

# ***EL ENJAMBRE Y LAS ABEJAS***

*Reflexiones sobre comunicación, política, democracia y literatura*

Miguel Ángel Sánchez de Armas

Xalapa, Ver. - Ciudad de México

*El enjambre y las abejas*

***EL ENJAMBRE Y LAS ABEJAS. Reflexiones sobre comunicación y democracia***

Primera edición impresa, 2003

© MMIII - Miguel Ángel Sánchez de Armas

© MMIII - Universidad Veracruzana / Fundación Manuel Buendía

ISBN 968-834-626-8

Primera edición electrónica 2018

Cuidado de la edición: Ma. del Pilar Ramírez Morales

## Tabla de contenido

|  |     |
|--|-----|
| Nota a la primera edición electrónica .....  | 5   |
| Sobre el autor.....  | 7   |
| A los lectores .....   | 8   |
| Para decir <i>México</i> .....   | 11  |
| Activemos la tolerancia .....  | 12  |
| El valor de la decisión personal.....  | 13  |
| La <i>Orden de la Cucharita</i> .....  | 16  |
| El papel de los medios en la construcción de las sociedades democráticas .....           | 18  |
| Los medios como mediatizadores de la vida política en las sociedades desarrolladas ..... | 19  |
| Los medios: otra cara del <i>homo politicus</i> .....                                    | 21  |
| Los medios, más que información; la democracia, más que política .....                   | 24  |
| ¿Globalización o colonialismo? .....   | 25  |
| La política de comunicación del cardenismo.....  | 28  |
| Un episodio de comunicación política.....  | 38  |
| Los <i>corridos</i> del petróleo .....   | 39  |
| La <i>guerra</i> de la prensa.....   | 45  |
| La mano que mece la pluma .....  | 55  |
| Política exterior y política interior.....   | 59  |
| <i>Mi reino por treinta barriles de petróleo</i> .....                                   | 64  |
| México en el banquillo de los acusados .....   | 70  |
| La voz del amo .....   | 72  |
| De rojos, nazis y precipicios comunistas.....  | 75  |
| Un <i>chamaco</i> llamado Lázaro .....   | 78  |
| El político .....  | 83  |
| El país de Lázaro Cárdenas .....   | 86  |
| Escenario político del cardenismo.....   | 88  |
| Las políticas del cardenismo .....   | 91  |
| Adiós, mi General, adiós .....   | 97  |
| Del encuentro del arte y la política .....   | 100 |
| El artista y la política.....  | 101 |
| Un poeta de <i>lo público</i> .....  | 105 |
| Poesía, prosa y política.....  | 106 |
| El poeta y la revolución.....  | 107 |
| El político y el artista .....   | 111 |

|  |     |
|--|-----|
| Conflicto, democracia y medios .....                                     | 115 |
| Una historia secreta .....   | 117 |
| Legalidad y libertad de expresión .....                                  | 119 |
| Triunfo de la libertad .....   | 121 |
| La nariz de Cleopatra .....  | 121 |
| Sobre el papel de los medios en la fijación de la agenda política.....   | 123 |
| ¿Quién fija la agenda? .....   | 125 |
| Contexto histórico y político de Watergate .....                         | 126 |
| Se construye la agenda .....   | 127 |
| Prueba del crimen y desenlace .....                                      | 128 |
| Comentarios finales .....  | 130 |
| Medios públicos: una legislación pendiente .....                         | 132 |
| Hacer de los medios gubernamentales medios públicos .....                | 134 |
| La sociedad civil y la participación democrática .....                   | 137 |
| Del cambio legislativo al cambio cualitativo .....                       | 138 |
| Derecho a la información y libertad de expresión .....                   | 141 |
| Defensa de la libertad de expresión.....                                 | 146 |
| Responsabilidad de los medios frente a sus auditorios .....              | 150 |
| Historiar a los medios .....   | 154 |
| Cultura y comunicación organizacional .....                              | 161 |
| Cultura, comunicación y globalidad.....                                  | 167 |
| Conclusiones .....   | 169 |
| Clima laboral y estrategia de comunicación.....                          | 172 |
| Comunicación y clima laboral.....  | 176 |
| Un caso de estudio.....  | 178 |
| <i>Medir</i> el clima laboral .....                                      | 181 |
| Conclusiones .....   | 182 |
| En defensa del periodismo .....  | 184 |
| Sobre literatura y medios .....  | 188 |
| James Joyce: profeta de la nueva moral .....                             | 188 |
| Por los caminos de Proust o la vigencia de la tradición .....            | 191 |
| El castillo kafkiano: el sueño verdadero y la materialidad ficticia..... | 196 |
| El Faulkner nuestro de cada día .....                                    | 199 |
| Edmundo Valadés, en estado de gracia .....                               | 202 |
| Historia y periodismo en la obra de Andrés Iduarte .....                 | 206 |

## Nota a la primera edición electrónica

*El enjambre y las abejas* fue editado por primera vez en versión impresa por la Fundación Manuel Buendía y la Universidad Veracruzana en 2003. Al revisar los textos para la edición electrónica vi que pese al tiempo transcurrido, en términos generales, los textos contienen reflexiones y conceptos que me siguen pareciendo útiles para el estudio de la comunicación. Por esta razón, y tomando en cuenta los cambios casi desenfrenados que ha experimentado la difusión informativa, hice correcciones, actualicé lo que consideré necesario, eliminé párrafos que ya son ahora parte de un trabajo diferente como –precisamente– la historia de ese proceso de cambio, y agregué textos nuevos que fueron publicados en otros medios o presentados en foros después de 2010.

Además incluí, con el único afán de compartir el placer que me proporcionaron, textos sobre literatura, política e historia que comenzaron como reflexiones en el terreno de la comunicación pero que al desarrollarse adquirieron vida propia, como es el caso de “Del encuentro del arte y la política”, nacido cuando al revisar publicaciones estadounidenses de 1938 para mi tesis doctoral sobre propaganda y comunicación me topé en *The Atlantic* con el alucinante artículo de Archibald MacLeish “Poetry and The Public World”, o el artículo “Sobre literatura y medios”, que germinó a partir de mi certeza de que periodismo y literatura habitan la misma casa y derivó en un estudio sobre el armazón interno de libros que moldearon la literatura universal y colorearon el cristal con el que vemos el mundo.

En cuando al propósito original del libro, estimo que el valor de este conjunto de trabajos es ofrecer una visión panorámica sobre el fenómeno social que representan los medios de comunicación. La importancia que estos han adquirido en la sociedad actual hace imposible que se les considere los observadores neutrales y objetivos que recogen el acontecer de sus entornos. La interacción con los lectores y con los círculos de poder, especialmente la forma que adquiere dicha interacción obliga al análisis dada la dimensión que su papel ha adquirido en el rumbo de la sociedad.

De modo que el lector encontrará en este libro llamadas, alertas o haces de luz sobre temas que requieren estudios más profundos o de largo alcance. La mayoría de los textos que el lector tiene en manos son producto de conferencias que, por su naturaleza, exigían concreción y síntesis y que de ninguna manera pretenden agotar los problemas abordados, lo cual en sí mismo es no sólo imposible sino arrogante.

Temas cruciales como el de la relación entre medios y democracia, entre medios y poder o el de medios como instrumento de política están en el centro del análisis de estos escritos, sin dejar de lado, como apunté antes, otros que son de mi entero gusto como el de la relación entre periodismo y literatura.

El público primario al que están destinados estos materiales son los estudiantes de comunicación, considerando que por más operativa que sea la tarea en la que se ubiquen al término de sus estudios universitarios, al igual que todos los trabajadores de los medios, estarían obligados a ser capaces de reflexionar sobre la importancia social de las empresas o instituciones en las que se desarrollen y poder ubicar en ese contexto su propio desempeño. No obstante, el abordaje de los temas puede perfectamente ser del interés del público general interesado en discernir su papel como audiencia o adquirir herramientas para orientar su consumo de medios.

Esta edición electrónica estuvo a cargo de Ma. del Pilar Ramírez, a quien le extiendo, por enésima ocasión, mi gratitud por la paciencia y generosidad con la que me ha ayudado a concretar proyectos que de otra manera se hubieran quedado en el aire.

## Sobre el autor

**Miguel Ángel Sánchez de Armas**, doctor en comunicación y cultura por la Universidad de Sevilla y diplomado en estudios avanzados por la misma institución, maestro en comunicación por la UPAEP y licenciado en lengua y literaturas hispánicas por la UNAM, se ha desempeñado en la academia, en la docencia, en el periodismo y en la comunicación institucional. Fue discípulo de Manuel Buendía, en cuya memoria estableció la fundación que lleva el nombre del periodista asesinado en 1984. Fundó las revistas *Mexicana de Comunicación*, *Mexicana de Cultura Política* y *Mexican Journal of Communication*. Milita en organizaciones de comunicadores de México y de América Latina y es integrante de la Academia de Historia de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística. Ha participado en congresos nacionales e internacionales. Entre otros libros ha publicado *El peligro mexicano: comunicación y propaganda en la expropiación petrolera de 1938*; *Apuntes para una historia de la televisión mexicana* (coord.); *En estado de gracia: conversaciones con Edmundo Valadés*; *Medio pan y un libro* y *Retrato del General*. Fue jurado del Premio Nacional de Periodismo, consejero electoral propietario en el D.F. y beneficiario del “Micrófono de oro” de la Federación de Asociaciones de Radio y Televisión de España. Su ficha curricular está incluida en el *Diccionario biográfico mexicano*.

## **A los lectores**

Los temas que integran este volumen corresponden a conferencias y charlas que he ofrecido en diversos foros de México y del extranjero en los últimos 20 años.

Las inquietudes y reflexiones plasmadas en estos textos son las que corresponden a un trabajador de los medios, no a un académico. Este es el principio que seguí al fundar la *Revista Mexicana de Comunicación* y el que ha animado la publicación de otros libros. Creo pertinente la precisión pues el lector encontrará en estas páginas mi experiencia profesional y no exposiciones doctorales.

Una nota sobre los temas y el título. Tomada la decisión de ir a imprenta, seleccioné textos que tienen como eje la relación de los medios con la democracia y les agregué materiales de otras exposiciones de tal suerte que resultaran compendios temáticos. Como ya no son las alocuciones originales omití el lugar y la fecha en que fueron vertidas, aunque preciso que “La construcción de las sociedades democráticas” fue la conferencia inaugural del Octavo encuentro de escuelas de comunicación de la frontera norte en la Facultad de Comunicación de la Universidad de California en San Diego; “Historiar los medios”, es una reflexión en el Encuentro hispanoamericano de periodistas convocado en Lisboa por mi amigo y colega Luis Suárez y “Literatura y medios”, una serie publicada en el semanario *Punto y Aparte* de Xalapa. Por último, salvo en algunos casos de fechas que serán fácilmente identificables, no encontré razones para revisar o modificar los principios y posturas expuestos en los textos originales.

El título fue objeto de una animada discusión con los editores, quienes a pesar de que favorecían uno de tono académico, aceptaron la propuesta de tomar prestada la metáfora de Marco Aurelio, que a mi juicio expresa una máxima que los medios debieran tener inscrita en letras de oro en las redacciones como recordatorio de que su primer deber es con la sociedad y con los individuos que la integran y no con los poderes.

Escribo en primera persona esta presentación ya que la responsabilidad de los contenidos es personal e intransferible, pero ello de ninguna manera quiere decir que este libro sea fruto únicamente de mi propio trabajo. En muchas fuentes abrevé y grande es mi sentimiento de gratitud. Sin el talento y la generosidad de María del Pilar Ramírez, muchos de estos trabajos no hubieran salido a luz. Omar Raúl Martínez compartió valiosas experiencias y su sapiencia

editorial. A los dos mi cariño y amistad. Y una expresión de agradecimiento para los equipos de la Fundación Manuel Buendía y de la Editora de la Universidad Veracruzana que hicieron posible la edición de este texto.

**Miguel Ángel Sánchez de Armas**  
Xalapa, Veracruz. Agosto de 2003

***Lo que no es bueno para el enjambre  
no es bueno para la abeja.***

Marco Aurelio

## Para decir *México*

“*México*”, ¿será como el personaje de la novela de Luis Arturo Ramos quien, rumbo a la América y a la mitad de la mar océano, se pregunta en qué momento dejará de decir “*Méjico*”, con jota, para comenzar a decir “*México*”, con equis?

*México*, lo *mexicano*, son vocablos que salpican nuestra conversación pero a los que muy raramente damos más que una referencia geográfica: nacimos al sur del Bravo, crecimos en suelo azteca y esperamos que un día nos cubra “esta tierra que es tierra de hombres cabales”.

¿Cuántos de nosotros vamos por la vida con la conciencia de que estamos construyendo un país y que este país se llama *México*? Estudiamos para *ser mejores*, trabajamos para asegurar *nuestro* futuro. Votamos –cuando lo hacemos- por un nombre, por un rostro, por una idea, o quizá por inercia cívica. Formamos una familia para no estar solos y para trascender. Mas, ¿pensamos a *México* como parte de nuestra vida? ¿Es *México* sólo una abstracción, un trozo del planeta, el lugar en donde nos tocó vivir?

*México*, para decirlo en términos profundamente humanos, debiera ser un ideal que nos enlace y nos ponga en comunión con un sentido de la vida. Ser mexicano no es mejor que ser chino, indonesio, boliviano o ruandés; pero ser mexicano debiera ser reconocernos como una unidad.

