

La intención del discurso de Alejandro Murat a través de su sexto informe de gobierno.

Acción comunicativa y aparatos ideológicos del Estado

Víctor Hugo Hernández Ríos*

Resumen:

Este artículo propone a partir de la observación del sexto informe de gobierno del exgobernador del estado de Oaxaca, Alejandro Murat Hinojosa y de múltiples elementos teóricos rescatados del materialismo dialéctico, una reflexión de la vigencia de la teoría marxista respecto de los aparatos del Estado vistos desde teóricos como Louis Althusser y Jürgen Habermas. Además, pretende informar al lector cómo la comunicación política en los gobernantes gira en torno a la fenomenología del poder. El punto central radica en hacer un recorrido de estos elementos, acercándolos a la realidad práctica del montaje que realizaba Alejandro Murat Hinojosa cuando daba su informe de gobierno a la ciudadanía. El objetivo es confirmar que existe una intención de incrementar el poder político.

Palabras clave: Comunicación Política, Aparatos Ideológicos del Estado, Acción Comunicativa, Propaganda, Publicidad.

Summary:

This article proposes, based on the observation of the sixth government report of Alejandro Murat Hinojosa and multiple theoretical elements rescued from dialectical materialism, a reflection on the validity of Marxist theory regarding the State Apparatus seen from theorists such as Louis Althusser and Jürgen Habermas. Furthermore, it aims to inform the reader how political communication in rulers revolves around the phenomenology of power. The central point lies in taking a tour of these elements, bringing them closer to the practical reality of the montage that Alejandro Murat carried out when he gave his government report to the select citizens and the objective is to confirm that there is an intention to increase political power.

Key Words: Political Communication, Ideological State Apparatuses, Communicative Action, Propaganda, Advertising

* Licenciado en Ciencia Política por la Universidad José Vasconcelos de Oaxaca y maestrando en Comunicación Política y Organizacional por la misma casa de estudios.

INTRODUCCIÓN

Oaxaca se ha caracterizado por ser un estado politizado, efervescente en términos de sus precedentes de grandes movilizaciones. Se trata de una entidad de reconocidas convergencias y disidencias ideológicas, que ha permitido que exista por parte de la ciudadanía un interés mayor en la actividad política y en dedicar tiempo a todo tipo de ella, desde su forma institucional hasta sus arquetipos derivados de la movilización y manifestación en todas sus aristas, como en sindicatos, partidos políticos u organizaciones sociales.

Oaxaca tiene un precedente histórico en el desarrollo del Estado de derecho. Aunado a ello, se sabe que el comportamiento del sistema político de la entidad se caracteriza por contar con numerosos servidores públicos y luchadores sociales que han influido a nivel nacional: desde Juárez, uno de los mayores constitucionalistas y referentes del Estado laico, hasta Díaz, el precursor de la modernidad y desarrollo de la infraestructura nacional, o los hermanos Flores Magón, siendo Ricardo, el mayor de ellos, un hombre coyuntural, demócrata e ideólogo del anarquismo. Lo anterior nos ayuda a reflexionar por qué, hasta nuestros días, el estudio del sistema político oaxaqueño sigue siendo dinámico, vehemente y fluctuante.

Es necesario mencionar todo lo anterior porque el contexto histórico en Oaxaca es el elemento que permite entender los procesos actuales de los gobernantes y el sis-

tema político presente. El caso específico de Alejandro Murat Hinojosa como gobernador tiene dos precedentes relevantes: el primero, ser hijo del exgobernador José Murat Casab, quien gobernó Oaxaca de 1998 a 2004.

José Murat, además de ser un gobernante muy polémico y peculiar por su estilo personal, se caracterizó por un sexenio de múltiples asesinatos, provocados por las luchas y protestas contra el Estado. Eran manifestaciones que se formaban desde el activismo a favor de la lucha contra la represión que vivía el indigenismo en las comunidades. Movimientos como el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y el Ejército Popular Revolucionario (EPR) en Oaxaca son algunos de los ejemplos, lo cual ya denotaba cierto sentido de dominación.

Desde la comunicación política que se promovía en esa época, ya había un discurso que incitaba a la represión. Estos antecedentes, inequívocamente, nos hablan de una formación con tintes de pensamiento de dominación y de poder como control de masas. El segundo precedente relevante es que Alejandro Murat Hinojosa fue un gobernador que se autodenominaba institucional y demócrata, pero que, a través del discurso público, del enorme gasto en comunicación y de leyes a modo, no coincidía ni profesaba la idea de constitucionalismo.

El constitucionalismo defiende y abandera al poder político como garante de servicio

público y defensor de los principios de legalidad y de supremacía de la ley, y no de dominación de las masas. En palabras de Arnaldo Córdova: “los constitucionalistas heredaron al país la conciencia de que la revolución había sido hecha para resolver los problemas de las masas, para abatir la dictadura y someter a la burguesía” (Córdova, 1972, p. 33).

Lo anterior sugiere que Alejandro Murat Hinojosa, como gobernador, no respetó el principio según el cual son las masas las que definen el proyecto político y gubernamental, sino que, por el contrario, fue la élite la que controló a las masas a través del discurso. Además, se caracterizó por privilegiar la estética pública; es decir, el embellecimiento visual de su actividad como gobernante a través de la fotografía, los medios audiovisuales y la saturación de propaganda. Esta estrategia puede interpretarse como una muestra de egocentrismo, pero también como la intención de mantener, perpetuar e incrementar el poder político.

Alejandro Murat Hinojosa fue gobernador de Oaxaca de 2016 a 2022. Durante su segundo año de mandato, se produjo la transición en el gobierno federal de Enrique Peña Nieto a Andrés Manuel López Obrador, lo que marcó la primera vez que en México llegaba a la presidencia de la República un gobierno de izquierda. En medio de esa transición, el entonces gobernador Alejandro Murat Hinojosa estableció una relación de gran simpatía con el presidente. Las múltiples visitas del mandatario federal al estado de Oaxaca, la sinergia en los proyectos de gobierno y las facilidades

que brindaba la administración estatal para la realización de dichos proyectos sugieren la posible estrategia que se articulaba desde Oaxaca para mantener el control político por parte de los Murat (padre e hijo).

Parte de ello se vio incrementado con la saturación de publicidad y propaganda de Alejandro Murat, que lo perfilaba como uno de los mejores gobernadores del país y uno de los líderes más influyentes de México. A esto se sumaron entrevistas donde el entonces gobernador ya planteaba su intención de buscar la candidatura a la presidencia de México en 2024.

Todo ello contrastaba con la realidad de la infraestructura, la obra pública y los proyectos en Oaxaca, así como con el descontento de la ciudadanía ante un gobierno percibido como ausente y poco empático con las comunidades. La percepción de sus gobernados era que él, como el resto de su familia, utilizaba el aparato gubernamental como un mecanismo de posicionamiento nacional, lo que afirma la tesis de Habermas de que “la acción comunicativa tiene que ver con una determinada concepción de lenguaje y entendimiento: ‘el concepto de acción comunicativa desarrolla la intuición de que al lenguaje le es inmanente el *telos* del entendimiento’” (Garrido, 2011, p. 16).

Por lo tanto, es posible inferir que el lenguaje articulado por el entonces gobernador tenía como intención el dominio de las masas a través de la acción comunicativa; es decir, a través del entendimiento entre emisor y receptor. Esto se alinea con el planteamiento de Louis Althusser (1970), quien sostiene que, a través del Estado, los Aparatos Ideológicos (AIE) —entre ellos

los medios de comunicación, considerados, AIE de información¹, fungen como aparatos propios del Estado y de dominio que inciden en la interpelación de los sujetos, fenómeno que se puede interpretar como una intención de dominación.

Con base en la estrategia política analizada, se postula que la comunicación política y la acción comunicativa implementada durante el sexto informe de gobierno de Alejandro Murat Hinojosa —al ser el último momento importante de su carrera como gobernador y por la manifestación de aspirar a la presidencia de México— tenía como finalidad buscar el control de las masas, del electorado y de la ciudadanía.

En este sentido, este artículo busca analizar si Alejandro Murat tenía la intención de dominación desde la élite hacia los sectores mayoritarios a través de los aparatos del Estado, un enfoque vigente y aplicable a las nuevas realidades comunicativas en los gobiernos analizados desde las perspectivas de teóricos como Althusser y Habermas. Para ello, se utilizan como marco teórico los tópicos presentados en la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas y la tesis de la ideología y los aparatos ideológicos del Estado de Louis Althusser.

Para el propósito de esta investigación, basada en el método hermenéutico, se propone una estructura planteada en tres fases:

1. Interpretación de los videos (leer y analizar el discurso del sexto informe de gobierno).
2. Análisis del contexto político.
3. Elaboración de conclusiones a partir de la interpretación y la observación.

