivan del esfuerzo gubernamental para garantizar a la población el acceso a internet gratuito y los resultados que se obtienen de ocupar los espacios digitales como una extensión de los medios de comunicación tradicionales.

En el rubro de la comunicación y legitimación, el ensayo de Luis Manuel Cuevas Quintero y María Elena Figueroa Díaz denominado “El pasado también se transforma. Los usos del pasado indígena en las estrategias de comunicación de la Cuarta Transformación”, revela cómo el discurso político expresado en textos, acciones y representaciones culturales y materiales de la 4T en torno a la figura del “indígena mítico”, se encuadra en una nueva narrativa histórica que busca fundar la nación mexicana regenerada. Esto a partir del rescate y el cuestionamiento, por un lado, del pasado prehispánico como origen del bien, que se renueva en el pueblo bueno, y por otro, el pasado de la Conquista de parte de los españoles, origen del mal y de la corrupción que se actualizan una y otra vez en actores como el blanco, burgués, corrupto y neoliberal. Por su parte, la indagación de Daniela Edith Castillo Rodríguez sobre “Los derechos de las audiencias durante el gobierno de la Cuarta Transformación: una agenda pendiente”, expone cómo dichas garantías son un derecho humano de cuarta generación sustentado por la libertad de expresión y el derecho a la información. Su reconocimiento por parte del Estado mexicano en 2013 fue un avance significativo, pero la fuerte presencia de los intereses económicos de los concesionarios de radio y televisión no ha permitido la aplicación efectiva de estas garantías constitucionales.

En el ángulo sobre la pandemia y la comunicación, el artículo de Elías Levín Rojo: “La pandemia que nos tocó vivir y el derecho a la información de la discapacidad”, ofrece una primera mirada al problema de la accesibilidad a medios de comunicación en casos de emergencia en México. Señala aciertos y olvidos alrededor de la pandemia del covid-19 y reflexiona sobre la importancia de cumplir con los lineamientos

emanados de la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad en lo que respecta al derecho a la información y a la participación en la vida pública y social que ahí se asientan. El estudio de Pamela Libertad Ampudia, Jesús Alejandro Landero Huerta y Lourdes Trinidad Delgado sobre “e-gobierno y gobernabilidad electrónica ante la pandemia de covid-19”, ayuda a asimilar cómo el modelo de comunicación del gobierno de la 4T busca consolidar el e-gobierno. Los cambios organizativos, políticos y culturales derivados de él se vieron apresurados por una situación inesperada: la pandemia de covid-19. En medio de la emergencia sanitaria y el desconcierto social, se planteó una estrategia intensiva para acercar información a la población a partir de sitios en internet y redes sociodigitales, además de la generada por otros medios de comunicación. El e-gobierno es una forma de transitar hacia la gobernabilidad electrónica propiciando un acercamiento con la sociedad.

En la temática referente a la comunicación de servicio público, la investigación de Alma Rosa Alva de la Selva centrada en los “Desafíos del futuro: ¿la oportunidad de los medios públicos?”, esclarece que aun cuando para el gobierno actual los medios públicos constituyen un importante sector comunicativo y por ello impulsó una incursión en las plataformas digitales; su política para los mismos continúa centrada en la radio y la televisión. No obstante, en el contexto del desarrollo de la 4T, que conlleva la incorporación del llamado post-internet, esa política es insuficiente y debe reformularse desde una visión del concepto de servicio público en el siglo XXI.

La investigación de Guillermo César Vadillo Abarca aborda el tema “Autonomía y radio ciudadana como forma de lucha emergente de los pueblos originarios”, y reflexiona sobre la lucha emprendida por las comunidades de la etnia zapoteca cajono contra los grupos caciquiles de la región. Rescata la propuesta de autonomía y comunalidad realizada por la comunidad de Santa María Yaviche en un contexto de tensión y violencia. En tal proceso la radio ciudadana “Aire Zapoteco” se convirtió en una herramienta de lucha de las comunidades, demostrando el potencial de imaginación de éstas en medio de las condiciones de enunciación que tienen que ver con la posibilidad de escucha por parte de otros.

Como complemento a los análisis anteriores, en la sección de Diversa, la contribución de Enrique Guerra Manzo dedicada al “Vigilantismo y la reconstrucción del tejido social en Tancítaro, Michoacán”, amplía el panorama sobre la autodefensa de dicho municipio, y el modelo de seguridad emanado de ella. A diferencia de la mayoría de los grupos de autodefensa michoacanos, en esta zona se logró construir un modelo de seguridad con una amplia legitimidad basado en tres pilares estratégicos: una policía municipal de élite y confiable; consejos ciudadanos de seguridad gestados en las barricadas y un proyecto de reconstrucción del tejido social –dañado por el crimen organizado– basado en el Buen Convivir. Por otro lado, la contribución de Héctor Alemán Martínez parte

de una pregunta: ¿Es la violencia juvenil un objeto de estudio que tiene una claridad irrefutable?, con la finalidad de esclarecer teórica y metodológicamente la situación de la violencia juvenil para comprender su instrumentación y racionalización a nivel psicosocial.

Para cerrar el número, en el apartado de Reseñas, Jesús Evodio López nos comenta el libro *Pensar lo público desde la comunicación*, coordinado por Sara Makowski, Patricia Ortega y Margarita Reyna. Mientras que Miguel Ángel Hinojosa hace lo propio respecto de *El espejo social. Las web series en la hipermodernidad*, de Josefa Erreguerena Albaitero, ambas obras publicadas a partir del trabajo de investigación desarrollado desde el Departamento de Educación y Comunicación de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la UAM Xochimilco.

Esperamos que con el conjunto de trabajos especializados aquí publicados, que se dictaminaron por especialistas a partir del sistema doble ciego, los lectores y lectoras podrán tener elementos concretos para comprender con mayor claridad algunas de las características que distinguen el funcionamiento comunicativo de la Cuarta Transformación y su impacto sobre la sociedad mexicana.

Finalmente, para conmemorar los 35 años de *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*—que se cumplen con este número 99—, se llevó a cabo la selección de algunas de las ilustraciones que han enriquecido artísticamente distintos números de la revista, mismas que se presentan nuevamente al público lector con la finalidad de agradecer tanto a éste, como a cada una de las y los creadores que nos han permitido compartir su obra, la posibilidad que nos dan, junto con todos y cada una de los y las articulistas, profesores-investigadores, personal administrativo, colaboradores y editores..., de seguir siendo un referente para las ciencias sociales y las humanidades.

Javier Esteinou Madrid  
Elsie Mc Phail Fanger  
Universidad Autónoma Metropolitana  
Unidad Xochimilco





WINFIELD SCOTT | *Vistas sobre la vida en México*

Sistema Nacional de Fototecas / Publicada en *Argumentos*, núm. 50, año 2006.