El sentido profundo de *lo mexicano* debe trascender a la idea de que lo que ocurre en Chihuahua, en Sinaloa, en Michoacán o en Coahuila, no nos concierne; o que la solución de los problemas que agobian al país es responsabilidad única y exclusiva de la autoridad que cobra nuestros impuestos. Debíamos convertir la palabra “*México*” en sinónimo de una comunidad en donde el sufrimiento de los doce millones de indígenas que viven en pobreza extrema nos duela tanto como la desgracia de un ser querido. Cada niño sin escuela, cada campesino sin tierra, cada obrero sin trabajo, cada mujer ultrajada, cada joven sin futuro, cada padre de familia sin esperanzas, están presentes cuando decimos “*México*”... lo mismo que cada logro, que cada triunfo, que cada paso que damos al futuro. Debemos superar la esquizofrenia de varios *méxicos* –estos con minúscula- que nos parcelan en estadios en donde unos tienen todo o más que todo, otros lo suficiente, y aquellos, la mayoría, desahogan sus vidas en la marginación y en la penuria.

Cuántas veces decimos “*México*” sin pensar, sin sentir; sin alegría o dolor. ¡Y somos tan jóvenes como mexicanos! Nuestra historia ha ido de la aflicción a la angustia por un camino lleno de espinas hacia un ideal de unidad. Nuestra historia hasta las primeras décadas del siglo XX, fue, sin duda, una de las más dramáticas de la historia universal. Hasta la Revolución de 1910, México era un país en busca de sí mismo. El México de hoy es el resultado de una evolución espiritual e ideológica, pero está muy lejos de ser una tierra prometida.

### **Activemos la tolerancia**

Es más que un accidente etimológico el que las palabras “concordia”, “acuerdo”, y “cordial”, tengan una raíz común: el corazón. Será sólo en concordia como logrará fraguarse una sociedad que permita el crecimiento en igualdad de oportunidades.

A la idea de *concordia* yo enlazaría un concepto manido y poco reflexionado que es el de *tolerancia*. El término se usa mucho, especialmente en política, pero se queda en un nivel muy elemental, como en el de soportar al *otro* aunque tenga diferencias con mi punto de vista o mi visión del mundo.

La tolerancia es un concepto más complejo, que incluye un proceso de recomposición de mi propio punto de vista para colocar en un cierto lugar las diferencias que tengo con el otro. Por eso creo que nos hemos quedado en un nivel de debate muy elemental: “acepto -porque la ley así lo determina y no por otra cosa- que otro piense diferente; pero mi cosmovisión no lo admite y en el momento que sea oportuno intentaré arrebatárle esa opción de ser, de tener un lugar, para que sólo haya otros que comulguen conmigo”.

La *tolerancia*, nos dice el escritor israelita Amos Oz, implica también compromiso. Tolerancia no es hacer concesiones, pero tampoco es indiferencia. Para ser tolerante es necesario conocer al otro. Es el respeto mutuo mediante el entendimiento mutuo. El miedo y la ignorancia son los motores de la intolerancia.

La “Declaración de principios sobre la tolerancia” de la UNESCO, promulgada en 1995, dice: “La tolerancia consiste en el respeto, la aceptación y el aprecio de la rica diversidad de las culturas de nuestro mundo, de nuestras formas de expresión y medios de ser humanos. La fomentan el conocimiento, la actitud de apertura, la comunicación y la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión. La tolerancia consiste en la *armonía en la diferencia*. No sólo es un

deber moral, sino además una exigencia política y jurídica. La tolerancia, la virtud que hace posible la paz, contribuye a sustituir la cultura de guerra por la cultura de paz.

La tolerancia, dice Teresa de la Garza, “es la virtud indiscutible de la democracia, y la intolerancia conduce directamente al totalitarismo. Una sociedad plural descansa en el reconocimiento de las diferencias, de la diversidad de las costumbres y formas de vida”.

De la pluma del escritor nigeriano Chinua Achebe, comparto un hermoso ejemplo de tolerancia. Es una leyenda de los ibo - una de las naciones africanas aherrojadas por el colonialismo inglés- y tiene lugar en Ogidi, el pueblo natal de Achebe, en los primeros tiempos, poco después de que los dioses pusieran al hombre en la tierra:

En los inicios, una tribu llegó de otras tierras y sus integrantes pidieron permiso para establecerse ahí. En aquellos tiempos había espacio suficiente y los de Ogidi dieron la bienvenida a los recién llegados, quienes poco después presentaron una segunda y sorprendente solicitud: que les enseñaran a adorar a los dioses de Ogidi. ¿Qué había sucedido con sus propios dioses? Los de Ogidi al principio se asombraron, pero finalmente decidieron que alguien que solicita en préstamo un dios ajeno debe tener una historia terrible que es mejor no conocer. Así que presentaron a los recién llegados con dos de las deidades de Ogidi, Udo y Ogwugwu, con la condición de que los recién llegados no debían llamarlas así, sino Hijo de Udo, e Hija de Ogwugwu... para evitar confusiones.

### **El valor de la decisión personal**

Por estos días recorre el mundo, y entre nosotros, la imagen de que México es un país en problemas. A la brutal desigualdad, a la criminal impunidad, al asfixiante centralismo, ahora se suma la violencia del crimen organizado en sus diversas facetas. ¿Siete mil muertos? ¿Miles de secuestrados? Debía bastar uno solo para generar una gran alerta nacional.

*Sustituir la cultura de la guerra por la cultura de la paz.* Detengámonos unos instantes en este concepto. México, escuchamos a diario, está en una guerra contra el crimen organizado que se ha ramificado en toda la sociedad. Pero hay otra guerra en la que hemos fracasado: la guerra contra la pobreza que agobia a nuestro pueblo. “El mal que causa mayor sufrimiento –dice H. Cohen- es la pobreza. La pobreza es la figura histórica en la que se concreta el sufrimiento de la

humanidad; pero la pobreza no es una fatalidad, un destino: es *causada* por el ser humano. Por ello es histórica y por ello es una injusticia. Si la desigualdad entre los seres humanos es resultado de la acción humana, ¿tiene sentido hablar de igualdad? No, si no asumimos la responsabilidad de la injusticia. El pobre no es pobre porque pague una culpa, sino porque vive en una situación de injusticia creada por los otros hombres... y por lo tanto, éstos tendrán que responder por ella”. Aquí está, jóvenes, la verdadera guerra que debemos librar. El crimen organizado es sólo una consecuencia. La raíz profunda de nuestros males es la pobreza y la injusticia que no hemos sabido solucionar.

Al decir “*México*”, debíamos abrir los ojos y el corazón al momento que vive la nación. Nos horrorizamos con las imágenes en el noticiario y las narraciones de los diarios, pero somos autistas para lo que no nos afecta directamente. No pensamos, como lo advirtiera Martin Niemöller, que la inacción frente al mal pavimenta su camino a nuestra puerta. Todos recordamos la última línea de aquel doloroso verso: “Y entonces vinieron por mi... pero ya no había nadie que alzara la voz”.

Me parece que la reconstrucción –o construcción, como se prefiera- de la idea de “*México*”, pasa por recuperar el sentido y el valor de la acción individual. Los asesinatos en Juárez nos indignan, pero no nos mueven a la acción. Leemos las cifras de los muertos en el combate al narcotráfico como las de las bajas en Irak o las cifras del genocidio en Ruanda. La conducta indignante de gobernadores y altos funcionarios de la Federación y la presunción de que han delinquido, apenas nos merece un alzamiento de hombros. Que doce millones de mexicanos sobrevivan con diez pesos al día ha dejado de ser noticia.

“¿Qué puedo yo hacer?”, se preguntan el hombre en su trabajo, los jóvenes en las escuelas, las madres en sus hogares. La respuesta es casi siempre: “¡Nada!” Mas si pensáramos a *México* como un cuerpo, como una totalidad, como una idea superior, llegaríamos a la certeza de que, al ser parte de un todo, nuestra acción individual adquiere sentido, fuerza, peso específico.

Se me agolpan los ejemplos de acciones individuales que han cambiado al mundo. Mencionaré algunos:

Indignado por un gobierno que mantenía la esclavitud y libraba una guerra injusta contra México, Henry David Thoreau se negó a pagar impuestos y fue a la cárcel. En 1849 publicó “Sobre el deber de la desobediencia civil”, en donde dice: “Hay miles cuya opinión es contraria a la esclavitud y a la guerra con México, pero nada hacen para poner fin a estos males... y esperan

que *otros* pongan remedio para así tranquilizar sus conciencias”. En 1906, inspirado en gran medida por Thoreau, Gandhi inició la lucha no violenta llamada *satyagraha*, que ya sabemos a dónde condujo. Siguiendo el ejemplo de Gandhi, en los sesenta Martin Luther King encabezó el movimiento por los derechos civiles de los descendientes de los esclavos del siglo XIX. Veán ustedes cómo una acción individual sí puede tener consecuencias que muevan a la sociedad y cambien al mundo.

El 1 de diciembre de 1955 en Montgomery, una costurera negra de 42 años, Rosa Parks, decidió no ceder su asiento en el autobús a un *patán* blanco como ordenaba la ley de segregación. Presto llegaron los gendarmes y echaron a un calabozo a la peligrosa mujer. Acto seguido fue enjuiciada por “desobediencia civil”. Esta sencilla determinación, esta decisión de gritar “¡ya basta!”, y actuar en consecuencia, detonó uno de los más grandes movimientos pro derechos civiles del siglo y convirtió a la costurera en un icono mundial.

En México tenemos bizarros ejemplos de conductas personales que hicieron una diferencia. Dos o tres, entresacados de nuestra historia:

Cuando en 1812 en el sitio de Cuautla el general Almonte rompió una barricada y avanzaba para tomar la plaza, un niño de 12 años, Narciso Mendoza, desafió las balas y logró disparar un cañón que frenó el avance realista y puso a Morelos a salvo. En septiembre de 1810, Juan José de los Reyes Martínez, a quien llamaban “El Pípila”, se arrastró a la Alhóndiga de Granaditas con una losa en la espalda y prendió fuego al portón, abriendo así el paso al ejército de Miguel Hidalgo. Bien recordamos las hazañas de los cadetes de la Escuela Naval de Veracruz y del Colegio Militar que se negaron a dejar la plaza y perdieron la vida luchando contra el invasor norteamericano en 1857 y en 1914.

¡Tenemos tantos ejemplos!

Gaby Brimmer pasó la vida en una silla de ruedas afectada de parálisis cerebral. Sólo podía mover el pie izquierdo. Y con esta gran capacidad, que todos los demás tenían por limitación, estudio literatura y se hizo poeta. Escribía señalando las letras en una tabla con el dedo del pie. *Gaviota* –como le decían- promovió la causa de las personas con parálisis cerebral. Su vida fue llevada a la pantalla. Se creó un premio nacional de rehabilitación con su nombre y su ejemplo fue el motor para atender a muchos seres humanos antes condenados a vegetar en espera de la muerte.

El 18 de marzo de 1938, el general Lázaro Cárdenas expropió las empresas petroleras extranjeras que desde fines del siglo XIX sangraban al país. México pasaba por uno de los momentos más difíciles de su historia. Se puede decir que la nación se jugaba el futuro. Un gobernante menos decidido, con menor enjundia y patriotismo, o sencillamente ayuno de compromiso, hubiese reulado ante las empresas y la amenaza de una invasión yanqui. Cárdenas, y su amigo y mentor Francisco J. Múgica, decidieron correr el riesgo en contra de la opinión generalizada del momento, por la sencilla y profunda convicción de que ése, y no otro, era su deber.

### ***La Orden de la Cucharita***

Pregunté a mis alumnos en qué piensan cuando dicen “*México*” y les pedí que describieran en breve su país. Algunas respuestas fueron:

“Un país que olvida lo que tiene que recordar...”

“Un país del ‘ya merito’, del ‘mañana’...”

“Uno de los países más ricos... en donde la pobreza es cada vez mayor.

“Falta de identidad, sin motivos de progreso para las mayorías y con una minoría teniendo cada día más poder...”

“Mi país es fuente de trabajo, mi país es riqueza natural, pero mi país también es corrupción, flojera y dejar todo para mañana.”

Los jóvenes tienen el diagnóstico correcto. Son ellos quienes habrán de cambiar el estado de cosas. ¿Pero cómo?, se preguntarán. Con un compromiso personal e intransferible, con la convicción de que en sus manos está el comienzo de la solución. ¿Suena utópico? Espero que no.

Termino con otra cita. Amos Oz, el escritor israelí a quien mencioné hace unos momentos, ha luchado desde 1977 por un acuerdo que permita a judíos y palestinos vivir en paz en ese pequeño territorio que llamamos Israel. Oz ha tenido el valor de asumir un compromiso para enfrentar al fanatismo, tanto el de los palestinos, como el de sus propios compatriotas. Quien esté al tanto de la situación en aquella parte del mundo estará de acuerdo en que esa no es una posición fácil. En su libro *Cómo curar a un fanático* nos dice:

“Creo que si una persona atestigua una gran tragedia –digamos que un incendio- siempre tiene tres opciones. La primera: echar a correr lo más rápido posible, alejarse y dejar que se quemem los más lentos, los débiles y los inútiles. La segunda: escribir una colérica carta al editor

de su diario preferido y exigir la destitución de todos los responsables de la tragedia; o en su defecto, convocar a una manifestación. La tercera: conseguir una cubeta de agua y arrojarla al fuego; en caso de que no se tenga una cubeta, buscar un vaso; en ausencia de éste, utilizar *una cucharita* –todo mundo tiene una cucharita.