En la primera parte de este artículo, se pretende realizar un recorrido sobre los orígenes, el desarrollo histórico y el análisis de lo proyectado en los informes de gobierno de Alejandro Murat durante sus seis años de mandato. Posteriormente, se realizará una revisión de la acción comunicativa en su sexto informe y se discutirá la fenomenología del poder desde su comunicación política. Finalmente, se analizará la vigencia de estas teorías en la realidad del caso práctico y se ofrecerán conclusiones contundentes sobre cómo los informes de gobierno funcionan como mecanismos de interpelación y dominio.

Orígenes: un recorrido histórico

Los informes de gobierno en el sistema político mexicano han sido elementos de comunicación que pretenden, al estilo tradicional, una concentración del poder político, solo que ahora se ejecuta a través de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de la información. Esta concentración, por sí sola, no funcionaría si no se tuvieran los mecanismos necesarios, como son el control de la radio y la televisión, el presu-

¹. Althusser designa con el nombre de Aparatos Ideológicos del Estado cierto número de realidades bajo la forma de instituciones distintas y especializadas, entre ellas los AIE de información que corresponden a prensa, radio, televisión, etc.

puesto económico para el montaje de escenarios, el acaparamiento de la prensa, la subordinación del aparato gubernamental y del poder legislativo; es decir, un Ejecutivo fuerte del que hablaba Arnaldo Córdova² y dominio de los Aparatos Ideológicos del Estado (Althusser, 1970).

Se menciona lo anterior puesto que aquí radica la idea de la evolución del sistema político en México a través del manejo de los informes de gobierno, los cuales han sido mecanismos de control político y, en su historia, visualizados como nodos de rendición de las masas ante los gobernantes. La construcción del informe de gobierno ha sido no solo una obligación constitucional, manifestada en el artículo 69 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), sino que también es una forma de proyectar estabilidad a un país a través de un plan de gobierno ya encaminado y materializado.

Los primeros informes de gobierno en México tuvieron su inicio en 1824, año en que la Constitución establecía que “los secretarios debían dar cuenta de su administración, pero el presidente de la república quedaba excluido. El primer presidente en rendir un informe de gobierno fue Guadalupe Victoria en 1825” (Milenio, 2019). Ya en 1910, con el presidente Porfirio Díaz, existía un documento de trece cuartillas que tenía una narrativa basada en el porvenir (González,

2011, p. 56), algo que hoy en día se sigue considerando, pues es muy difícil que un informe de gobierno hable de incertidumbre y riesgo en la administración pública.

Esta consideración busca que el lector entienda que, en el sistema político mexicano, la comunicación política de sus gobernantes tiene interpretaciones de fondo arraigadas al incremento del poder político, lo que se irá develando en este artículo. Uno de los sustentos de este argumento emana de la forma y realización de la obligación constitucional que se menciona con anterioridad. El artículo 69 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece:

Artículo 69.- En la apertura de Sesiones Ordinarias del Primer Periodo de cada año de ejercicio del Congreso, el Presidente de la República presentará un informe por escrito, en el que manifieste el estado general que guarda la administración pública del país. En la apertura de las sesiones extraordinarias del Congreso de la Unión, o de una sola de sus cámaras, el Presidente de la Comisión Permanente informará acerca de los motivos o razones que originaron la convocatoria. (Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, 2025, p. 67)

La obligación legal del presidente de la República es informar al Congreso de la Unión, mediante un documento escrito, so-

². En la formación del Poder Político en México, Arnaldo Córdova menciona que, “existe una institucionalización del presidente, donde el Poder Ejecutivo ha sido fortalecido, a ese fenómeno se le denomina presidencialismo, el cual pretende la instauración de un régimen que, a partir del constitucionalismo a modo, controle el poder político en las masas” (Córdova, 1972, pp. 45-61).

bre el estado que guarda la administración pública del país. Sin embargo, realizando un recorrido histórico, los informes de gobierno durante la época hegemónica solían ser actos de alabanza: se realizaban recorridos por las calles en un vehículo desca-potado donde el titular del Ejecutivo, con la banda presidencial, saludaba al estilo papal a las masas que presenciaban su recorrido. No fue sino hasta el mandato del presidente Fox que se realizó un informe en San Lázaro, pronunciando el discurso en la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión (Nación 321, 2019).

Hoy los formatos han cambiado y cada gobernante fortalece y difunde su estilo. Ahora los informes suelen ser estructuras discursivas de contacto directo y dinámico con las masas, a través de escenarios y estrategias de presentación. Los presidentes, gobernadores, senadores, diputados federales, diputados locales y presidentes municipales suelen utilizar los aparatos del Estado para construir su narrativa, haciendo uso de las herramientas tecnológicas con un objetivo: promover e incrementar su poder político.

Una vez que se sustenta el informe de gobierno presidencial como un aparato ideológico del Estado (Althusser, 1970)³, se puede afirmar que lo mismo se replica en los estratos menores (gubernaturas, con-

gresos y presidencias municipales). Para este caso de estudio, se analiza a Oaxaca. Dicha obligación se encuentra establecida de manera constitucional en el artículo 80, fracción XXXIII, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, que establece lo siguiente:

Art. 80, fracción XXXIII.- Presentar en Sesión Solemne ante el Congreso del Estado el primero de diciembre de cada año, un informe por escrito sobre el estado que guarda la Administración Pública del Estado, con excepción del año en que se asume el cargo. Tratándose del último año de su ejercicio, el mismo deberá presentarse el quince de noviembre. (H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, 2025, p. 84)

Si bien la ley estipula que los gobernadores en Oaxaca rinden su informe de gobierno el primero de diciembre —a excepción del último año de ejercicio, que será el quince de noviembre—, un análisis histórico revela que los cambios en los formatos han sido notables en el espectáculo y la escenificación de los últimos gobernantes. Para fines del presente estudio, se analizará la evolución de dichos informes durante las administraciones de los tres gobernadores más recientes: Ulises Ruiz Ortiz, Gabino Cué Monteagudo y Alejandro Murat Hinojosa.

³ Althusser menciona que los AIE funcionan masivamente con la ideología como forma predominante. Sin embargo, lo relevante para este escrito es que en ellos radica, a pesar de su diversidad y sus contradicciones, una fuerza llamada ideología dominante, que pertenece a la “clase dominante” y que, por lo tanto, tiene una intención que no incluye a las masas, lo que vuelve a los AIE una forma de dominio (Althusser, 1970, p. 31).

Ulises Ruiz Ortiz, también conocido como URO, fue un gobernador polémico derivado del conflicto con la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO) en 2006. Este fue un conflicto magisterial en el estado en contra de la represión, en el cual hubo enfrentamientos entre la policía estatal y maestros de la Sección 22, así como la toma de la radio y la televisión estatales y la suspensión de clases en la educación pública.

Ulises Ruiz, usualmente usaba las instalaciones del palacio de gobierno para rendir sus informes de gobierno (Informador, 2017). Su impacto mediático era limitado; los medios de comunicación repetían la línea discursiva del gobernador; sin embargo, no generaba un *feedback* en la ciudadanía, ni existía un proceso de interpelación⁴ que incentivara simpatía en la opinión pública y en la ciudadanía en general. Probablemente, este fenómeno no lograba su propósito por la desacreditación que tenía el gobierno de URO. Por ello, a pesar de la realización de los informes, estos no tenían trascendencia y la estrategia de comunicación política no impactaba en los medios.

Gabino Cué Monteagudo (2010-2016) fue el primer gobernador de oposición en Oaxaca. Mediante la coalición “Unidos por la Paz y el Progreso”, conformada por los partidos PAN, PRD, PT y Convergencia (hoy

Movimiento Ciudadano), logró el triunfo tras derrotar a Eviel Pérez Magaña, quien fue el primer candidato del PRI en perder una elección en Oaxaca. El gobierno de Gabino Cué experimentó la transición en los formatos y medios de comunicación con la llegada de los *smartphones*, las redes sociales, principalmente Facebook y Twitter, y con el crecimiento acelerado de la conectividad digital a través del Wi-Fi en dispositivos móviles. Aunado a ello, la coyuntura política generaba altas expectativas en la opinión pública sobre su forma de gobierno.

El sexto informe de gobierno de Gabino Cué fue presentado el 16 de noviembre de 2016, mediante un formato audiovisual (Cué Monteagudo, 2016), proyectado en sus redes sociales y en los medios oficiales del gobierno del estado. El informe tenía la particularidad de una exposición unidireccional; es decir, un video pregrabado y editado en el cual el entonces gobernador, mediante un discurso elaborado por segmentos, narraba a manera de cuento los logros de gobierno y las actividades realizadas. Se trató de un informe discreto, con la única intención de informar, utilizando un canal de comunicación unidireccional, el cual promueve el más bajo nivel del proceso comunicativo.