“Sí –dice Amos Oz-, cierto que una cucharita es pequeña y que el incendio es enorme... pero somos millones, y *todos* tenemos una cucharita. Quisiera fundar la *Orden de la Cucharita*. Quisiera que aquellos que comparten mi visión –no la de echarse a correr, o escribir cartas, sino la de utilizar una cucharita- salieran a la calle con el distintivo de una cucharita en la solapa, para que nos reconozcamos quienes estamos en el mismo movimiento, en la misma fraternidad, en la misma orden, la *Orden de la Cucharita*.”

Es decir, la suma de las aparentemente pequeñas voluntades y acciones es lo único capaz de poner remedio a los más grandes males. En el caso de México, esos males se llaman pobreza, desigualdad, injusticia e impunidad. Terminemos con ellos y habremos resuelto el azote de la inseguridad.

## **El papel de los medios en la construcción de las sociedades democráticas**

¿Cómo entienden los medios de comunicación (MC) el concepto de la democracia? ¿Hasta qué punto los MC contemplan en su agenda la necesidad de impulsar los cambios democráticos? ¿Qué papel juega la sociedad en tal contexto?

La mayoría de los autores dedicados al estudio de la comunicación admiten de manera casi automática la relación entre medios de comunicación y democracia, y asignan a esta conexión un papel decisivo para el ensanchamiento y profundización de este don social que nos resulta tan caro.

Sin embargo, la comunicación tiene una vida concreta que se desarrolla día con día en distintos medios: prensa, radio, televisión, cine...que, sobre todo en sus segmentos informativos, suele acusar problemas de auditorio: la prensa no se lee y los noticiarios de radio y TV difícilmente superan en *rating* a los programas de entretenimiento.

Lo que resulta de esa situación es la paradoja de la importancia absoluta que atribuimos a los medios, específicamente la información, en la democratización de las sociedades y la importancia relativa que estas dan a aquellos. Parece no haber reciprocidad. Esto nos lleva a la reflexión de que, en tal contexto, el valor de los medios estriba quizá más en su carácter político que en su naturaleza comunicadora o de difusión. En la gran mayoría de los ejemplos de penetración e influencia de los medios en los procesos sociales –de casi cualquier sociedad–, se puede identificar una actuación política de los medios

¿Qué fue primero: los medios o la democracia? Podemos aventurar aproximaciones. Las células de la democracia moderna aparecen en la Grecia antigua con el ejercicio de la palabra, medio que persiste hoy pero que ya no nos parece determinante salvo en su asociación con las formas tecnológicas de comunicación. Los MC que conocemos representan de alguna manera lo que en la antigua Grecia se conoció como el *foro público*, llamado por algunos estudiosos contemporáneos la *esfera pública*. De la misma forma que en aquel, los ciudadanos en principio debían poder reunirse en este foro para discutir sobre los temas comunes. Es decir: los MC como

foros que conducen a la construcción de un contexto democrático. Si bien durante los siglos XVIII y XIX, como apunta Hans Verstraeten, los MC tuvieron un rol importante en tal sentido, “esta función política de la prensa ha sido colocada en un segundo plano y ha sido reemplazada por una función puramente comercial”.

El mismo autor previene contra la confusión semántica en esta comparación de los MC con el *foro público* y el papel que debieran asumir en la *esfera pública*, pues no basta que un gobierno ofrezca a su sociedad, por ejemplo, un *servicio de difusión pública* (*public broadcasting service*) para que se garantice el concepto de *esfera pública*.

Por el contrario: la corta historia de la transmisión pública en Europa occidental nos ofrece numerosos ejemplos de cómo, en la realidad política, la mayoría de las empresas de transmisión pública en realidad contribuyeron al control de la *esfera pública* más que a su expansión dinámica.

¿Hasta qué punto fue crucial para la democracia la aparición de los modernos MC? ¿Se puede hablar de una influencia recíproca? ¿Una sociedad democrática impulsa a los MC o son estos los que ensanchan los cauces democráticos? Y más importante: ¿podría existir una sociedad democrática –como expresión de pluralidad social y política- sin los MC?

Estas serían algunas, sólo algunas, de las preguntas que nos inquietan y para las cuales debiéramos buscar respuestas tan imaginativas como complejo es el tema que abordamos.

### **Los medios como mediatizadores de la vida política en las sociedades desarrolladas**

Creemos que medios y democracia se encauzan y determinan recíprocamente. Todos los actores sociales, incluidos los medios, son en última instancia los protagonistas de una puesta en escena que es el perfeccionamiento de la democracia. Quizá el camino que conduce a ese ideal fuese más largo y penoso en ausencia de los MC.

Relacionado con esto, pensemos en el papel cada vez más ritualizado de la importancia de la comunicación. Esto es: cómo en las sociedades modernas o las más desarrolladas, se le está dejando cada vez más a los medios la responsabilidad de decidir sobre aquello que afecta la vida social y a la política, por supuesto. El hombre medio parece haber decidido que la importancia y la credibilidad de los medios puede llegar a reemplazar su opinión y actuación, reemplazo que se

antoja muchas veces como letargo, como alejamiento de los hombres de la actividad que a lo largo de su historia les ha caracterizado: la política.

No parece extraño entonces que algunos consideren el quehacer político como patrimonio casi exclusivo de los MC. No parece ser esta una visión apocalíptica del futuro; por desfortuna es una realidad que podemos constatar cada vez con mayor frecuencia: la existencia de los hechos merced a su inclusión en los medios. Y como consecuencia, la sensación de que lo que no nos es servido por los medios no existe, o corresponde a una dimensión ajena. ¿Son entonces estos medios los que contribuirán a hacer más democrática a la sociedad?, ¿Son estos hombres consumidores de medios, con patrones de consumo más proclives al entretenimiento, los que exigirán a los medios su participación en la construcción de sociedades más democráticas? ¿O será que nuestras aspiraciones democráticas tendrán que irse modificando paulatinamente hasta quedar representadas en la cadena televisiva portadora de nuestra opinión o en la agencia realizadora de encuestas que mejor recoge nuestro punto de vista? Esperemos que no.

¿Podemos proponer mecanismos de *autodefensa social* en ese contexto? Esta visión pudiese parecer exagerada, pero no lo es si aquilatamos la extensión y profundidad que los medios alcanzan en el tejido social. Quizá un camino inicial pase por desconfiar de afirmaciones complacientes y tranquilizadoras de la especie: “comunicación y democracia se encauzan y determinan recíprocamente”. No hacemos bien a uno ni a otro concepto. No entronicemos a los MC como defensores de la democracia, démosles la responsabilidad que les corresponde: informar a la sociedad. Sólo en la medida en que se logre, como dice Elías Canetti, la confesión de una responsabilidad, esto es, que los medios asuman que esa es la tarea que les toca y que corresponde al resto de la sociedad evaluarla y actuar en consecuencia, incluso políticamente si se requiere, estaremos encontrando el punto de convergencia entre comunicación y democracia.

Mientras, aunque se alimente nuestro desconsuelo, reconozcamos que el papel mediatizador de los medios está quizá enunciado teóricamente pero no está explorado en la práctica ni puesto en tela de juicio. El riesgo social que ello conlleva es la despolitización, el imperio de la falsa comunicación, es decir, la ausencia absoluta de la interacción, la prevalencia de la no-comunicación. Como bien ha señalado Tenzer:

La cultura de la pantalla ha reemplazado al pensamiento, y la autorreferencia mediática a la prueba de la realidad. Al distraernos, abandonamos el mundo.

Lejos de aproximarnos a una conclusión, las preguntas se multiplican. ¿Hasta qué punto los MC reconocen pero se benefician de este rol? ¿Tiene realmente la llamada sociedad civil alguna posibilidad de inhibir la pretensión de los MC de ser los paladines de la democracia cuando manifiestamente están lejos de serlo, al menos como continuidad? ¿Existe la posibilidad de configurar mecanismos de comunicación que permitan avanzar hacia el ideal de democracia que cada sociedad tiene? Quizá el solo hecho de estarlo discutiendo y reflexionando sea un indicador positivo.

### **Los medios: otra cara del *homo politicus***

Aristóteles afirmaba que el ciudadano que gobernarse debía contar con ciertas cualidades, entre las que destacaba la inteligencia, mas era pertinente que si eran varios los ciudadanos con aptitudes para gobernar, tal responsabilidad cambiara de titular, es decir, se permitiera el ejercicio de gobierno a varios y no a uno solo. Aristóteles preveía así uno de los puntos más importantes pero también débiles del ejercicio de la política: la corrupción que descansa en el ejercicio prolongado del poder. Así como estas categorías sirven para analizar una actuación pública como la de gobernar, resultaría interesante aplicarlas al estudio de los medios en relación con los procesos políticos.

El régimen de propiedad de los medios, generalmente privado, no cancela el riesgo de corrupción debido al ejercicio prolongado de una actividad que, a diferencia de muchas otras actividades comerciales, se nutre justamente del contacto con el poder. Se podría plantear la alternancia en el poder en el manejo de los medios –no en el cambio de propietarios-, lo cual cabría perfectamente en un *código de ética* –tema tan de moda en estos días.

No escapa a nuestra consideración que tal propuesta entra en terrenos resbaladizos. Desde una perspectiva podría parecer autoritaria –o, peor, ingenua-. Se trata en realidad de la necesaria reflexión para distinguir entre lo público y lo privado, que en este punto esdibuja sus fronteras. Pero desde el punto de vista que realmente interesa a esta discusión, toca –en nuestra opinión– la asignatura pendiente de los MC: su *opacidad*.

Los MC reaccionan cuando sienten que los demás actores sociales no responden con la celeridad debida sus exigencias basadas en el derecho a la información, pero sienten que es una violación a su *estatus* someterse al mismo escrutinio por parte de aquellos.

Es clara la importancia que tiene en esta dinámica la lucha de los grupos sociales por tener representación en los medios. De hecho todos los grupos políticos o sociales –incluidos los gobiernos- tienen como principal objetivo de comunicación convertirse en factores determinantes del establecimiento de la agenda social, pero interesa subrayar el hecho de que los medios mismos ocupan un lugar de privilegio para el establecimiento de temas y su interpretación. En el caso mexicano es señalada la inclinación del periodismo por los géneros de opinión. El valor que se otorga ~~en el gremio~~ en la esfera de poder a los medios tiene una relación cercana con la valoración de quienes tienen a su cargo los géneros de opinión.

Esto nos lleva a otro punto, el del concepto de democracia al interior de los medios. Muchos periodistas y editores –en observaciones de Omar Raúl Martínez– al exterior la “defienden encendidamente, la promueven con eficaz persuasión e interés, con singular energía...y sin embargo incurren en actitudes autoritarias e incluso despóticas” al interior de sus medios.

Nos preguntamos si en el fondo no hemos tenido que aprender a vivir con un nuevo fundamentalismo, que podría expresarse así: los medios se consideran depositarios de la verdad y de las necesidades sociales, sobre todo si de derechos democráticos y de justicia se trata. Pero no sólo por la actividad que les es propia, que es la de investigar y recoger los hechos cotidianos, sino porque el discurso de reclamo democrático consideran haberlo ganado gracias a su experiencia de relación con los grupos de poder.

Como ejemplo está la experiencia los MC estadounidenses frente al poder del binomio Pentágono-Casa Blanca durante la “guerra del Golfo”. Como ha hecho ver Jay Rosen, corresponsales y editores creyeron en aquella oportunidad que habían *perdido* la guerra contra las restricciones a la tarea informativa impuestas por el gobierno.

Pero la batalla [...] se refería a su lucha con el Pentágono sobre las reglas para reportear el conflicto. Se enfocaron casi exclusivamente en los detalles de la conformación de los *pools* y otras limitaciones a los reporteros. En otras palabras: los periodistas creen que su relación importante es con el Pentágono, más que con el público.

Esta circunstancia se vio agudizada después de los atentados del 11 de septiembre en Washington y Nueva York. El gobierno estadounidense apeló al nacionalismo de los MC y en

particular al de sus propietarios, para conminarlos a olvidar el objeto de su trabajo, que es informar, y dejar en manos del gobierno la selección de la información, a partir de la consideración de que la información proveniente de los terroristas se convertía en propaganda. Esta misma circunstancia se repitió desde las primeras horas de la nueva guerra contra el régimen de Hussein.

Siguiendo esta línea de pensamiento, la información no es un bien que se ofrece a la sociedad para que esta configure los mecanismos de relación –pertinentes a su parecer- con el poder, poder que –además- la propia sociedad ha otorgado, sino que se convierte en patrimonio para una relación de poder a poder. Se antoja aplicable a los MC la teoría enunciada por Robert Michels en 1911 sobre la tendencia a la oligarquía en las organizaciones y en el liderazgo. Según este sociólogo, además, el problema de la administración –en una organización estructurada jerárquicamente- es que requiere burocracia, producto inevitable del principio de organización. Pero el precio que se paga por el aumento de la burocracia, a medida que aumenta la complejidad de la organización, es la concentración de poder en la cumbre y la pérdida de influencia de los miembros de número.

Los MC cubren muchos de los rasgos apuntados por Michels: privilegio en el acceso a gran cantidad de información, control sobre uno o varios medios formales de comunicación, pericia en el arte de la política. Todo ello contribuye a que los medios se conviertan en líderes y a medida que los líderes se robustecen, se amplía lo que Michels llama “la incompetencia de las masas”, es decir, la incapacidad de participar en el proceso de toma de decisiones. La sociedad ya no es capaz de enterarse por sí misma de lo que sucede en su entorno, de lo que sucede fuera de sus fronteras y, sobre todo, no tiene acceso a muchos sucesos de la vida política. Ese espacio en el que la sociedad no es capaz de incidir, incluso por cuestiones prácticas y por la complejidad de la vida moderna, es ocupado por los MC que adquieren por esa vía el papel de líderes. El hecho podría incluso explicarse por una necesaria división técnica del trabajo: unos informan para que otros puedan estar informados. Pero la realidad es que la actividad propia de los MC les hace acumular poder, tanto frente a otros poderes establecidos como frente a la sociedad a la que dicen servir.

## **Los medios, más que información; la democracia, más que política**

Cuando se habla de democracia o de transición democrática y el papel de los medios para llegar a ella, se hace alusión a una tarea específica de la comunicación: la información. Sobre todo la información política, porque se supone –no sin razón– que es esta la que da o puede dar sustento a una sociedad más deliberativa.

En materia de comunicación, con lo que tropezamos continuamente es con una gran cantidad de medios cuya oferta más importante es el entretenimiento. Podemos además constatar fácilmente que los empresarios de la comunicación apuestan a ganar por esta vía dado que tal mercancía se vende mejor y más fácilmente. *Ergo*: las masas lo que están consumiendo son programas de entretenimiento en radio y televisión: música, películas, programas de concurso, series policíacas, información de espectáculos, dibujos animados e incluso telenovelas mexicanas que han tenido enorme éxito en los países más insospechados. Lo mismo sucede con los impresos. Y aunque parezca increíble hemos adquirido en mucho la costumbre de aceptar de buen grado la publicidad. Sí, esa misma que hace algunos años hacía cambiar la página o elegir otra estación de radio o de televisión y que ahora atrae la atención de los consumidores. Esto permea todos los medios, los conocidos y lo que empezamos a conocer. Baste con citar el ejemplo de la *world wide web*, red mundial, *telaraña* o como quiera llamársele. De un proyecto de comunicación para la guerra fría desarrollado a mediados de los sesenta, hoy no sólo es, según algunos, *el medio*, sino un laberinto en donde los modernos Dédalos –por llamar de alguna manera a los *internautas*- corren el peligro de ser aplastados por el Minotauro de la comercialización.

¿Y la información? Los noticiarios de radio y TV, así como la prensa, tienen naturalmente un público, el que sin duda representa el núcleo más activo o potencialmente más activo cuando de discutir asuntos públicos se trata. Pero no es comparable con el porcentaje de población cuyos patrones de consumo se orientan al entretenimiento. Vale la pena preguntarse por qué para cierta clase de información que pudiera ser juzgada poco relevante como la deportiva, exigimos hechos y datos *duros*: cifras, realidades, nombres, situaciones, fechas, resultados... mientras que para otra de mayor relevancia, que tiene que ver con el análisis de la sociedad, aceptamos declaraciones, presunciones, rumores, deducciones y exageraciones.

Vale la pena preguntar de nuevo: ¿es este el tipo de comunicación que fomentará la democracia? ¿Estos consumidores de medios son los que la exigirán? ¿Aquellos los empresarios

que pugnarán por ella? Las respuestas no parecen ser muy halagüeñas. No es el mejor panorama, pero tampoco debemos considerarnos víctimas de la fatalidad.

A estas alturas se antoja sumamente difícil revertir las tendencias en los patrones de consumo de los medios. Quizá sería impensable esta tarea gigantesca para fuerzas tan exiguas, porque ¿quién estaría dispuesto a iniciar esta batalla?

Luce mucho más realista asumir que el panorama de la comunicación es más amplio de lo que pensábamos y también mucho más accidentado, para ubicar a los medios como un elemento –importante, sí, insoslayable también– en la construcción de una sociedad más democrática, pero de ningún modo como *el motor* de la democracia. La exigencia de una tarea informativa realizada con honestidad, e incluso la circulación de productos de entretenimiento de mayor calidad, puede contribuir de modo más concreto a configurar sociedades más reflexivas que conduzcan hacia sociedades más democráticas.

Quizá fuera conveniente recuperar la suspicacia política con que fueron escudriñados los hechos sociales en las décadas de los setenta y ochenta –muy acusadamente las manifestaciones culturales– con la ventaja de la mirada retrospectiva que nos permite distanciarnos de los determinismos, para fabricar nuevas herramientas de análisis y conocimiento de los medios contemporáneos.

### **¿Globalización o colonialismo?**

El tema de la globalización se ha vuelto casi lugar común cuando se habla de los medios, pero de tan recurrente se ha tornado también en una afirmación que tiende a estar exenta de una mayor búsqueda de significados. La inmediatez, la ampliación de la cobertura y la interacción entre medios y consumidores son hechos indiscutibles que el desarrollo tecnológico en los medios propicia cada vez más.

El caso de los atentados a intereses estadounidenses en septiembre del 2001 sirve como ejemplo para plantear algunas preguntas. La mañana del 11 de septiembre y en los días subsecuentes, la televisión mexicana repitió hasta la saciedad las escenas del momento en que las Torres Gemelas de Nueva York eran atacadas por sendos aviones. La materia informativa –escasa por cierto– y las opiniones –abundantes– en torno a tales hechos dieron una certeza, la hegemonía informativa de Estados Unidos demostró que no hay globalización que valga.

México, al igual que muchos otros países, fue dócil consumidor de la información y opiniones provenientes de los medios estadounidenses, en una práctica del colonialismo informativo que parecía desdibujado por la globalización y que de nuevo se repitió en el caso de la guerra de Irak iniciada en marzo de 2003.

Un hecho tan impactante como los actos terroristas, nos devuelve a esta realidad informativa. Sin embargo, pasa prácticamente desapercibido esa especie de colonialismo interno que viven los medios en México, en los que prevalece la visión del centro, que resulta ser, además del centro geográfico del país, también el político y el informativo.

Los diarios estatales se nutren en gran medida, en lo que se refiere a la información nacional, de los servicios de agencias capitalinas o bien de la información que se selecciona – desde el centro– por parte del grupo empresarial al que pertenecen muchos medios distribuidos en las entidades federativas, los cuales tienen poca o nula injerencia en la definición de los productos noticiosos. Tal distribución de los despachos informativos tiene una vinculación importante con las características financieras de los medios. Los diarios o medios electrónicos que por razones económicas requieren comprar servicios informativos, no adquieren solamente productos noticiosos sino también una definición de agenda previa.

¿Qué relación guarda esta circunstancia de los medios en su contribución a la democracia? Una en la que suele reflexionarse poco: los grupos sociales deben disponer de información amplia acerca de su contexto, para poder poner a debate los temas que afectan la vida del grupo social. Es importante señalar que la existencia de centros informativos no anula la existencia de los elementos locales, antes bien, explica su actuación.

Este fenómeno representa, sin duda, la determinación político-económica del comportamiento de los medios, lo cual debe hacernos tener presente que las características de los medios locales, regionales o nacionales y de sus audiencias encuentran explicaciones mucho más amplias si se analizan en el contexto del conjunto mundial de los medios, del que ya inevitablemente forman parte.

## **Referencias**

Elías Canetti. “Poder y supervivencia” en *La conciencia de las palabras*. México, FCE. 1981

Nicolás Tenzer. *La sociedad despolitizada*. Barcelona. Ed. Paidós. 1992

Omar Raúl Martínez, director de la *Revista Mexicana de Comunicación*. Apunte inédito. Abril de 1997.

Jay Rosen, “Hacia una agenda pública para el periodismo”, reproducido en *Revista Mexicana de Comunicación* número 38, enero 1995, pp. 5-17.

Robert Michels. *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*. Amorrortu Editores, Buenos Aires. 1991.

Rex W. Huppke, *Boarding the Bus of American Democracy: An Evaluation of Public Journalism and its Effects on Social Capital*. Universidad de Missouri. 1996.

## **La política de comunicación del cardenismo**

Como todo hombre de poder, Cárdenas vio en los medios vehículos propagandísticos que desde la estrategia de su programa de gobierno tendrían como tarea central apuntalar los objetivos del régimen, difundiendo su ideología e informando puntualmente acerca de sus actividades y los resultados de sus decisiones. Esto fue cierto para prensa, radio, cine, teatro y arte oficial. También se consideró a la naciente tecnología de la televisión, que por razones técnicas y políticas nunca llegó a utilizarse como herramienta para este propósito. La consigna fue que en los medios masivos tuviera espacio privilegiado todo aquello que en la óptica nacionalista reforzara la unidad, la tradición cultural, el patriotismo y la participación de todos los sectores sociales en el proyecto político del cardenismo.

En materia de políticas de Estado para la comunicación y la propaganda, el cardenismo creó instituciones y adecuó el marco legal: en diciembre de 1936 se expide el decreto de creación del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) para coordinar los sistemas de publicidad y propaganda del gobierno bajo una sola dirección y aplicarlo a una obra continua de difusión de hechos y doctrinas en la mente pública. Se estableció la Productora e Importadora de Papel S.A. (PIPSA) con la cual el gobierno, con el propósito de garantizar a los medios impresos el abasto del producto que escaseaba por la guerra, también adquiría la posibilidad de favorecer a unos por razones ideológicas; se promulgo el reglamento de la Ley de Comunicaciones Eléctricas y apareció *La Hora Nacional* para enlazar una vez a la semana a todas las estaciones de radio en la República; también se canalizaron recursos a la producción cinematográfica y a empresas editoriales a través de la Nacional Financiera S.A. (NAFINSA).

El Partido Nacional Revolucionario fue el disparador del aparato ideológico. Para ello se instrumentó un intenso mecanismo de propaganda: se incrementó el tiraje de *El Nacional* y se le añadieron nuevas secciones. Se editó la revista *Así es*, y otra, *Política Social*, del nuevo Instituto de Estudios Sociales, Políticos y Económicos del PNR. Una segunda estación del partido, la XEFO, salió al aire en junio de 1935. Varias secretarías de Estado operaron frecuencias radiofónicas. Se

editó una serie masiva de folletos populares para explicar temas como el plan de gobierno, la educación socialista, los derechos de los trabajadores y el pensamiento del presidente Cárdenas, a empleados, campesinos, obreros y amas de casa.

Es incontestable el sonado éxito del cardenismo en su estrategia de propaganda para movilizar a las masas. La política de comunicación del régimen hizo de la figura del General un icono. “Sin embargo, no se puede pasar por alto que, al igual que en otros regímenes populistas, tuvo en el trasfondo algo de debilidad estructural. Es probable que si bien la enorme disponibilidad de medios otorgó al cardenismo un poder político y simbólico no visto antes, al mismo tiempo, en la medida en que no se pudo ejercer un control total sobre ellos, lo hizo vulnerable de maneras que también eran inéditas”, dice Mejía Barquera, mientras que para Schiaffini el diseño y aplicación de una política de comunicación que tuvo como eje a la radio fue un elemento fundamental para el éxito y trascendencia del cardenismo y su política de masas. En su toma de posesión a fines de 1934, 21 radiodifusoras se encadenaron para transmitir el evento desde el Estadio Nacional\*.

El DAPP era un mecanismo para orientar no sólo la información oficial, sino cualquiera que se transmitiera a través de los medios masivos. La autoridad otorgada al organismo para ser la fuente informativa para la prensa nacional y extranjera y las agencias informativas tenía como propósito evitar o limitar las informaciones negativas sobre el régimen y su proyecto que pudieran generar corrientes de opinión contrarias al cardenismo. Lo mismo puede decirse de la disposición para que fuera el DAPP la instancia a cargo de autorizar –o no— la exhibición comercial de películas, así como supervisar la propaganda y la publicidad en las estaciones radiodifusoras comerciales y culturales.

Con estas disposiciones se fortalecía el conjunto de medidas jurídicas y políticas con que el Estado establecería por muchos años un control rígido sobre el contenido de los mensajes transmitidos por la casi totalidad de los medios de difusión masiva. Junto con todo lo anterior, existía el ordenamiento legal que prohibía el tratamiento de asuntos políticos a través de la radio.

Durante el cardenismo, la prensa escrita mantuvo su lugar como el medio más importante e influyente entre las clases dominantes, mientras que la radio se perfiló como el medio

---

\* Fue el mayor recinto deportivo de la capital de la República hasta su demolición para construir el primer complejo de vivienda popular de clase media, llamado “Condominios Juárez”, en la Colonia Roma.

movilizador de masas por excelencia en un país en donde si bien se había avanzado en educación, el analfabetismo bordeaba el 42 por ciento.

No hubo escasez de publicaciones, todas disputándose los diversos auditorios con una oferta variada: cultura musical, economía, arquitectura, ciencia y agricultura. A finales del cardenismo se editaban alrededor de 1,100 publicaciones periódicas, 426 de ellas en el Distrito Federal.

\* \* \*

Fue en este régimen cuando verdaderamente se explotan las posibilidades movilizadoras de la radio. En 1937, probablemente inspirado en las “pláticas junto a la chimenea” de Roosevelt que tan buenos resultados habían tenido para hacer llegar el mensaje presidencial a vastos auditorios en el país del norte, el DAPP diseñó una “hora nacional” en radio.