Por lo anterior, no resulta sorprendente que, después del 1 de diciembre de 2017,

⁴ En la propuesta presentada por Louis Althusser en los Aparatos Ideológicos del Estado, la tesis central habla de un proceso de interpelación. “La ideología interpela a los individuos como sujetos, la ideología solo existe por el sujeto y para los sujetos; o sea, sólo existe ideología para los sujetos concretos, y esta destinación de la ideología es posible solamente por el sujeto: es decir por la categoría de sujeto y su funcionamiento”. (Althusser, 1970, p. 64).

la figura del exgobernador Gabino Cué tuviera una escasa presencia pública. El caso de Alejandro Murat, en su forma de comunicar, representa una evolución significativa en comparación con sus predecesores. La comunicación política fue el eje rector de la estructura gubernamental que giraba en torno al entonces gobernador. Para comprender este argumento, es importante definir brevemente el papel de la comunicación política.

Se entiende por comunicación política el conjunto de estrategias que inciden en las ideas y creencias de un público en referencia a su sistema político. Aunque esta definición es muy amplia en su naturaleza conceptual, pues habría que desglosar más términos e inclusive teorías, destaca dos elementos sustanciales: las estrategias y el sistema político, lo que, para términos de la dominación ejercida por un gobernante, es un soporte teórico que sustenta esta investigación. En un sentido más práctico, se puede definir la comunicación política, según Trent y Friedenberg, como:

Símbolos creados por los medios de comunicación para que la sociedad mantenga la consciencia de la existencia de unas instituciones políticas; es decir, son las imágenes que ayudan a que el pueblo recuerde que se vota, que se controla al gobierno o que la constitución funciona. (Canel, 2006, p. 21)

De este modo, se presenta un primer concepto brevemente desglosado y referenciado, que alude a la comunicación vista desde el sistema político (instituciones, partidos políticos, gobernantes, democracia, etc.). Implícitamente, su aplicación legítima a los gobiernos o a sus gobernantes, aunque ello

derive en prácticas antidemocráticas al ser una herramienta que puede presentar una realidad distorsionada con falsedades o verdades a medias, Byun Chul-Han le llama: Infocracia, “crisis de la democracia en la era de la digitalización” (Han, 2022).

La construcción de la imagen pública del gobernador de Oaxaca respondió a un perfil similar al de Enrique Peña Nieto en las elecciones por la presidencia de la República en 2012: la de un producto estilizado de un “político pop”. Este es un término de Adriana Amado que describe cómo tanto los gobernantes como los partidos políticos, a través de sus candidatos, buscan generar mecanismos de promoción a través de la industria cultural de masas, que está intrínsecamente relacionada con el mundo del espectáculo, de la farándula, de la industria musical y del *show business* a través de la espectacularización y del embellecimiento visual.

A través de estos formatos, se observa a los políticos populistas en entrevistas, en escenarios contruados y en la construcción de personajes vistosos y *ad hoc* a culturas que a veces no les son propias, pero que adaptan por la necesidad de generar simpatía o apelar a principios de identidad. En la actualidad, se vive una realidad adaptada a los principios mercadológicos más que a la conservación de la esencia humana.

Esta estrategia corresponde a la categorización del “político-celebridad”, que influye por su forma de vestir, sus aficiones (*hobbies*) o su gran manejo de la comunicación política y de las plataformas de posicionamiento mediático. Esto conllevó a que Alejandro Murat Hinojosa acaparara la atención y se le posicionara como uno de los gober-

nadores más influyentes y exitosos a nivel nacional. Esta es una afirmación ambigua, al no estar sustentada en datos oficiales, pero que sí era una percepción pragmática de la ciudadanía, al menos de la ajena a Oaxaca, pues los habitantes del estado percibían algo distinto, a pesar de estar, en cierta manera, influenciados por la propaganda y publicidad del gobierno muratista.

Lo anterior demuestra que su comunicación estratégica fue una herramienta que posicionó su gobierno y que proyectó éxito y legitimidad. En este contexto, no sorprende que, tras las elecciones generales de 2024, haya sido designado Senador de la República por representación proporcional, lo que confirma la tesis de que la intención de la estrategia muratista y de su comunicación política fue mantener, aumentar y perpetuar el poder político.

Una vez analizado el recorrido histórico del informe de gobierno en el sistema político mexicano y oaxaqueño para que se comprendan los elementos y características del papel de Alejandro Murat, se procederá a realizar una revisión de los informes de gobierno para observar cómo se utilizan los Aparatos Ideológicos del Estado con el propósito de mantener, aumentar y perpetuar el poder político desde su acción comunicativa.

Informes de gobierno de Alejandro Murat como Aparato Ideológico de Información

¿Qué son realmente los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE)? ¿Son inherentes al Estado o necesitan que el gobierno funcione como fuerza impulsora? ¿Son parte de la iniciativa privada o nacen a través de la búsqueda del poder? El concepto fue desa-

rollado por Louis Althusser, basándose en la teoría marxista del Estado. En su ensayo “Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado”, Althusser menciona que:

La tradición marxista es formal: desde el *Manifiesto* y *El 18 Brumario* (y en todos los textos clásicos posteriores, ante todo el de Marx sobre La comuna de París y el de Lenin sobre el Estado y la Revolución), el Estado es concebido como aparato represivo. El Estado es una “máquina” de represión que permite a las clases dominantes asegurar su dominación sobre la clase obrera. (1970, p. 20)

El Estado, en esencia, nace como un aparato que, al ser el conjunto de instituciones que organizan el desarrollo del sistema económico capitalista, es represivo. Esto se debe a que, a través de él, la élite o la clase política busca el control y dominio de las masas mediante la represión en sus distintas formas. La aportación de Althusser modifica la relación entre élite y gobernados: mientras que para Marx la represión se entiende a través de la explotación laboral, para Althusser se comprende a través de la interpelación que existe por la ideología.

Con ello, se tiene un acercamiento a la definición práctica de los Aparatos Ideológicos del Estado. A partir de lo anterior, se puede afirmar que, en primer lugar, estos aparatos son inherentes al Estado; en segundo lugar, funcionan mediante mecanismos que no derivan de la violencia; y, en tercer lugar, existen varios aparatos en función, ya que hay una amplia variedad de instituciones que asignan categorías a los individuos. En este contexto, Althusser (1970, p. 28) propone un cierto número de

realidades, entre las cuales se encuentra la relevante para esta investigación: los Aparatos Ideológicos del Estado de Información (AIE), tales como la prensa, la radio y la televisión, entre otros.

Por lo tanto, se considerarán a los AIE de información como los medios que permiten al Estado y al aparato gubernamental difundir publicidad y propaganda de gobierno. Pero, ¿los informes de gobierno son un uso de publicidad o de propaganda? Ambos términos se refieren a acciones de comunicación; incluso, podría decirse que son manifestaciones del proceso básico de comunicación, con la diferencia de que cada uno posee una intención y una estrategia de diseño específicas. La etimología de la palabra “propaganda” proviene del latín *pro-pagare* y alude a la difusión de algo.

La propaganda encuentra una relación directa con la ideología y funciona como interpelación del sujeto, porque su carga ideológica está diseñada para modificar creencias e ideas.

La propaganda tuvo un papel fundamental en la Segunda Guerra Mundial, donde la imagen, a través de los carteles, se convirtió en el medio visual para transmitir a la población valores, temores, animadversiones y justificaciones para la guerra y estar en constante estado de emergencia, especialmente en 1942, momento en el que EE. UU. entró a la guerra, lo cual puso en tensión a la Alemania nazi por la irrupción de este país en el frente Occidental. (Arellano, 2022, p. 152)

En el caso específico de la Segunda Guerra Mundial, los carteles eran construc-

nes de una realidad ficticia, inexistente, pero que moldeaban el pensar de los alemanes en la aceptación de la guerra promovida por la ideología nazi, a pesar de las atrocidades humanas que realizaban quienes comulgaban con esa idea. Era la ideología nazi la que tenía la capacidad de convencimiento, pero la carga ideológica, junto con significados e imágenes, era lo que impulsaba el sentido de dominación.

El poder político necesita forzosamente de la legitimidad para operar e incidir. El acto de legitimidad, en términos prácticos, es la voluntad de aceptar y comulgar con una idea. Es aquí donde la propaganda juega su rol principal, ya que, al ser un acto de comunicación, permite, a través de este ejercicio, legitimar un acto, una decisión de gobierno, una creencia o, inclusive, una guerra. Por ello, afirmar que los informes de gobierno no son actos de propaganda sería absurdo, ya que crean un formato que insiste en avalar las decisiones de un gobierno a pesar de la resistencia en la oposición o en la masa.

La publicidad es un elemento de comunicación al igual que la propaganda, pues ambas buscan persuadir. La diferencia radica en que en la publicidad no existe la misma carga ideológica, pero sí una carga mercadológica y corporativa. A partir de este momento, se puede entender que la comunicación también es un proceso corporativo y de intercambio de bienes y servicios, de modo que:

La publicidad comunica ideas para vender productos, vende productos y las ideas asociadas a ellos, vende productos como elementos que garantizan la felici-

dad o el estatus o la solución de problemas, etc. El político pretende comunicar sus ideas para que los receptores (electores) las escojan, esto es, para difundir sus ideas y sus ideas son sus candidatos, sus personas-personajes; el político a través de su discurso pretende convencer al receptor de que su visión del mundo es la correcta. Del mismo modo, el comerciante, pretende comunicar sus ideas para que los receptores (compradores) las escojan, esto es, para vender sus ideas y sus ideas son sus productos; el comerciante, a través de su discurso pretende convencer al receptor de que su visión del mundo es la mejor. La visión del mundo del político es el candidato, la visión del mundo del comerciante es el producto. (Screti, 2011, p. 9)

Se argumenta que el informe de gobierno se sustenta en que el político o gobernante difunde sus ideas, acción propia de la publicidad; sin embargo, mediante la publicidad no se encuentra un fundamento o una construcción ideológica que permita romper creencias o prejuicios, tal como sí lo hace la propaganda. Por ello, se puede afirmar que el informe de gobierno tiene dos momentos.

El primero es el momento publicitario: antes de que se lleve a cabo el informe de gobierno, se realiza una difusión del producto, se promociona a los receptores para que puedan verlo, presenciarlo y dedicarle tiempo. El segundo momento deriva del día del informe, cuando éste se realiza y se difunde la línea discursiva; es aquí donde se hace presente la propaganda. Según Screti (2011, p. 10), “la propaganda tiene la intención de hacerse con el poder”, mientras que para la

publicidad, aunque de cierta manera obtiene o se hace del poder, no es su prioridad.

Con esta consideración, dependerá de quién ejerza el informe de gobierno, del formato y de la línea discursiva el que este se convierta en un acto propagandístico o no. A partir de esta aclaración, se debe entender que los informes de los gobernantes no siempre son una acción de propaganda y que esto requiere un análisis cuidadoso para conocer la intención del político o gobernante.

Alejandro Murat, gobernador de Oaxaca del 1 de diciembre de 2016 al 30 de noviembre de 2022, ha sido el gobernador con más promoción, publicidad e innovación en la comunicación como estrategia de gobierno en la historia reciente. Es posible que Oaxaca careciera de obra pública, pero no de eventos, promoción turística y espectáculo político. Para evidenciar lo anterior, basta con realizar una revisión de sus primeros cinco informes de gobierno.

El primer informe de gobierno se llevó a cabo, como lo marca la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, el día 15 de noviembre de 2017. En la cultura y tradición política del sistema político oaxaqueño, si las condiciones lo permiten, el documento escrito se entrega de manos del propio gobernador en la sede del Congreso (Cámara de Diputados) al representante del Poder Legislativo (presidente de la Mesa Directiva).

En el caso del entonces gobernador Murat, primero se realizó la entrega de este documento y se pronunció el mensaje político frente a los 42 diputados del estado de Oaxaca; posteriormente, se realizó la transmisión del primer informe de gobierno,

con una duración de aproximadamente dos horas con cincuenta y tres minutos (CORTV, 2017), en el Centro Cultural y de Convenciones del Estado de Oaxaca. El acto se difundió a través de las redes sociales del gobierno del estado, del entonces gobernador y de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV).

En una primera apreciación, se destaca un formato de narrativa con tres momentos: el primero, que consta de una introducción, la cual se forja a través de la opinión de los conductores y de entrevistas a servidores públicos del gobierno federal y del gobierno estatal; el segundo momento se relaciona con el respaldo y arropamiento del entonces gobernador por parte de múltiples servidores públicos, gobernadores de los estados de Durango, Chiapas, Campeche, Puebla, Estado de México, Tlaxcala y Yucatán, la élite de la clase política del estado e inclusive la presencia de la cúpula federal. Es importante recordar que en 2016 aún se vivían los últimos momentos del apogeo del partido hegemónico, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), del cual Murat era militante.

El tercer momento se relaciona precisamente con la estructura del informe en sí: un informe oral con proyecciones visuales de respaldo, al estilo de una exposición académica, sin atril, dinámico, con movimiento escénico, a puerta cerrada y solo con invitados selectos, miembros de la clase política y empresarial, y medios de comunicación. El discurso duró alrededor de sesenta minutos con la siguiente estructura: presentación y agradecimiento de invitados especiales, introducción, y los ejes temáticos: Oaxaca incluyente con desarrollo

social, Oaxaca sustentable, Oaxaca seguro, Oaxaca productivo, y Oaxaca moderno y transparente, seguidos de una conclusión.

Bastaron dos horas del primer informe de gobierno para entender que, en el fondo, se planteaba posicionar la idea de que Murat sería un político con proyección nacional, en búsqueda de incrementar su poder político. Surgen las preguntas: ¿pensaba en la presidencia de México?, ¿por qué lo acompañaban tantos gobernadores en un acto protocolario que se repite año con año? La acción comunicativa empezaba a tomar sentido en este punto del gobierno de Alejandro Murat Hinojosa.

Se aprecia una evolución sin precedentes, a pasos agigantados, en comparación con la escenificación y estructura de los informes de los gobernadores anteriores. Primero, los elementos escénicos desempeñan el papel de control y poder, los cuales, inherentemente, aluden a centrar la atención en el orador. El discurso estaba completamente cargado de propaganda y de acción estratégica. A continuación, se dará continuidad al análisis de los informes de manera breve, con el fin de que se comprenda la intención de su acción comunicativa y la estrategia que empleaban Murat y su coordinación de giras en los elementos comunicativos del formato.

Existe repetición y reconstrucción en los formatos de los informes del entonces gobernador. El segundo informe es una réplica del primero, realizado en el Centro Cultural y de Convenciones del Estado de Oaxaca posterior a la entrega del documento escrito en el Congreso del Estado el 17 de noviembre de 2018. La escenificación,

los asistentes y la estructura discursiva son similares al primer informe, con la salvedad de la inclusión del elemento familiar como factor de empatía. Fue este el último año de gobierno del presidente Enrique Peña Nieto, y el informe se realizó 13 días antes de que concluyera su mandato.

El tercer informe de gobierno, entregado el día 15 de noviembre de 2019, es el informe de la mitad del sexenio. En esta ocasión, a pesar de haberse realizado en el mismo edificio del Centro Cultural y de Convenciones del Estado de Oaxaca, se nota una modificación en la estructura escénica, la cual pretende un formato distinto. El presidente Andrés Manuel López Obrador tomó posesión el 1 de diciembre de 2018, por lo que, en este informe de gobierno del entonces gobernador, su principal invitada fue la secretaria de Gobernación, Olga Sánchez Cordero.

En cualquiera de los gobiernos, el momento ideal para repensar su forma de conducir su administración pública y la cúspide de la reflexión de las acciones de gobierno es a la mitad de la administración. En el caso de la gubernatura de Oaxaca, este informe es el clímax de la evaluación; por ello, la narrativa no es similar a las dos anteriores: aquí, más que narrar qué se hizo, se debía explicar cuál era el impacto de lo que ya se estaba haciendo.

La transmisión duró alrededor de tres horas y nueve minutos y el discurso del exgober-

nador, alrededor de una hora y quince minutos (CORTV, 2019). La estructura escénica para este informe es distinta. Normalmente, cuando se escucha la palabra escenario, se imagina toda esa estructura de teatro; “se visualiza como un lugar donde se desarrolla una escena, donde hay un ambiente y circunstancias que rodean algo o a alguien” (Sánchez Guerrero, 2005, p. 15).

Esta idea no se aleja de la realidad de este informe: primero, la construcción de un templete en forma de X, la cual retomaba la tipología y colores del logotipo “Oaxaca”⁵ del Gobierno del Estado; el segundo elemento era la ubicación, ya que se encontraba en el centro del escenario con todos los asistentes e invitados rodeándolo. Por último, se incluyó la representatividad, en términos del marxismo, de la clase obrera.

El tercer informe de gobierno marcó tres grandes momentos. El primero, la etapa de entrevistas, comentarios y discurso laudatorio; el segundo gran momento se relacionó con la estructura narrativa y discursiva (acción comunicativa) de Alejandro Murat; y, por último, el informe de gobierno del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) estatal. En este momento, el entonces gobernador posicionó en la estructura del poder político a su esposa, Ivette Morán.