El país cambiaba todos los días; la comunicación entre los distintos puntos del territorio era precaria. Los principales diarios de México atacaban a Cárdenas. Analfabetismo y aislamiento hacían de la radio el medio de mejor penetración para llevar hasta los lugares más apartados el mensaje del gobierno [...] Durante sesenta minutos, todas las radiodifusoras debían encadenar su señal. Domingo a domingo de diez a once de la noche la voz, en vivo, del presidente o de los ministros, se oíría por toda la nación. [...] El propio presidente y el Congreso de la Unión fueron responsables del contenido. El espacio de esa hora sirvió para hablar de los problemas políticos más candentes en un periodo en que el país afrontaba serias adversidades debido a la oposición que despertaba entre los reaccionarios el proyecto nacionalista de Cárdenas.

Con *La Hora Nacional* se inauguran en México las transmisiones periódicas en cadena nacional. En la primera emisión del 25 de julio de 1937 se enlazaron 102 estaciones radiofónicas, dos del DAPP, nueve oficiales y 91 concesionadas.

En la campaña de movilización social organizada por el DAPP en torno a la expropiación petrolera y en la contraofensiva propagandística lanzada para hacer frente a la de las petroleras, la radio fue una herramienta fundamental dentro y fuera del país. A principios de julio de 1938, la Secretaría de Relaciones Exteriores contrató a la potente estación estadounidense KRGV de

Weslaco, Texas, para que se enlazara a una cadena mexicana de radio que transmitió en vivo un ciclo de conferencias sobre la expropiación. De ese modo, por lo menos en teoría, los argumentos y la visión oficiales del cardenismo serían conocidos por auditorios de Estados Unidos.

\* \* \*

Cuándo Cárdenas llega a la Presidencia, el cine mexicano tenía cuatro años de haber entrado a la era sonora y estaba en una etapa de *pedagogía revolucionaria* (Monsiváis *dixit*). En 1934, en los estudios nacionales se produjeron 28 películas cada vez con mejor fotografía aunque más invadidas por aquellos elementos artísticos que el moribundo teatro arrojaba de su exhausto y repetitivo seno, según el mordaz juicio de Salvador Novo. En 1938 el fondo cinematográfico era de 75 películas producidas. En 1939 Cárdenas decreta que en los cines se exhibiera por lo menos una película nacional al mes, lo que confirma por un lado el valor como instrumento cohesionador que se concedía desde entonces a ese medio y por otro la necesidad de poner un dique a las campañas de propaganda cinematográfica orquestadas por estadounidenses, alemanes, ingleses y franceses en suelo mexicano.

El DAPP le dio gran importancia a este medio e igual que en el caso de la radio, se explotaron al máximo sus posibilidades mediante un marco legal que otorgaba al gobierno facultades estratégicas para su manejo y dirección. El DAPP tuvo facultades para dar una “adecuada orientación” a la industria. Como era de esperarse, en el ambiente de libertad de expresión que privó en el cardenismo—pese a las medidas de control— se dieron agrias disputas sobre la censura ejercida, destinada, uno supone, a salvaguardar la moral y los valores nacionales y a fomentar la unidad en torno al proyecto político del cardenismo.

En materia de propaganda y comunicación política audiovisual, el DAPP produjo 12 películas e inició ocho más de tipo educativo y documental, con versiones en español, inglés y francés. En la campaña de movilización que siguió al decreto expropiatorio, el DAPP llevó a las salas cinematográficas del país cortos con títulos como *18 de marzo de 1938*, *El petróleo nacional*, *Petróleo, la fuerza de México*, *México y su petróleo* y *Nacionalización del petróleo*.

En estos cortos se enaltece la jornada expropiatoria mediante una técnica cinematográfica utilizada por las películas de propaganda estadounidenses e inglesas de la época: tomas amplias y paneos sobre las multitudes que van cerrando en mantas y carteles con consignas; acercamiento a

los rostros, en particular de los jóvenes; paneos lentos sobre símbolos nacionales como la Catedral Metropolitana y tomas de elementos que subrayan fortaleza para la eventual lucha contra el enemigo, como aviones de la Fuerza Aérea en pases bajos sobre la multitud congregada en la explanada del Zócalo de la Ciudad de México para apoyar la expropiación. Es el caso de *Nacionalización del petróleo* (17' 30"), dirigida por Gregorio Castillo y narrada por Manuel Bernal, en donde con una interesante edición se exalta el patriotismo, la mexicanidad, la energía, la fortaleza y el liderazgo del general Lázaro Cárdenas.

Al estudiar el diseño de los mecanismos de propaganda del cardenismo salta a la vista que en esta materia el régimen estaba bastante avanzado. No encontré datos que confirmaran sin lugar a dudas si hubo influencia directa de los alemanes o estadounidenses, pero la estructura y alcances del DAPP siguen de cerca tanto los del Ministerio para la Ilustración Pública y Propaganda como del Comité para la Información Pública, lo que era de esperarse en el contexto histórico del momento, cuando las dependencias encabezadas por Josef Goebbels y George Creel habían demostrado una alta eficacia para la movilización social en sus naciones.

En el anteproyecto del DAPP destaca la planeación y selección de canales para la emisión de mensajes del Ejecutivo federal y de sus dependencias o secretarías de Estado, la creación de instancias ejecutivas de propaganda social y la incursión del Estado tanto en medios impresos, cinematográficos y radiofónicos como en los interpersonales: la participación de maestros, el ejército, la policía y, en general, de todos los empleados de la Federación. También proponía concertar acuerdos con los gobernadores de las entidades para realizar sus funciones de manera integral en la República.

En la práctica la relación del DAPP con el aparato de gobierno fue de una gran verticalidad, como se establece en la circular enviada a los titulares de secretarías de Estado y departamentos autónomos en junio de 1937 con la firma del primer mandatario: "Ruego a usted que periódicamente dé el programa revisado por usted al DAPP para que lo haga conocer al país en la inteligencia de que el propio Departamento lo ampliará o reducirá de acuerdo al programa que formule diariamente para el radio y para la prensa".

Entonces, el DAPP era un mecanismo para orientar no sólo la información oficial, sino toda la que se transmitiera a través de los medios masivos. La autoridad delegada al organismo para ser el canal informativo para la prensa nacional y extranjera y las agencias informativas tenía como propósito, dice Mejía Barquera, evitar o limitar las informaciones negativas sobre el

régimen y su proyecto que pudieran generar corrientes de opinión contrarias al cardenismo. Lo mismo puede decirse de la disposición para que fuera el DAPP la instancia a cargo de autorizar —o no— la exhibición comercial de películas, así como supervisar la propaganda y la publicidad en las estaciones radiodifusoras comerciales y culturales. Visto desde la teoría, según Bobbio,

La propaganda se vale de todos los instrumentos que la situación tecnológica pone a disposición en una cierta época, aunque existen variaciones en su utilización. La prensa, que ha sido tradicionalmente el vehículo más importante, sigue siendo utilizada en forma masiva, pero se le han ido uniendo con éxito primero la radio y luego la televisión, formas estas que permiten alcanzar eficazmente, en términos de comunicación, estratos todavía muy amplios de analfabetos y semianalfabetos.

\* \* \*

Como se apuntó antes, la entonces novísima—y asombrosa, sin duda- tecnología llamada *televisión* fue considerada como vehículo de movilización social en el cardenismo, aunque sus posibilidades habían llamado la atención desde antes. En 1928 el Partido Nacional Revolucionario (PNR) adquirió un sistema de TV a la Western Corporation de Chicago que constaba de dos cámaras, un transmisor, varios receptores y aparatos auxiliares. La instalación del equipo quedó a cargo del ingeniero Francisco Javier Stávoli, auxiliado por Manuel Cerrillo Valdivia y Walter C. Buchanan. Durante las pruebas de campo la señal se recibió en la ciudad de Cuernavaca, a 70 kilómetros de distancia, según reseña Hernández Lomelí:

Pero fue hasta principios de 1935 cuando el senador Ángel Posada, a su vez titular de la Secretaría de Prensa y Propaganda del PNR, anunció una reestructuración de las estaciones radiofónicas XEO y XEFO, ésta última en control directo del PNR. Los cambios comprendían la puesta en marcha del nuevo equipo de transmisión y recepción de señales electromagnéticas, con el único fin de ampliar los servicios sociales que, como organización de opinión clasista, presenta el Instituto Político de la Revolución a las masas trabajadoras. La Secretaría de Prensa y Propaganda quería dotar a la nación, pero sobre todo a la opinión pública revolucionaria del país, de un medio de difusión de ideas amplísimo y perfecto. En efecto, a la estación XEFO

considerada por el propio PNR como “la tribuna social de México al servicio del proletariado”, se le dotó de un equipo con características especiales capaz de generar y enviar ondas de radio pero también la señal generada por el recién comprado sistema de televisión, “de tal manera que todas las personas que tengan un receptor de televisión y su receptor de sonido, podrán ver y oír los programas transmitidos de la misma manera que el cine sonoro”. La estación transmisora podía generar una señal de onda corta con una potencia de 1,000 watts, a la vez estaba en condiciones de radiar la señal de televisión a 1,600 kilociclos. La dirigencia del PNR tenía planes muy concretos para su sistema de televisión recién instalado: no solo tendría funciones de mera recreación, didácticos y esparcimiento, sino que sería un vehículo que contribuiría poderosamente a difundir los principios ideológicos del partido. Es fácil imaginar que se podría transmitir toda una página de un periódico por ejemplo, a cualquier distancia y su imagen podría ser fotografiada en el puesto receptor, eliminando así la necesidad de transmitir palabra por palabra, “como es el caso del método [telegráfico] que actualmente usamos”. Se trataba de un programa completo del PNR para cubrir todo el territorio nacional, a través de una moderna red de medios de comunicación que incluían la XEFO, el diario *El Nacional*, el Departamento Autónomo de Prensa y Propaganda y la naciente estación de televisión. Según el senador Posada, la reorganización de la XEO y la XEFO fue pensada para dar a la radio “su verdadera función: la educativa”. Y la introducción de la televisión en México venía a “ensanchar poderosamente el alcance, ya de suyo amplio, de las actividades de la Secretaría de Prensa y Propaganda del PNR”.

La primera demostración pública de la televisión mexicana fue el 16 de mayo de 1935 en la sede del PNR en la capital de la república, con la transmisión de una fotografía del presidente Cárdenas. Los asistentes a la demostración quedaron “complacidos por la efectividad, seguridad y precisión del novedoso aparato”, según consignó la prensa del día siguiente. La dirigencia del PNR tenía planes muy concretos para su sistema de televisión recién instalado. No sólo tendría funciones de mera recreación, didácticos y esparcimiento, sino que sería un vehículo que contribuiría poderosamente a difundir los principios ideológicos del partido.

A pesar de los planes y la inversión realizada, el equipo de televisión adquirido por el PNR nunca llegó a transmitir regularmente por causas técnicas y políticas. Los primeros tuvieron que

ver con que el equipo era del sistema electromecánico Nikpkow-Baird que fue pronto superado por el más avanzado sistema electrónico y las segundas debido a que poco después de aquella primera exhibición pública de la televisión, sus promotores, el general Matías Ramos y el senador Ángel Posada, fueron destituidos de sus funciones partidistas como resultado del enfrentamiento de Cárdenas con el *maximato* y el proyecto fue suspendido.

La posibilidad de contar con una estación de televisión fue retomada por el gobierno cardenista, pero a diferencia del proyecto anterior, fue a iniciativa y bajo la dirección de la Secretaría de Comunicaciones. Con toda la intención de alejar al PNR, se canceló la inminente televisión “de partido” en favor de la posibilidad de una televisión “de Estado”. Consecuente con esta nueva política, el presidente Cárdenas apoyó los experimentos que venía realizando en televisión Guillermo González Camarena. Esquivel Puerto y la *Enciclopedia de México* sostienen que desde 1934 González Camarena había construido una cámara de televisión “con material de desecho”, pero esta información se puede poner en duda si se considera que el joven técnico mexicano tenía en esa fecha tan sólo 17 años. Lo que sí es altamente probable es que González Camarena haya conocido y mejorado el sistema electromecánico adquirido por el PNR, ya que según Mejía Barquera (1985) el presidente Cárdenas dispuso que se le facilitaran los estudios de la radiodifusora XEFO del PNR para que trabajase en ellos.

\* \* \*

Las artes escénicas fueron un instrumento clave en la estrategia de comunicación del cardenismo. Mediante grupos de “teatro revolucionario” se ejerció una eficaz pedagogía política dirigida a concientizar a las masas sobre los problemas de la nación y para orientarlos en los postulados e ideología del cardenismo. El DAPP también recurrió al *radio-teatro* en sus radiodifusoras a partir de 1938 cuando arrancó la primera temporada del “Teatro del Aire”, que no tardó en servir de modelo para las estaciones privadas.

Desde el inicio del régimen se armó el andamiaje para montar este proyecto político cultural con la modificación de la fracción XXV del Artículo 73 constitucional, para dar al Congreso la facultad de legislar sobre la cultura general de los trabajadores de la nación,

XXV.- Para establecer, organizar y sostener en toda la República escuelas rurales, elementales, superiores, secundarias y profesionales; de investigación científica, de bellas artes y de enseñanza técnica; escuelas prácticas de agricultura y de minería, de artes y oficios, museos, bibliotecas, observatorios y demás institutos concernientes a la cultura general de los habitantes de la Nación y legislar en todo lo que se refiere a dichas instituciones\*; así como para dictar las leyes encaminadas a distribuir convenientemente entre la Federación, los Estados y los Municipios el ejercicio de la función educativa y las aportaciones económicas correspondientes a ese servicio público, buscando unificar y coordinar la educación en toda la República. Los títulos que se expidan por los establecimientos de que se trata surtirán sus efectos en toda la República.