La estructura narrativa consta de una introducción y una presentación con contenido gráfico y visual sin ejes temáticos, pero

⁵ El Gobierno del Estado cuenta con un manual de identidad que permite establecer la tipografía, los gráficos y el contenido visual del logotipo de la administración, el cual se encuentra en el: <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/wp-content/uploads/sites/28/2022/08/MANUAL-DE-IDENTIDAD-ACTUALIZADO-CREAR-CONSTRUIR-CRECER-2020.pdf>

con una dinámica de retroalimentación (*feedback*) con la representación social de las masas. En esta dinámica de retroalimentación y de participación del público representativo, el entonces gobernador hizo una alusión a la innovación de su acción comunicativa, como se cita a continuación (CORTV, 2019, 1:46'21s): “Quisimos darle una tónica diferente a este informe, aquí no hay guion escrito”.

La comunicación es la base para interpe-
lar la visión del mundo interpersonal a las
conciencias, se encuentren o no dentro del
mismo tiempo y espacio, y ello buscaba el
exgobernador con el uso estratégico de sus
elementos y herramientas gubernamen-
tales. Surge entonces la pregunta de si la
comunicación política no fungía como un
aparato ideológico del Estado utilizado para
sus intereses personales. Alejandro Murat
y su equipo de comunicación comprendían
que, a partir de su control en los medios y
la combinación con estrategias eficaces de
comunicación, se impulsaría su visión de
gobierno como un caso de éxito en Oaxaca,
replicable en otras esferas. Para determinar
si esto es cierto o mera especulación, se
continuará con el cuarto informe.

La estrategia de comunicación política de
Murat en torno a sus informes de gobierno
vivió tres transiciones. La primera, denomi-

nada aquí como “innovación escénica”, fue
una transición en la que se percibió de ma-
nera visual la transformación y el desarrollo
de un informe preelaborado con caracterís-
ticas de alta producción, con un discurso
bien estructurado, con elementos propagan-
dísticos que incluían a los sectores vulnera-
bles y, sobre todo, con la ideologización de
su narrativa para presentar a esta como “la
mejor de las administraciones en Oaxaca”.
Es bien sabida en Oaxaca la historia de los
Murat y el perfil crítico de José, su padre;
por ello, para Alejandro Murat, era neces-
ario desvanecer esa imagen, y para ello utili-
zaba el presupuesto de comunicación⁶.

La segunda transición fue la evolución
de su informe hacia un proceso de comu-
nicación más incluyente. En este punto, se
debe considerar lo siguiente: el proceso
mediante el cual se forma el entendimien-
to de las sociedades no nace precisamente
con el lenguaje, sino con el proceso de co-
municación; el lenguaje es un elemento de
este proceso. Por ello, se debe considerar
la afirmación de que:

en toda comunicación está presente una
serie de elementos sin los cuales no se
llevaría a cabo este proceso tan comple-
jo. No basta solo con hablar, es neces-
ario ir más allá, romper la barrera de
lo superficial. No se trata solamente de

⁶ Como dato de interés público, dentro del Presupuesto de Egresos del Estado de Oaxaca para el ejercicio fiscal 2022, la Coordinación General de Comunicación Social y Vicería del Gobierno del Estado contaba con un presupuesto de \$262,721,257.47 (doscientos sesenta y dos millones setecientos veintiún mil doscientos cincuenta y siete pesos 47/100 M.N.), sin contar el gasto que se ejercía en la Coordinación de Giras, dependiente de la gubernatura, mediante la cual eran posibles los montajes multicitados de los informes de gobierno

transmitir información, sino de expresar ideas, opiniones, sentimientos, emociones, tanto de un lado (emisor), como del otro (receptor). Para que se logre la comunicación entre dos personas, se tiene que dar un intercambio mutuo (Gómez, 2016, p. 5.)

Sin embargo, existen niveles en la comunicación, el primer informe del entonces gobernador se encontraba en el nivel básico, el nivel de “informar”, el emisor brinda un mensaje y el receptor escucha y entiende, pero no retroalimenta, lo que no continúa en el ciclo de la comunicación. En el tercer informe de gobierno de Alejandro Murat rompe con esta tradición y genera un *feedback* con la participación de los beneficiarios de su gobierno. Esta retroalimentación es la que da una segunda transición en sus informes.

La tercera transición, y de gran importancia, ocurrió en el cuarto informe de gobierno, en 2020. A finales de 2019, ya se difundía información sobre una probable epidemia. Para mediados de 2020, se había instaurado un aislamiento social completo y una suspensión plena de todas las actividades presenciales. Entre las medidas de prevención para combatir la pandemia de SARS-CoV-2 (COVID-19) se encontraban el distanciamiento y el aislamiento social, permitiéndose solo las actividades de primera necesidad, por lo que realizar un informe de gobierno tradicional con cientos de invitados y contacto directo resultaba inviable.

El cuarto informe de gobierno se realizó el día 15 de noviembre de 2020, posterior a la entrega del documento escrito en el Congreso del Estado, mediante una trans-

misión especial emitida por la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV, 2020). Este tuvo una duración de dos horas, cuarenta y dos minutos y cincuenta y dos segundos, con una narrativa de aproximadamente dos horas y diez minutos.

Alejandro Murat emitió un mensaje similar al del sexto informe de gobierno de Gabino Cué, pero con diferencias abismales en la producción, edición y estructura. En este informe hubo un solo momento: la narrativa del gobernador. Sin embargo, dentro de esta narrativa existieron los siguientes elementos a destacar: introducción, desarrollo, historias de vida a través de intervenciones, diálogos y charlas y, por último, una conclusión.

Aquí se presentan dos cuestiones relevantes. La primera es la construcción de un informe cinematográfico; la producción, la edición, el fondo del discurso y los diálogos muestran la elaboración de un producto visual con una capacidad de interpelación inmensa. La segunda corresponde a un informe inclusivo, con la participación de servidores públicos y miembros de la clase popular en distintos sectores de desarrollo humano. Uno de los factores a destacar en este informe es el manejo de la empatía y el sentimentalismo como estrategia de ideologización de la política y como acción de humanismo. Reflejo de ello son las palabras de Alejandro Murat: “La política tiene que ver con respetar la dignidad”. (Citado en CORTV, 2020, 2:34’,39’s).

El quinto informe de gobierno se realizó el 15 de noviembre de 2021 en el Palacio de Gobierno del estado, mediante una transmisión especial proyectada por la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV,

2021), con una duración aproximada de dos horas, dieciséis minutos y veinte segundos.

El quinto informe de Alejandro Murat constituye una construcción híbrida entre una estructura escénica y una proyección cinematográfica. Retoma aspectos elaborados en los primeros dos informes de gobierno y lo desarrollado en el cuarto informe. Por lo anterior, cuenta con dos momentos: el primero, el discurso político de introducción al estilo tradicional desde un atril.

El segundo momento es el desarrollo narrativo a través de un video preelaborado sobre la trayectoria de Murat como gobernador durante cinco años (desarrollo y conclusión). Este informe busca una mezcla entre la actividad presencial y el uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación que surgieron a partir de la transición a la sociedad pospandemia.

Realizar un recorrido por los informes de gobierno no tiene más que la intención de dar a conocer al lector los elementos prácticos suscitados y elaborados en cada año, lo cual ayudará a resolver de mejor manera las siguientes preguntas: ¿Se puede considerar el informe de gobierno de Alejandro Murat como un elemento de la administración pública o es un acto de interpelación política?, ¿existe un acto de comunicación consciente que pretende interpelar a los sujetos (público) a favor de un proyecto político?, ¿cuáles son los Aparatos Ideológicos del Estado que inciden en la forma de comunicar de Alejandro Murat?

En primer lugar, queda claro que el informe de gobierno es una acción gubernamental con fundamento constitucional; es decir, es una acción de obligatoriedad, plasmada en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, además de contar con el ejercicio de un presupuesto establecido y que, por tradición, es un acto político, de influencia y de relaciones sociales; por lo tanto, es un elemento imprescindible de la administración pública.

El hecho de interpelar tiene que ver con la estructura narrativa del orador y su capacidad de otorgar categorías a los receptores y que estos, a su vez, las apropien, similar a lo que sucede en el tercer informe de gobierno en el minuto 104 con 26 segundos, en el cual se percibe el respaldo del receptor al emisor. La interpelación implica, de cierta forma, que el orador sea capaz de que su cosmovisión del mundo pueda pasar a ser parte de la visión de sus receptores.