Esta comunidad con el Estado facilitó una estrategia que nutrió “desde los discursos académicos hasta las tiras cómicas, desde las carpas a los teatros”, se regodeó en las manifestaciones populares, se plasmó en los colores de los artistas plásticos, sonó en la naciente radio, buscó la creación de estereotipos en el cine, “y en general dio mucho qué decir en el complicado mundo de la cultura nacional”. Así nació la idea, copiando algunos esquemas teatrales europeos, de montar un teatro de masas.

## **Referencias**

- AGUILAR PLATA, Blanca: *La revista Hoy: un ensayo de periodismo independiente en el régimen cardenista (1937-1940)*, tesis de maestría, UNAM, México, D.F., 2008.
- BOBBIO, Norberto, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino: *Diccionario de política*, Siglo veintiuno editores, México, 1981.
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN*, tomo LXXXVII, Núm. 35, 13 de diciembre, México, 1934.
- El Nacional*, 17 de mayo.
- HERNÁNDEZ LOMELÍ, Francisco: *La primera estación de TV en México (1935)*, Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2007.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, Rafael: *Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP). La experiencia del Estado cardenista en políticas estatales de comunicación, 1937 – 1939*, tesis de licenciatura (inédita), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2002.
- MEJÍA BARQUERA Fernando: *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920 – 1960)*, Fundación Manuel Buendía, México, 1989.
-

- MONSIVÁIS, Carlos: “El cine nacional. Notas sobre la cultura mexicana en el siglo XX”, *Historia general de México*, El Colegio de México, México, 2000.
- NOVO, Salvador: *La vida en México en el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1994.
- PÉREZ MONTFORT, Ricardo: “Un México afinado en re mayor”, *Pablo O’Higgins. Voz de lucha y de arte* (catálogo de la exposición), Fundación Cultural María y Pablo O’Higgins, A.C., México, 2004.
- : *Las invenciones del México indio. Nacionalismo y cultura en México 1920 – 1940*, Programa Panamericano de Defensa y Desarrollo de la Diversidad biológica, cultural y social, A.C.
- SERNA, Ana María: *La prensa y la sociedad en las décadas revolucionarias*, Instituto Mora, México, 2008.
- SCHIAFFINI HERNÁNDEZ, María del Pilar: *La política de comunicación del cardenismo y su impacto en la radio pública*, VI ULEP-ICC UAM, México, 2007. Dice la autora que durante los años treinta llegaron a funcionar hasta 14 estaciones públicas dedicadas a intensificar los aspectos nacionalistas de la Revolución.
- TOUSSAINT, Florence: “La hora nacional”, *Proceso* 214, p. 52, México, 1980.
- ZACARÍAS, Armando: “El papel de PIPSA en los medios mexicanos de comunicación”, *Comunicación y sociedad*, Universidad Autónoma de Guadalajara, Guadalajara, 1995.

## Un episodio de comunicación política

La expropiación de la industria petrolera extranjera en marzo de 1938 fue un momento clave en la vida de la nación posrevolucionaria. Por su carga simbólica propició la cohesión ideológica en el proceso de formación de una nueva identidad nacional anclada en los postulados de la Revolución y la Constitución de 1917. En el orden político, fortaleció al régimen y potenció al cardenismo como una renovación ideológica y programática de los principios revolucionarios que fue clave para un proyecto de independencia basado en el control de las riquezas nacionales. En lo económico, proveyó una fuente de ingresos que habría de ser esencial para el desarrollo futuro del país y su inserción en la modernidad del siglo XX.

El decreto expropiatorio lanzó ondas expansivas a los mercados financieros y prendió focos rojos en las cancillerías de un mundo que se aprestaba a una guerra mundial. Como consecuencia, y en paralelo al conflicto económico y político derivado de la expropiación, se desató una intensa *guerra de propaganda*<sup>\*</sup>, quizá la faceta menos estudiada de aquel episodio. Las empresas petroleras, aliadas con sectores poderosos de la economía y la política tanto en México como en sus países de origen, buscaban debilitar y derrocar al gobierno del general Cárdenas y sustituirlo con un régimen favorable a sus intereses. El cardenismo montó su defensa en el ensanchamiento del apoyo político interno al régimen mediante acciones de propaganda que fortalecieran la idea de combatir al imperialismo yanqui para salvaguardar los recursos nacionales.

En el presente trabajo se examinan cuatro facetas de la campaña de propaganda antimexicana desatada a raíz de la expropiación.

---

<sup>\*</sup> Sigo a Lorenzo Meyer: “La definición clásica de guerra implica la hostilidad armada entre dos o más unidades políticas que, generalmente, son Estados; sin embargo, el concepto también se puede extender y aplicarse a una situación de hostilidad, conflicto, oposición o antagonismo entre fuerzas físicas, mentales o sociales”.

## Los corridos del petróleo

Mediante hábiles acciones de propaganda que operaron sobre el extendido *antiyanquismo* de la idiosincrasia mexicana, el cardenismo pudo insertar en el imaginario colectivo la idea de que las dificultades del año 1938 eran consecuencia de una *venganza de los gringos* por la expropiación y no producto de políticas económicas equivocadas o de la lucha de facciones desatada por la proximidad de la sucesión presidencial. El resultado fue el fortalecimiento y no la deslegitimación del gobierno entre los sectores populares, gran parte de la clase media y una porción de la inteligencia afiliada a la izquierda.

La expropiación rápidamente se hizo tema de *corridos*, la expresión musical, generalmente anónima, que a la manera de los juglares difunde entre el pueblo hazañas y sucesos relevantes, y que de acuerdo a Simmons, es el mejor instrumento para conocer y entender el sentir colectivo del pueblo mexicano.

*Año de mil novecientos / del treinta y ocho a contar / sucedió lo que enseguida / yo  
les vengo a relatar. / El día dieciocho de marzo, / fecha de gran sensación /  
nacionalizó el petróleo / el jefe de la Nación.*

Este género de expresión popular incorpora el sentimiento *antiyanqui* en diversos momentos de nuestra historia. Una perspicaz interpretación es de Lewis Gannett, quien al reseñar *The Wind that Swept Mexico* de Anita Brenner, escribió: “Sea que la revolución avance o retroceda [...] la mayoría de los mexicanos se han acostumbrado a que Estados Unidos esté en contra. [...] Están seguros de que la revolución avanzará, pero que sea suavemente o con la fuerza de un huracán, dependerá en gran medida de la actitud de Estados Unidos. El pueblo mexicano identifica instintivamente a la contrarrevolución con la influencia estadounidense”. Yerguin consigna que un diplomático inglés que estuvo involucrado en el enfrentamiento de las petroleras con el gobierno de México, explicó a su gobierno en una nota que “el único tema en que los mexicanos de todas las clases están totalmente de acuerdo es en la convicción de que es un principio inalterable de la política estadounidense evitar el desarrollo económico y la consolidación política de su país”. El historiador contemporáneo Richard Fagen propone que dada nuestra condición de país repetidamente humillado por Estados Unidos y al mismo tiempo dependiente económicamente de este país, “México ha desarrollado una cultura política muy

sazonada por el antiyanquismo ... o por lo menos asentada en un gran escepticismo respecto a los motivos y acciones de Estados Unidos”. En una carta fechada el 2 de julio de 1938 en Ciudad Victoria, Marte R. Gómez confiaba a Jaime Torres Bodet, a la sazón encargado de negocios de la Embajada de México en Francia: “Cuando la radio transmitía el mensaje presidencial y en las conciencias penetraba la idea de que algo grande acababa de ocurrir, un ranchero de Matamoros se volteó para decirme: ‘Ya el Presidente se fajó los pantalones; dígame que no se los afloje y aquí nosotros o nos morimos a balas o nos morimos de hambre, pero no nos rajamos’”.

Durante la guerra de 1847, el *pueblo* cantó con ánimo rebotante de odio hacia los gringos:

*Los yankees malvados / no cesan de hablar / que habrán de acabar / con esta nación.*

Y durante la primera guerra mundial, un olvidado trovador entonó al son de la vihuela:

*Y por esos ambiciosos / nuestra Patria idolatrada / recordara el pueblo entero / que siempre ha sido ultrajado / no una sino varias veces / por esa gente ilustrada.*

Inexactos como pudieran ser respecto al detalle histórico, los corridos sin duda reflejan con un alto grado de certeza los temas y la inclinación del pensamiento popular, y recogen la verdad como el *pueblo* la percibía. Los cronistas musicales estaban cerca del pueblo y buscaban adecuar sus canciones al ánimo del auditorio a la que iban dirigidas. Dice Simmons:

La mayoría de los compositores de *corridos* viajan de pueblo en pueblo cantando sus propias composiciones y las de otros en las plazas y en las cantinas. Las exigencias de su profesión les mantienen en estrecho contacto con las corrientes de opinión, lo que justifica nuestra creencia de que los *corridos*, cuando son adecuadamente interpretados, son importantes documentos sociales e históricos.

Mucho antes de la expropiación, los petroleros ya eran tema de corridos. Entre 1923 y 1924 se registran varias composiciones que se refieren al intervencionismo de EU a favor de las empresas aceiteras y en contra del gobierno de Álvaro Obregón:

*Los petroleros han jurado / boycotear (sic) a este gobierno, / el gringo es muy desgraciado / y es nuestro enemigo eterno.*

En los campos petroleros alrededor de Tampico, en los años veinte, los trabajadores cesados expresaban así su descontento:

*Los cesados en Tampico / y también los repatriados / quieren comer puros gringos / crudos y también asados.*

El cardenismo hizo de la expropiación un potente y cuasi-religioso símbolo nacionalista que permeó el fervor popular. Identificó el acto expropiatorio con el rescate de la Patria, la operación de las instalaciones con la recuperación del mando sobre la nación y el enfrentamiento a los poderosos barones del petróleo con la reafirmación de los valores nacionales: el triunfo del *David* católico sobre el *Goliat* protestante. El petróleo fue colocado en el altar patrio al lado de la Guadalupana. En su estrategia de comunicación y movilización de masas, el cardenismo también operó exitosamente en el frente religioso, terreno de la iglesia católica. Hubo una tregua en el enfrentamiento en torno a la “educación socialista”. El clero mexicano se sumó al cardenismo y declaró desde el púlpito que la ayuda para el pago de la deuda adquirida por la expropiación era una medida patriótica. Bajo la firma de Luis M. Altamirano, arzobispo titular de Bizia, coadjutor de Morelia y secretario del Comité Episcopal, la revista *Christus* del 31 de junio de 1938 publicó una nota titulada “Los Católicos Mexicanos y la Deuda Petrolera”:

Aunque no ha sido necesaria ninguna exhortación para que los católicos mexicanos contribuyan generosamente con el Gobierno de la República a pagar la deuda contraída con motivo de la nacionalización de las empresas petroleras; juzgando que es oportuno expresar la actitud uniforme y reflexiva del Episcopado Mexicano en asunto tan importante, el Comité Episcopal, en nombre de dicho Episcopado, declara que no solamente pueden los católicos contribuir para el fin expresado en la forma que les parezca más oportuna, sino que esta contribución será un testimonio elocuente de que es un estímulo para cumplir los deberes ciudadanos la doctrina católica, que da una sólida base espiritual al verdadero patriotismo.

Además de los factores económicos y políticos, da a la expropiación petrolera relevancia excepcional la guerra de propaganda que desató. Se debe estudiar desde la perspectiva de una acción para generar cohesión y apoyo político internos y no sólo como una acción económica. Llama la atención el que casi en paralelo al enfrentamiento con los petroleros estadounidenses e ingleses, el gobierno de Cárdenas, por conducto del general Francisco J. Múgica, secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, condujo una difícil negociación con los concesionarios de telefonía suecos y estadounidenses y pese a que también se trataba de un sector estratégico con grandes capitales invertidos e interés diplomático de gobiernos extranjeros, fue solucionada sin que se llegara a las dimensiones de conflicto internacional que tuvo el caso del petróleo.

En la expropiación fueron factores de naturaleza política interna y simbólicos, más que económicos, los que modularon el desarrollo del conflicto. En 1938, México ya no era uno de los principales productores de petróleo y de acuerdo con los conocimientos geológicos de la era sus reservas se encontraban en agotamiento. El mantenimiento de las instalaciones productivas por parte de las empresas había sido escaso en años anteriores. Tanto los estadounidenses como los ingleses habían trasladado el centro de gravedad de su interés a otras zonas del mundo que prometían rebasar ampliamente las riquezas del subsuelo mexicano. La proximidad de una guerra mundial había alterado la geopolítica y por ende las prioridades estratégicas. El conflicto con el sindicato era ciertamente una incomodidad, pero las empresas, como se vería con el tiempo, siempre pudieron disponer de los recursos para satisfacer las demandas económicas del gremio y el gobierno de Cárdenas nunca perdió la capacidad de encauzar la movilización sindical hacia acuerdos de naturaleza menos radical que la expropiación.

Para las empresas, el problema de fondo era el temor de que el ejemplo se extendiera a los campos petroleros de Venezuela, en donde de diciembre de 1936 a enero de 1937 se había registrado la primera gran huelga de la industria en aquella nación. Ceder a las demandas de los trabajadores mexicanos era mandar un mensaje que pondría en riesgo las operaciones en Sudamérica. Para el gobierno mexicano, una solución de medio camino entre las partes no habría bastado para generar el efecto simbólico necesario para impulsar una movilización popular que blindara al régimen contra una creciente oposición política doméstica y cada vez mayores presiones externas.

En este contexto, además de las acciones jurídicas, políticas y diplomáticas, las empresas petroleras pusieron en marcha una campaña de propaganda para generar el rechazo a la medida

del general Cárdenas con la intención de volcar a la opinión pública internacional en contra de ella.

La *Standard Oil* de Nueva Jersey organizó lo que hoy llamaríamos un “cuarto de guerra” en sus oficinas corporativas del Rockefeller Center de Nueva York y contrató para dirigirlo a uno de los publicistas más hábiles y aguerridos de la época, Steve Hannagan. Desde ese cuartel se diseñaron y ejecutaron campañas de propaganda anticardenista y se organizó el cabildeo en el Congreso, en la Casa Blanca y entre grupos de presión mexicanos e internacionales adversos al gobierno de Cárdenas. La *Royal Dutch Shell* tomó por su cuenta promover el desprestigio de México en Europa y fue cabeza de lanza de acciones judiciales para incautar el petróleo mexicano en los mercados internacionales bajo la acusación de que se trataba de un producto *robado*.

Además de hundir al cardenismo, las campañas buscaron la derogación del decreto de expropiación, ya fuese mediante presiones políticas y económicas, o por la vía de la intervención armada. Para impulsar tal propósito compraron plumas, espacios y prestigios en la prensa de Estados Unidos, en la de México y en la de naciones europeas. Numerosos diarios gringos, ingleses, franceses, alemanes y de otros países daban por cierta la movilización de una fuerza expedicionaria para meter en cintura a los levantiscos mexicanos, al estilo de la expedición punitiva del general *Black Jack* Pershing en 1916 o como una reedición de la toma del puerto de Veracruz por el almirante Fletcher en 1914.

En el escenario internacional, las empresas expropiadas buscaban crear la idea de que en México operaba un régimen confiscatorio (pro-comunista o pro-fascista según el caso) que al tomar los campos petroleros había comprometido el abastecimiento de combustible de Estados Unidos y sus aliados en vísperas de la guerra y por lo tanto era un riesgo para la seguridad nacional de estas potencias. Otra vertiente fue que el país estaba en vías de convertirse en un enclave del fascismo en América, en donde el nacionalsocialismo construía una plataforma bélica para atacar a Estados Unidos.

Al interior de México, las campañas tuvieron por meta persuadir a la población de que el general Cárdenas y su gobierno eran notoriamente incompetentes y estaban destruyendo la economía del país y colocándolo en riesgo de una invasión.

Pero la verdadera preocupación de las empresas petroleras no eran las pérdidas económicas —con el tiempo se revelaría que el valor de las instalaciones industriales era en realidad una fracción de lo que reclamaban y la producción del hidrocarburo se había desplomado— sino la posibilidad de que el ejemplo de México cundiera en la región, se exacerbaran el nacionalismo y el antiimperialismo y se desatara una ola de expropiaciones en América Latina. Como ha observado el profesor de la Universidad de Texas, Jonathan C. Brown, autor de *Petróleo y revolución en México*, “en el escenario internacional las petroleras eran los árbitros supremos del mercado” y nunca antes ningún país había logrado imponer su soberanía sobre sus propios hidrocarburos sin haber sufrido graves consecuencias internas e internacionales.

Fue una lucha ideológica la que el cardenismo libró. El gobierno mexicano operó contracampañas que fueron particularmente exitosas si se considera el contexto político de la época y la desigualdad de recursos de las partes. El presidente Cárdenas era un maestro en movilización de masas y en 1938 había concretado la corporativización de las diversas fuerzas sociales mexicanas. Para la contraofensiva propagandística, tenía a su servicio un aparato de comunicación bien estructurado: el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, organismo con rango de secretaría de Estado, dotado de fuerza política y recursos técnicos, si bien no de medios económicos equiparables a los de las petroleras.

La *Standard Oil* y la *Royal Dutch Shell* tenían bolsillos muy profundos, en tanto que México era un país al borde de la quiebra. Tuvieron a su servicio expertos formados en las escuelas de propaganda de la primera guerra; en México los operadores se habían formado en el activismo político. Las petroleras pudieron financiar campañas internacionales; México tenía problemas para enviar personeros a buscar apoyo social y político en Estados Unidos y en Europa. Las petroleras subvencionaron publicaciones importantes en ambos países; México imprimió unos cuantos folletos que se distribuyeron selectivamente, si bien en varios idiomas. Las petroleras insertaban sus mensajes en producciones de cine de amplia distribución; México produjo no más de quince modestas películas de propaganda con algunas copias en inglés y francés.

¿Cómo explicar, en este contexto, que la propaganda de las petroleras no hubiera logrado generar amplias corrientes populares de opinión pública ni en Estados Unidos ni en México

mientras que las campañas mexicanas fomentaron movilizaciones masivas que el mismo Embajador de EU en aquella época reconoció nunca antes haber visto?

No hay una respuesta unívoca ni sencilla. Son muchos los factores que deben analizarse para arrojar luz sobre la pregunta. Pero un hecho clave radica en la diferencia intrínseca de la propaganda de las partes. La mexicana estaba basada en una ideología y en una visión de nación, en tanto que las petroleras nunca pudieron apelar a nada más que la defensa de sus intereses económicos. Estudiar la propaganda mexicana en este escenario es fundamental para comprender la naturaleza del régimen cardenista. El cardenismo no pudo haber trascendido en ausencia de su aparato de propaganda.

Cárdenas fue un propagandista en el más amplio sentido de la palabra y un eficaz agitador, seguramente el más capaz en una generación de caudillos notables por sus habilidades en la movilización de masas. El General sin duda destacó entre sus pares porque quizá fue el más preparado políticamente y el que mejor entendió las necesidades del momento y la naturaleza de la lucha en la que el país estaba inmerso. Desde muy joven comprendió que el éxito de la lucha política pasa por la organización y dirección de la energía social de las masas. A este fin aplicó su notable disciplina y fuerza de voluntad. Es cierto: una persona que durante años se ha empeñado en la lucha política entenderá con mayor claridad la necesidad de generar apoyo popular que otra que sólo se haya dedicado a dar órdenes, como fue el caso de otros caudillos revolucionarios.

### **La guerra de la prensa**

La expropiación cimbró a los mercados financieros, a los círculos diplomáticos y a los medios de comunicación de un mundo que se aprestaba a la guerra. Naturalmente fue en la prensa de Estados Unidos y de Gran Bretaña, los dos países afectados, en donde el hecho tuvo mayores espacios. En las planas de grandes diarios metropolitanos y de los regionales, y en las revistas informativas que comenzaban a circular (en 1938 *Time* estaba en su quince aniversario) se siguió puntual y abundantemente la información del insólito espectáculo de una nación tercermundista enfrentada sin vacilar, y con éxito, al poder de los consorcios petroleros.

La guerra de propaganda lanzada por las petroleras tuvo carácter mundial, pero fue especialmente importante en Estados Unidos. Dice Meyer que la maquinaria propagandística de la Standard Oil se vio facilitada en ese país por que los avances de la reforma agraria y el apoyo

a los grupos obreros habían dado al cardenismo un tinte radical mucho antes de que ocurriera la expropiación. Aun cuando la situación en Europa y Asia desvió la atención del público estadounidense de los sucesos en México, las compañías pudieron difundir un mensaje antimexicano que llegó a preocupar a quienes no compartían los puntos de vista de la Standard Oil.

Mucha de la información que aparecía sobre la expropiación tenía su origen en Nueva York, en Washington, en Chicago o en Los Ángeles, a partir de declaraciones de políticos, diplomáticos y hombres de negocios extranjeros o con datos proporcionados por la *Standard Oil* y demás empresas expropiadas. Otras fuentes fueron las agencias cablegráficas que también transmitían desde México. El periódico que cubrió el evento de manera más directa, consistente y sistemática fue *The New York Times* a través de su corresponsal, Frank L. Kluckhohn, y sus notas eran frecuentemente retomadas por otros medios. Hubo visitas de enviados especiales, entre ellos Anita Brenner, del *New York Times Magazine*; Betty Kirk, del diario *Christian Science Monitor*; y Adamatios Theophilus Polyzoides, de *The Los Angeles Times*. El 28 de marzo, diez días después de la expropiación, *The New York Times* publicó una nota de seis párrafos dando cuenta de la visita de 118 representantes de la *California Press Association* a México y su recorrido de dos semanas por el país. La “nota” fue la declaración de un ex gobernador de California que estuvo con la delegación, en el sentido de que “el misterio de la expropiación es saber si México va a conseguir el dinero para pagar por las propiedades tomadas”.

Otra cobertura que ocupó espacios y contribuyó a la desinformación sobre la medida expropiatoria fue la de “interés humano” sobre la suerte de los empleados extranjeros. Si bien no se registraron casos de violencia física en contra de ellos o de sus familias durante la toma administrativa en diversos puntos del territorio, algunos incidentes se distorsionaron y dieron la idea de una posible persecución como la que emprendieron *boxers* en China a principios de siglo. El 22 de marzo, el *New York Times* publicó una nota de primera plana, firmada por Kluckhohn, con la cabeza “*35 americanos huyen de la zona petrolera mexicana; británicos en éxodo – Salen apresuradamente del Istmo de Tehuantepec luego de amenazas de muerte a extranjeros – Se reporta la detención de un ciudadano – Se dice que un ejecutivo de una subsidiaria de la Standard fue detenido por trabajadores en Tampico*”. En el cuerpo de la información se afirma que los estadounidenses y británicos fueron objeto de amenazas, pero no se precisa cuándo y cómo tales amenazas tuvieron lugar. El supuesto incidente fue reproducido por otros diarios y se

generó un ambiente de alarma por la seguridad de aquellos ciudadanos. Pero en los informes de la embajada de EU el incidente apenas si se menciona como una fricción pasajera, y los propios involucrados poco después aclararon que el supuesto “enfrentamiento” había sido en realidad una discusión acerca de los tiempos y la forma en que algunas oficinas debían ser entregadas a los representantes acreditados del sindicato. Ni el *New York Times* ni Kluckhohn aclararon posteriormente la información.

Otro tema desplegado por los diarios que alentó la consternación entre el público del vecino país fue el de las ventas de petróleo mexicano a las potencias del Eje después de la expropiación, pero sin aludir al boicot de las petroleras que obligó al gobierno de Cárdenas a buscar urgentemente mercados en Europa y Asia y desde luego sin hacer mención de que la *Standard Oil* tenía años proveyendo de combustible a Japón, a Alemania y a Italia. De esta manera se atizaba la sensación de que los mexicanos habían gravitado hacia la esfera de influencia del fascismo.

Un *ritornelo* de la prensa del vecino país fue que México no tenía dinero para pagar el valor de las instalaciones expropiadas. En esto se insistía pese a que en el decreto expropiatorio se asentaba claramente que el pago se haría en un plazo de diez años y de que Cárdenas ofreció entregar a los acreedores el 60% de la producción petrolera como abono a la deuda, propuesta que fue rechazada. Tampoco se dio espacio a los repetidos esfuerzos de Cárdenas para sentar a las empresas a una mesa de negociaciones. Los artículos recogían sin cuestionamiento la versión de las petroleras de que los mexicanos serían incapaces de operar las plantas y de mantener la producción y la distribución en los niveles anteriores a la expropiación.

Tampoco las informaciones analizaron los niveles de ganancias que las petroleras obtuvieron de las concesiones, que, como se ha referido, casi siempre fueron obtenidas por medios ilegales o fraudulentos.

Por ejemplo, El Águila, creada en 1907 con un capital de 30 millones de pesos, tuvo ganancias netas por 164 millones 248 mil pesos entre 1911 y 1920. Es decir, en diez años recuperó más de cinco veces el capital invertido. Y en cuanto al conjunto de las empresas extranjeras, de acuerdo a su propia contabilidad, el capital fijo al 31 de diciembre de 1936 era de 174,017,043 pesos, “mientras que el valor total del petróleo bruto extraído, por esas mismas

fechas, se elevaba a la suma de 3,546,129,423 pesos, es decir, más de veinte veces el capital antes indicado”.

L.O. Prendergast denunció el boicot de las petroleras contra México y las llamó “bucaneras internacionales”. Este mismo escritor rebatió artículos denigrantes sobre México aparecidos en otras publicaciones. Una de sus críticas más mordaces fue contra Frank Kluckhohn, quien, dijo, despedía “un tufo racista” en sus artículos. Kluckhohn\* reviró y reveló que bajo el nombre de “Prendergast” se escondía Harry Block, “vocero de la CTM” y editor del *Mexican Labor News*, “publicación de propaganda de la central obrera”. “Prendergast” reconoció ser Harry Block, pero negó que la publicación fuera propagandística... aunque por su carácter de órgano de la Universidad Obrera, Frank no andaba tan errado. León Trotsky dejó un perfil nada halagüeño de Block, un estalinista confeso:

Harry Block es ciudadano de los Estados Unidos. Su esposa es Malú Cabrera, hija del licenciado Luis Cabrera, un abogado muy rico y reaccionario contratado por las compañías petroleras y los terratenientes de Yucatán. Al mismo tiempo, Harry Block es un estrecho colaborador de Lombardo Toledano, conocido agente político de la GPU<sup>+</sup> en México. Harry Block es el editor responsable de *Futuro*, la sucia y difamatoria publicación mensual de Lombardo Toledano. Es también director del departamento de publicaciones de la estalinista Universidad Obrera. Bajo las órdenes de la CTM publica un boletín semanal especial, *Mexican Labor News* [Boletín laboral mexicano], distribuido gratuitamente en Estados Unidos. En el equipo personal de Lombardo Toledano la “autoridad” de Harry Block se basa en el hecho de ser considerado el agente de la embajada soviética en Washington que se ocupa de la CTM. El jefe de la agencia soviética en Washington es Umanski, que hizo su carrera diplomática como agente de la GPU. Consecuentemente, Harry Block es el alcahuete confidencial de dos agentes de la GPU, Umanski y Lombardo Toledano.