Desde el primer momento en que Alejandro Murat construyó una narrativa: “Juntos Construimos el Cambio”⁷, ya existía una intención de interpelación política. La línea discursiva buscaba de manera constante una comparación con los desaciertos de los gobiernos anteriores; a través de esto, alteraba dos elementos: primero, incentivar el hartazgo de la población con la actividad política y, segundo, entregarle a la población la solución (discursiva, no material) que provocaba ese hartazgo.

⁷ “Juntos Construimos el Cambio” fue el principal slogan que acompañó a Alejandro Murat durante sus primeros tres años. A partir del cuarto año fue suplido por: “Crear, Construir y Crecer”.

Se puede decir que se construía una narrativa que ocasionaba un problema y a la vez lo solucionaba. El motivo era ofertar un producto (Alejandro Murat) capaz de mantenerse en el mercado (servicio público) más allá del sexenio, con el objetivo de crecer a través de líneas discursivas eficientes.

Es evidente que se pretendía interpelar y reprimir la inconformidad, solo que sin recurrir a la violencia. La clave era la legitimidad a través de la comunicación política, y Alejandro Murat sabía que el informe era una de esas herramientas esenciales. Anteriormente, se describió una definición de Aparatos Ideológicos del Estado, los cuales inciden mediante distintas realidades y se construyen por dos factores: el primero es una intención de represión sin violencia, la cual reprime a través de la ideología.

El segundo, y no menos importante, son las realidades a través de las cuales la ideología adquiere una faceta distinta. Por lo tanto, si los informes son información y esta información busca ideologizar, por todo lo ya comentado, el informe de gobierno de Murat es un Aparato Ideológico del Estado y, de manera específica, funciona como AIE de información. Con esto no se pretende decir que sea similar a una acción de prensa, radio o televisión, pero comparte la categoría que a esta investigación compete: “La reproducción de las relaciones de producción, es decir, las relaciones capitalistas de explotación” (Althusser, 1970).

La Acción Comunicativa del Sexto Informe de Gobierno

El argumento central radica en el último informe de gobierno. En este momento del sexenio de cualquier gobernador, más allá

de la nostalgia o el desgaste público, una retrospectiva y reflexión de lo ya realizado y de lo no realizado representa el clímax de la aceptación o negación de la decisión de haber elegido a esa persona como gobernante durante seis años.

La transmisión especial del sexto informe de gobierno del estado de Oaxaca se realizó el día 18 de noviembre de 2022, posterior a la entrega del documento oficial en el Congreso del Estado. Fue transmitido por la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV, 2022) con una duración aproximada de dos horas y cuarenta minutos y se realizó en el Centro Cultural “Álvaro Carrillo”, una obra pública concluida en el último ejercicio fiscal de Alejandro Murat.

La narración del entonces gobernador tuvo una duración aproximada de dos horas y dieciséis minutos, entre videos, historias de vida y ejemplos de su recorrido como estadista durante seis años. Con un escenario similar al de un concierto, Murat retomó el formato de los primeros dos informes de gobierno: el estilo de una exposición académica.

El formato del último informe de gobierno consta de tres momentos. El primero, la entrevista de Alejandro Murat en compañía de su familia; el segundo momento, la estructura narrativa del discurso y, por último, la dedicatoria a Ivette Morán, su esposa. Se debe señalar que, aunque pareciera insignificante, existe una mención de dedicatoria con una línea discursiva sentimentalista e inclusive romántica.

¿Cuál podría ser el interés de contemplar este elemento? Ello obliga a no olvidar que, a pesar del mandato constitucional que obliga al gobernante a rendir cuentas

al pueblo a través de un informe de gobierno, éste no deja de ser un recurso personal para proyectar la imagen pública que el gobernante desee, con su sello e interés particular, pues no hay ninguna ley que regule el contenido que debe tener un informe de gobierno brindado al pueblo que lo eligió como su gobernante.

Este trabajo busca afirmar la tesis de que existió una intención en Alejandro Murat de incrementar el poder político usando la herramienta del informe de gobierno. Esta idea, con la siguiente alusión, no solo se afirma, sino que se refuerza el postulado de que el Estado, a través de sus representantes, busca la represión pacífica, siendo la comunicación política una de las principales herramientas: “Quiero compartir con ustedes que a partir del primero de diciembre, así como demostramos que sí se puede en Oaxaca, vamos a ir a demostrar que sí se puede en México. (Coreando): ¡PRESIDENTE, PRESIDENTE, PRESIDENTE!” (CORTV, 2022).

En este punto, se retomará la acción comunicativa para únicamente reforzar lo que ya se ha comprobado de manera explícita por la línea discursiva exhibida con anterioridad. El punto central parte de la racionalidad; es decir, con los contextos necesarios o con la información suficiente, es posible procesar un pensamiento racional sobre cualquier objeto de estudio o fenómeno social. El problema de este planteamiento surge cuando la recepción del fenómeno se da sin un proceso racional; en ese momento, los individuos se convierten en sujetos de interpelación inconsciente. Este planteamiento se da con Habermas (1987a, 1987b) y la teoría de la acción comunicativa. Al respecto, Garrido menciona que:

‘La Teoría de la Acción Comunicativa’ es una obra compuesta por dos volúmenes titulados: ‘Racionalidad de la acción y racionalización social’ y ‘Crítica de la razón funcionalista’. En este trabajo, Habermas realizó un análisis detallado sobre la teoría de la acción y sus fundamentos racionales en torno a tres tópicos: en primer lugar, analizar y construir una concepción de racionalidad de la acción más allá de los principios individuales y subjetivistas imperantes en el pensamiento de la época. Luego, analizar la concepción de una teoría comprehensiva de la interacción social a través del análisis integrado de dos niveles paradigmáticos definidos como ‘mundo de la vida’ y ‘sistemas sociales’. Finalmente, analizar los fundamentos de una nueva teoría crítica de la modernidad vislumbrando nuevos escenarios para reconstruirla en torno a las finalidades estipuladas en sus orígenes en la época ilustrada (2011, p. 5).

Desde la perspectiva de la racionalidad, la comunicación, como fundamento de las relaciones sociales y humanas, es el elemento que permite la realización de la vida social. Por ello, la comunicación y la racionalidad deberían actuar como dos elementos inherentes; sin embargo, no siempre es así. Al respecto, Habermas menciona que uno de los descubrimientos que se constatan en la sociedad moderna es:

uno de los descubrimientos que se constatan en la sociedad moderna tiene que ver con la relación entre el saber y la racionalidad expresada en la acción comunicativa: “la estrecha relación que existe entre saber y racionalidad permite sospechar que la racionalidad de una

emisión o de una manifestación depende de la fiabilidad del saber que encarnan (Garrido, 2011, p. 7).

A partir de las consideraciones anteriores, Habermas formula una tipología de la acción social:

La acción estratégica o teleológica: Es aquella asociada a una finalidad consiente.

La acción regulada por normas: Es aquella asociada a valores compartidos y legitimados por los sujetos en la vida social.

La acción dramaturgica: Asociada a la manifestación plena de la subjetividad individual.

La acción comunicativa: Es la interacción entre dos sujetos capaces de comunicarse lingüísticamente y de efectuar acciones para establecer una relación interpersonal (Garrido, 2011, p. 8).

Partiendo de la definición de la tipología de la acción social, se observa que Murat se comunicaba en sus informes de gobierno en dos niveles: de manera presencial o directa, con la élite; y de manera digital y a distancia, con los sectores poblacionales (las masas). A partir de los elementos escénicos, visuales y el discurso estructurado, logró una relación interpersonal positiva, es decir, una acción comunicativa exitosa ante la falta de racionalidad en el receptor.

La acción comunicativa es parte de la conexión que existe entre el Estado y el pueblo; es un proceso de socialización, de relación social y humana, entre instituciones e individuos, entre colectivos y organizacio-

nes, y entre ideologías y sentimentalismos. Por ello, se evidencia la acción comunicativa en el informe de Alejandro Murat. A través de ella, se forman imágenes, se conceptualiza su ideología y se interpela a su público. Como menciona Garrido (2011, p. 19), “actualmente, esto es esencial para entender la relevancia que tienen los medios de comunicación de masas en la formación de ‘imágenes de mundo’ de los sujetos”.

Una de las conclusiones de esta investigación, a modo de aportación, es la conceptualización del “informe de gobierno” como un AIE de información, el cual tiene tres propósitos:

1. Informar sobre el estado que guarda la administración pública, cumpliendo con el mandato constitucional.
2. Legitimar las acciones, decisiones y la figura del gobernante a través de un discurso propagandístico que busca el consenso y la aceptación social.
3. Perpetuar el poder político de la élite gobernante, utilizando el evento como una plataforma para proyectar una imagen pública favorable, construir capital político y posicionar futuras aspiraciones.

Es necesario considerar que la única forma de que un informe de gobierno no manifieste una intención de acrecentar el poder es ceñirse estrictamente al mando constitucional establecido en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, que estipula:

Art. 80, fracción XXXIII.- Presentar en Sesión Solemne ante el Congreso del Estado el primero de diciembre de cada año, un informe por escrito sobre el es-

tado que guarda la Administración Pública del Estado, con excepción del año en que se asume el cargo. Tratándose del último año de su ejercicio, el mismo deberá presentarse el quince de noviembre. (H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, 2025)

Todo lo que exceda dicho mandato constitucional constituye una construcción de control y dominio político, lo cual dependerá de las intenciones del gobernante, de su estructura gubernamental, de los contextos sociales y políticos, así como del recurso público que se destine para la realización de eventos escenificados que surgen con el único propósito del elogio y de cultivar el egocentrismo, pues se trata de actos no solicitados por la ciudadanía.

Fenomenología del poder desde la comunicación política

La presente investigación tuvo como objeto de estudio central el sexto informe de gobierno de Alejandro Murat Hinojosa como gobernador de Oaxaca. Al ser un análisis del contenido del discurso en correlación con la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas y la propuesta de los Aparatos Ideológicos del Estado de Louis Althusser, el tipo de investigación fue cualitativa.

Las categorías observadas derivaron de lo siguiente: la comunicación del entonces gobernador Murat en sus informes de gobierno, la filosofía del lenguaje, la información pública emitida a través del sexto informe de gobierno, la propaganda generada para el mismo, la acción comunicativa de Alejandro Murat y de sus herramientas gubernamentales, y la intervención de los Aparatos Ideológicos del Estado.

El tiempo de observación y análisis fue de aproximadamente cinco semanas, a través de la observación detenida de cada elemento visual, oral, escrito y contextual de cada categoría establecida. Ello demandó dedicar tiempo y esfuerzo, ya que, al ser elementos teóricos, estos no se describen de manera explícita en el contenido del discurso del caso estudiado, sino que el análisis interpretativo de todos los elementos inmersos en el informe fue lo que arrojó la información esperada.

Sin embargo, todos estos elementos giran en torno a un fenómeno inherente a cualquier dinámica social: el “poder”. Esta atribución se manifiesta en dos sentidos: el primero, a partir del uso de la violencia o de la fuerza; y el segundo, a partir de la legitimidad, que, para términos de esta investigación, es el que interesa.

¿Cuándo es legítimo el poder? Juan Ferrando Badía decía que: “No podemos afirmar si un poder es legítimo o no sin conocer previamente cuál es la concepción predominante en la sociedad sobre la que se asienta el Poder” (Ferrando, s.f., p. 7).

De modo que la legitimidad del poder no necesariamente nace de que un gobernante tenga el cargo de servidor público, sino que deriva de la concepción que la sociedad defina y establezca dónde recae el poder. Cuando la ciudadanía acude a votar por sus representantes, lo hace convencida de que, mediante el sufragio, la sociedad afirma que el poder recae sobre quien obtenga el mayor número de votos. Por ello, al elegir a los gobernantes, estos tienen un primer acercamiento con la legitimidad de acuerdo con el número de votos que obtu-

vieron, dependiendo del porcentaje de participación ciudadana de esa elección.

Alejandro Murat y el resto de los gobernadores en Oaxaca han construido su legitimidad en dos tiempos: el primer momento se da con el resultado de la elección; el segundo momento, con las acciones de gobierno que implementen durante los primeros tres años. Es aquí donde incide, en este segundo momento, la comunicación política en el fenómeno del poder:

Tan solo conociendo previamente lo que piensa una sociedad acerca de su poder es cómo podremos conocer si este es legítimo o no. Lo demás serán discursos retóricos, vacíos de contenido, que tendrán que recurrir a tópicos para justificar un statu quo sin base popular (Ferrando, s.f., p. 7).

Debido a esta afirmación, los gobernantes suelen recurrir a casas encuestadoras para medir su aprobación, sobre todo si está de por medio el interés de alguna reelección o de competir por algún otro cargo público. Una vez que obtienen resultados, la comunicación funge como un medio capaz de construir una estrategia que permita reconstruir sus elementos con base en lo que piensa la sociedad. En este caso, interesa aportar cómo la comunicación se traduce en poder a través de los informes de gobierno.

Los informes de Alejandro Murat fueron espectáculos públicos en los que el gobernador optaba por demostrar el respaldo y arropamiento de servidores públicos de nivel federal y local, así como el acompañamiento de varios gobernadores. Dar preferencia a la élite antes que a la ciudadanía

que lo eligió como gobernador demuestra que reafirmar ese poder era una prioridad en los informes. Por lo tanto, el fenómeno del poder político era evidente a través de dos factores que deben considerarse como parte de la comunicación política:

- Promover la participación de servidores públicos de primer nivel como elementos de simpatía política, independientemente de su filiación partidista.
- Construir escenarios de orden jerárquico, donde a través de la estructura teatral se demuestre la posición del gobernante y de los gobernados, escenificando la relación entre el poder y la subordinación.

A partir de estas consideraciones, se puede interpretar que la comunicación política es poder, porque mediante ella se generan estrategias y mecanismos cuyo objetivo es crear situaciones en las que las relaciones sociales y humanas evidencien dónde reside el poder político. Sin embargo, esto no quiere decir que ese poder sea legítimo. La subordinación suele ser un acto de interés, mientras que la legitimidad implica la aceptación del poder por voluntad o confianza. Y esa es, precisamente, la segunda prioridad de un informe: legitimar. Lo anterior se puede confirmar con la siguiente alusión:

Partiendo, pues, del hecho de que todo poder político, sus formas históricas, las jurídico-estatales y las políticas o sistemas y regímenes, se basan en un conjunto de valores vigentes y compartidos por los ciudadanos o de creencia dominante en esa sociedad o tiende a crearlos si se asienta, inicialmente sobre la fuerza, se ha de afirmar que todos los gobernantes —como subraya Dahl— tienden a legitimarse, es

decir, a convertir su mando o poder en autoridad, es decir: a legitimar su poder o fuerza (Ferrando, s.f., pp. 16-17).

Con una narrativa bien elaborada y estructurada como la de los informes de gobierno de Alejandro Murat, es posible legitimar una acción de gobierno o una política pública. Sin embargo, a pesar de este esfuerzo, dichos informes no generaron credibilidad por varias razones. En primer lugar, sin olvidar que el mejor discurso es el que antecede a la acción, la carencia de obra pública impidió que se ganara la confianza ciudadana. A esto se suma la barrera que se imponía entre la élite y los sectores populares y, por último, el fenómeno de izquierda que se vivió en el país con MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional), el mandato del

entonces presidente Andrés Manuel López Obrador y la actual fortaleza del movimiento denominado “el segundo piso de la Cuarta Transformación”.

A pesar de todo lo analizado en esta investigación, se puede afirmar que el informe de gobierno es un acto de poder político por los intereses que representa y que se articulan alrededor de la vinculación de relaciones sociales entre servidores inmersos en la administración pública en sus distintos niveles. No obstante, los avances en materia de comunicación estratégica, habría que considerar la posibilidad de que la actual administración del gobernador Salomón Jara Cruz represente un retroceso en la forma de comunicar durante los actos denominados “informes de gobierno”.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del presente trabajo, se pudo observar cómo Alejandro Murat y su equipo de comunicación dedicaban un amplio esfuerzo en generar una estructura y un formato narrativo que innovara en la comunicación política y gubernamental del estado. No existen mediciones para conocer qué tanto impacto tuvo en los receptores, para saber si recibieron con aceptación su mensaje o si tuvo algún impacto en la opinión pública.

Los relatos y el diálogo que se daban posterior al informe tuvieron poca incidencia. Además de algunos diarios, como *El Economista*, que relatan el acontecimiento del informe como un acto protocolario (El Economista, 2022), el informe pasó a ser un acto político de despedida, al menos así fue para los estratos sociales de Oaxaca.

Para la clase política que simpatizaba con esa administración, el resultado fue un tanto diferente. Los informes de gobierno de Alejandro Murat, como se ha podido observar, fueron momentos de celebración y de interacción selectiva. Además de quedar en buenos términos con el gobernador, la clase política aprovechaba estos encuentros para charlar, hacer negocios y cerrar acuerdos; eran momentos decisivos de “amarres” políticos. No se debe olvidar que, posterior a los informes, los cambios en el gabinete eran inminentes.

El sexenio de Alejandro Murat, además de caracterizarse por su comunicación, también lo fue por la gran cantidad de cambios en su gabinete legal y ampliado. Tan solo durante su gestión, hubo al menos cuatro secretarios en la SEDAPA (Secretaría de Desarrollo

llo Agropecuario, Pesca y Acuacultura), hoy SEFADER (Secretaría de Fomento Agroalimentario y Desarrollo Rural): Eduardo Rojas Zavaleta, Carlos Grau López, Sofía Castro Ríos y Gabriel Cué Navarro. En consecuencia, el informe refuerza su sentido de ser una actividad de poder político más que un ejercicio de transparencia. Debe considerarse que los informes de gobierno en México y en Oaxaca son ejercicios de transparencia “a modo”; es decir, formatos de socialización de políticas públicas que en muchas ocasiones ni siquiera se han materializado⁸ y ese es un gran problema.

El informe de gobierno se convierte en un discurso unilateral, que parece ser un acto de subordinación de la clase política. A pesar del esfuerzo de comunicación realizado por el equipo de Alejandro Murat Hinojosa, sus seis informes, con excepción del cuarto, se realizaron a puerta cerrada, muy al estilo de Enrique Peña Nieto en Palacio Nacional. Si el formato hubiese cambiado a un espacio público con participación ciudadana, quizá la intención se habría tornado más encaminada a la rendición de cuentas colectiva y a la transparencia.

A partir de la observación realizada, se percibe con claridad la estrategia de Murat con su público. Se definen tres transiciones importantes: una evolución en la producción visual y el uso de elementos que resaltan en el sentido de la socialización de la política pública, con características como la sensibilidad, la empatía, el diálogo, la dis-

posición y la inclusión. El principal objetivo de esta investigación fue demostrar si existió una intención de mantener, perpetuar o incrementar el poder político a partir de su acción comunicativa en el sexto informe de gobierno, utilizando como soporte teórico la teoría de los Aparatos Ideológicos del Estado de Louis Althusser y la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas.

Lo anterior se confirma con la línea discursiva del final del sexto informe, mencionada en el apartado anterior. Además, los conceptos y significados de AIE de información y acción comunicativa ayudan a generar un soporte de aplicación teórica en casos específicos y prácticos de informes de gobierno, permitiendo generar una aportación para trabajos de investigación posteriores donde se considere al informe de gobierno como un AIE de información que buscará, a través de la ideología y de los aparatos del Estado, el poder político, sea cual sea su faceta.

Con las consideraciones que en este trabajo se realizan, se puede afirmar que el caso específico de Alejandro Murat Hinojosa y el uso que le dio a sus informes de gobierno confirma que existió una intención de mantener, perpetuar o incrementar el poder político, y que la teoría de los Aparatos Ideológicos del Estado y la teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas afirman que el informe de gobierno es una herramienta de poder político y no solo una obligación constitucional. En este sentido,

⁸ Al hablar de materializar la política pública, se hace referencia a temas de obra, de índices de desarrollo o acciones que la ciudadanía califique como acciones de gobierno positivas.

se proponen tres ideas que funcionan como aportación en la regulación de la comunicación política de Oaxaca:

1. Los informes de gobierno son herramientas de control del poder político y actos de subordinación, donde existe una tradición de celebración política. Son un acto elitista que reafirma la intención de incrementar el poder político; de lo contrario, bastaría con el cumplimiento del mandato constitucional establecido en los artículos 69 y 80 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, respectivamente.
2. El informe de gobierno pasa a ser un AIE de información represivo, solo que la represión no funciona a través de la violencia, sino a través de la ideología.
3. La intención de Alejandro Murat Hinojosa fue explotar los informes de go-

bierno como herramientas de comunicación para el servicio de intereses personales, haciendo uso del recurso público para proyectar su imagen como propaganda política.

Con ello, en un planteamiento regulatorio, podría definirse un formato bien estructurado que obligue a los gobernantes a adherirse a un guion, para que los informes de gobierno sean herramientas de comunicación que permitan la rendición de cuentas y la transparencia del estado que guarda la administración pública, y no se pretenda el uso de estos con fines de interés político personal.

Gracias a la tesis planteada en este artículo, el lector podrá entender por qué hoy el exgobernador de Oaxaca, Alejandro Murat Hinojosa, es senador por el partido MORENA y presidente de la Comisión de Relaciones Exteriores en el Senado de la República en la actual legislatura.

REFERENCIAS

- Althusser, L. (1970). *Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado*. Paris: Quinto sol.
- Arellano Ortiz, E. (2022, 11 de febrero). Carteles de Estados Unidos de América y la Alemania Nazi en 1942: propaganda y guerra. *Revista Espiga*, 21 (44), 151-173. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/espiga/article/view/4466/6118>
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión. (2025, 15 de abril). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Diario Oficial de la Federación. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>
- Canel, M.J. (2006). *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. (2ª edición). España: Tecnos.
- Córdova, A. (1972). *La formación del Poder Político en México*. Ciudad de México: Ediciones Era.
- CORTV. (2017, 15 de noviembre). *Primer Informe de Gobierno* [Video]. YouTube. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=1Zj2HUTY-aY>
- CORTV. (2019, 15 de noviembre). “*Tercer Informe de Gobierno*” del Mtro. Alejandro Murat Hinojosa [Video]. YouTube. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=dLr3NN-5yJk>
- CORTV. (2020, 15 de noviembre). *Cuarto Informe de Gobierno del Mtro. Alejandro Murat Hinojosa, Gobernador del Estado de Oaxaca* [Video]. YouTube. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=bMGEKrYS1u0>
- CORTV. (2021, 15 de noviembre). *Quinto Informe de Gobierno del Mtro. Alejandro Murat Hinojosa, Gobernador del Estado de Oaxaca* [Video]. YouTube. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=FVTzr6qaiE0>
- CORTV. (2022, 18 de noviembre). *Mensaje del Gobernador Alejandro Murat Hinojosa* [Video]. YouTube. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=IBHxiCI037k>
- Cué Monteagudo, G. (2016, 16 de noviembre). *Sexto Informe de Resultados #OaxacaSíCambió -Mensaje Político*. [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Vak4haER2MA>
- El Economista. (2022, 19 de noviembre). *Rinde Alejandro Murat su 6to Informe de Gobierno en imponente recinto cultural recién construido*. Consultado el 13 de enero de 2025 <https://www.eleconomista.com.mx/politica/Rinde-Alejandro-Murat-su-6to-Informe-de-Gobierno-en-imponente-recinto-cultural-recien-construido-20221118-0103.html>
- Ferrando Badía, J. (s.f.). *Poder y Legitimidad*. *Revista de Estudios Políticos*, 180 (1971), 5-28.

- Garrido Vergara, L., (2011). Reseña de “La Teoría de la acción comunicativa” de J. Habermas. *Razón y Palabra*, (75). s. pp.
- Gómez, Fedor S. J. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002&lng=es&tlng=es.
- González Reyes, M. (2011). El Informe Presidencial: de la opulencia al ocaso del presidencialismo. *Estudios políticos (México)*, (24), 55-76. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rep/article/view/27400>
- H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca. (2025, 14 de marzo). *Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca*. Periódico oficial extra, n°613. https://www.congresooaxaca.gob.mx/legislaciones/legislacion_estatal.html
- Habermas, J. (1987a). *Teoría de la acción comunicativa, I: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus, Madrid.
- Habermas, J. (1987b). *Teoría de la acción comunicativa, II: Crítica de la razón funcionalista*. Taurus, Madrid.
- Han, B. C. (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. España: Penguin Random House.
- Informador. (2017, 19 de octubre). *Ulises Ruiz rinde su último informe de Gobierno*. El Informador: Noticias de Jalisco, México, Deportes & Entretenimiento. Consultado el 10 de enero de 2025: <https://www.informador.mx/Mexico/Ulises-Ruiz-rinde-su-ultimo-informe-de-Gobierno-20101117-0184.html>
- *Manual de identidad gráfica*. (s.f.). <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/wp-content/uploads/sites/28/2022/08/MANUAL-DE-IDENTIDAD-ACTUALIZADO-CREAR-CONSTRUIR-CRECER-2020.pdf>
- Milenio. (2019, 1 de septiembre). *Historia y datos curiosos de los informes de gobierno en México*. [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wF7aLNsSIQ8>
- Nación 321. (2019, 30 de agosto). *Los momentos que han marcado los informes presidenciales en México*. [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6k7TJhURTNE>
- Sánchez Guerrero, G. de las N. (2005). *La técnica de los escenarios en el proceso de toma de decisiones y planeación (escenarios exploratorios)*. Denarius, (10), 15-31. <https://www.redalyc.org/pdf/6956/695676733002.pdf>
- Screti, F., (2011). *Publicidad y Propaganda: terminología, ideología, ingenuidad*. *Razón y Palabra*, (78). s. pp. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524192047>