---

\* Kluckhohn era una suerte de ave de tempestades del periodismo. Antes de ser comisionado a México estuvo asignado por el *NYT* a la cobertura de la guerra civil española desde el bando franquista y fue expulsado del país. Deportado de México en enero de 1939 por sus artículos abiertamente anticardenistas, publicó meses después un libro, *The Mexican Challenge*, en donde sostiene que México se había convertido en un Estado totalitario. Hasta su muerte en un accidente automovilístico en 1970, fue un incansable militante de agrupaciones de la derecha –y del nazifascismo, según Louis Proyect-, asesor del Departamento de Estado y autor de más de diez libros políticos.

<sup>+</sup> La policía secreta soviética.

Para Brígida Von Mentz, fueron *The New York Times*, el *Washington Post*, el *Wall Street Journal*, el *New York Daily News* y el *Times Herald* los campeones de la información antimexicana. Escribió:

Desde abril de 1938 tres nefastas letras K aparecían firmando artículos en periódicos estadounidenses, relatando las acciones antiyanquis del gobierno mexicano, que según ellos embonaban perfectamente con los intereses del Tercer Reich, no sólo en nuestro país sino en toda América Latina. Ellos eran Betty Kirk, del *Washington Post*; Arthur Krok y Frank L. Kluckhohn del *New York Times*. Su línea común era aquella que vinculaba cualquier acto del Estado mexicano que afectase a los intereses norteamericanos en México con la bandera nazi.

Además de la falta de contexto histórico, las informaciones servidas por la prensa estadounidense a sus auditorios frecuentemente tenían como fuente única a las empresas expropiadas y no incorporaban la versión de los mexicanos. Por ejemplo, casi invariablemente se reproduce la cifra de entre 400 y 450 millones de dólares como valor de las instalaciones expropiadas que las propias empresas dieron a conocer en el primer momento, pese a que desde 1935 el Departamento de Comercio de Estados Unidos había estimado el valor en 69 millones de dólares y el gobierno de México en 64 millones:

Se destacaba el daño sufrido por las empresas sin mencionar que muchas concesiones habían sido obtenidas por medios ilegales o inmorales, y sin hacer mención de las ganancias obtenidas durante los años de operación, el control absoluto sobre los volúmenes de producción, la evasión fiscal y las condiciones de los trabajadores, inferiores a las de sus homólogos extranjeros.

Al reseñar las manifestaciones que siguieron al 18 de marzo, las informaciones dan mayor importancia a incidentes como el abucheo de turistas y las consignas antiyanquis, incluso sugieren un *acarreo* de participantes, en tanto que minimizan el hecho evidente del amplio soporte popular que la medida desató, algo que historiadores como Albert Michaels y el propio embajador Josephus Daniels no pudieron menos que notar. “Una ola de entusiasmo desbordante recorrió el país”, escribió Daniels. Y no escapó a su ojo de periodista y diplomático profesional, que el entusiasmo popular fue compartido por los mexicanos más allá del petróleo, convencidos

de que debían formar un sólido frente único. Michaels juzga que durante un breve interludio, “Cárdenas había logrado la unidad por la que había luchado desde su elección”.

Otro tema que no fue incorporado con el valor informativo que sin duda tenía, fue la reiterada promesa del gobierno cardenista de que las empresas serían compensadas de manera justa y equitativa conforme a la ley mexicana, lo que se tradujo en informaciones sesgadas que no daban a lector elementos claros de juicio. Como dato interesante, los hábitos personales de austeridad, trabajo y honradez del presidente Cárdenas sí encontraron espacio en muchas de las informaciones, pero acentuando sus simpatías “pro comunistas” o “pro socialistas”. En un artículo de Frank Kluckhohn —corresponsal del *New York Times* que sería expulsado del país por lo sesgado y prejuiciado de sus despachos— se alaba a Cárdenas por su alejamiento de las clases aristocráticas y su cercanía con el pueblo y se le describe como “un hombre de buena voluntad” quien sin embargo estaba empeñado en programas que conducían al país hacia un “Estado totalitario”.

Aunque la mayoría de los comentarios editoriales fueron desfavorables a México, se registran excepciones. El 10 de abril de 1938, el periodista Bertram D. Hulen en el *New York Times* se congratuló de que las relaciones oficiales entre México y Estados Unidos hubiesen salido airosas de la tormenta ocasionada por la expropiación. Adamatios Theophilus Polyzoides reportó en *The Los Angeles Times* que entre el pueblo privaba en realidad una fuerte corriente de simpatía hacia Estados Unidos, que Japón y Alemania eran muy poco admiradas, que los principales diarios coincidían en que México pagaría su deuda petrolera y que esto era un asunto doméstico y no internacional. Después de desmarcarse de la corriente periodística que proclama la suficiencia de unas cuantas semanas para escribir un libro de análisis, Polyzoides informa que México está en paz porque trabaja intensamente y que “las diversas fuerzas vitales desatadas por la revolución están de alguna manera bajo control”. En el *New York Times Magazine*, Anita Brenner elogió los programas sociales del presidente Cárdenas que permitieron que muchos mexicanos “comprendieran por primera vez que eran ciudadanos con derechos” y dieron a los campesinos la primera esperanza de una vida segura y con comodidades. Bruce Rae, editor adjunto del *New York Times*, entrevistó al presidente Cárdenas y recogió la invitación personal del Primer Mandatario a las empresas para buscar de forma conjunta un arreglo. Randall Pond escribió en la revista católica *Commonweal* que “cualquier estadounidense que haya conocido aunque superficialmente los métodos de las empresas petroleras en su propio país, bien puede

imaginarse lo que una llamada ‘nación atrasada’ debe sufrir cuando uno de los más poderosos monopolios internacionales deja caer todo su peso para obtener el oro negro”. Y añade que los pueblos que guardaron silencio durante mucho tiempo “ahora revelan cómo hombres y mujeres fueron drogados, alcoholizados o asesinados para despojarlos de sus terrenos petroleros”.

No es muy útil recapitular todo lo que se ha dicho y hecho en el asunto del petróleo. Un estadounidense con el mínimo conocimiento sobre los métodos de las empresas petroleras en su propio país muy bien puede imaginar lo que una supuesta ‘nación atrasada’ debe sufrir cuando uno de los monopolios más poderosos del mundo empeña toda su fuerza para adquirir el ‘oro negro’.

Sigue diciendo que de cara a los hechos, México tuvo el derecho a expropiar, y aunque juzga que Cárdenas eligió un momento poco propicio, reconoce que fue obligado a ello cuando las empresas decidieron no aceptar el laudo de la Junta de Conciliación e ignoraron la decisión de la Suprema Corte de Justicia.

Contenidos y tendencias aparte, *The New York Times* fue el diario que con mayor constancia reportó la secuela informativa de la expropiación. En un periodo de 43 días, del 19 de marzo al 30 de abril de 1938, el *NYT* publicó 15 notas de primera plana sobre el conflicto petrolero con México, 14 de ellas firmadas por Kluckhohn. La orientación de sus notas, preñadas de editorializaciones, traduce su visión de México y de sus habitantes, misma que transminó a su libro *The Mexican Challenge*, publicado poco después de su expulsión del país. México, según Kluckhohn, era “la única nación en el mundo alabada unánimemente por los estalinistas, los trotskistas, los hitlerianos y un reducido grupo de liberales estadounidenses”, y en donde se construía, “quizá inconscientemente”, un sistema de socialismo de Estado. Dice:

En un intento por crear una sociedad materialista, dominada por el Estado, al sur del Río Grande se genera un sistema de vida y de gobierno, disonante con y probablemente opuesto al, sistema de vida y gobierno de Estados Unidos. Algunos de los hechos que demuestran esto son: la eliminación en México de la libertad sindical mediante el control conjunto de los trabajadores organizados por parte de dirigentes obreros y el Estado; la campaña para insertar al control oficial a las cuatro quintas partes de la población del campo; el control de los medios de información y

el fracaso del intento de construir un sistema democrático a través de elecciones libres y poderes legislativo y judicial independientes.

En la etapa analizada, durante 30 días la información principal del *Times* aborda temas domésticos (en 23 ocasiones la economía, el *New Deal* y el saneamiento financiero). En doce fechas la noticia más importante tiene que ver con temas internacionales, once de ellos referidos al conflicto europeo en curso. En sólo una oportunidad, el 30 de marzo, *The New York Times* dedica las “ocho columnas” a la expropiación, con motivo de la protesta formal presentada al gobierno mexicano por el Departamento de Estado con el apoyo británico:

U.S. PROTEST TO MEXICO ON SEIZURE OF OIL PLANTS; BRITAIN SUPPORTING ACTION\*

La expropiación es abordada en notas secundarias de primera plana con pase a interiores en 13 oportunidades: 19, 20, 22, 24, 27, 28, 29 y 31 de marzo y 1, 2, 3, 9 y 14 de abril. Evidentemente el rotativo, el de mayor influencia en Estados Unidos en aquellos años, consideraba que ni las protestas de los petroleros ni la secuela de hechos desatada por la expropiación en territorio mexicano tenían el valor noticioso para ocupar a diario un sitio en su primera plana.

En una revisión numérica de notas sobre el tema petrolero mexicano en la prensa estadounidense durante cuatro años, 1937-1940, Gojman encontró los siguientes resultados:

| Comportamiento anual de notas en tres diarios norteamericanos. |                       |                        |                 |              |
|--|-----------------------|------------------------|-----------------|--------------|
|  | <i>New York Times</i> | <i>Washington Post</i> | <i>Mc Allen</i> | %            |
| <b>1937</b>  | 17                    | 0                      | 15              | <b>11.55</b> |
| <b>1938</b>  | 102                   | 63                     | 23              | <b>67.87</b> |
| <b>1939</b>  | 16                    | 10                     | 16              | <b>15.16</b> |
| <b>1940</b>  | 8                     | 0                      | 7               | <b>5.41</b>  |
| <b>Totales</b>   | 143                   | 73                     | 61              | <b>2.77</b>  |
| <b>%</b>   | <b>51.62</b>          | <b>26.35</b>           | <b>22.02</b>    | <b>100</b>   |

Fuente: Gojman, p. 38

La misma autora revisó tres diarios ingleses y encontró que el que más atención dedicó a la industria petrolera mexicana fue el *London Times*, con 57 notas en el periodo 1938-1939.

---

\* “Estados Unidos protesta ante México por la confiscación de plantas petroleras; Inglaterra apoya la medida”.

| Comportamiento anual de información en tres periódicos ingleses. |                     |                        |                            |              |
|--|---------------------|------------------------|----------------------------|--------------|
|  | <i>London Times</i> | <i>London Observer</i> | <i>Manchester Guardian</i> | %            |
| <b>1938</b>  | 51                  | 8                      | 12                         | <b>92.20</b> |
| <b>1939</b>  | 6                   | 0                      | 0                          | <b>7.79</b>  |
| <b>Total</b>   | 57                  | 8                      | 12                         | <b>77</b>    |
| <b>%</b>   | <b>74.02</b>        | <b>10.38</b>           | <b>15.58</b>               |              |

Fuente: Gojman, p. 42

En opinión de Morgan, la cobertura informativa de la expropiación en las revistas fue mucho más superficial y distorsionada que la de los diarios. *Time*, *The Atlantic Monthly*, *American Mercury*, *Harper's Monthly Magazine*, *Collier's* y *Reader's Digest*, no hablaron de la disputa petrolera antes del decreto de marzo de 1938, y cuando la expropiación llegó a sus páginas tuvo el mismo tono que la de los diarios: ausencia de contexto histórico, parcialidad hacia las petroleras, pocas menciones a la situación laboral, desestimación de las condiciones en que obtuvieron las concesiones y su comportamiento en el país, y ninguna alusión a la evasión fiscal o al traslado de capitales fuera de México. En su primer reportaje sobre la expropiación, la revista *Time* utiliza adjetivos, verbos y participios que no dejan bien parada la imagen del evento. En el primer párrafo de la nota se lee:

Después de exigir a gritos un aumento salarial durante dos años (fijado en \$7,300,000 por la Junta Federal del Trabajo el pasado diciembre) que las 17 petroleras extranjeras establecidas en México insisten en “no poder pagar”, una turba de obreros petroleros prietos y desaseados invadió [los campos petroleros] un día la semana pasada apoderándose de torres, refinerías, vías férreas y autos tanque. Peones jubilosos [...] invadieron las oficinas, los almacenes y las tiendas. En el muelle de carga de Tampico, treparon en tres tanqueros británicos y los reclamaron para los 18 mil trabajadores petroleros de México.

La excepción fueron las revistas eclesiásticas y las de izquierda. *Commonweal*, de la iglesia católica, y *Christian Century*, de la protestante, dieron espacio a la versión mexicana de los hechos en sus informaciones sobre la expropiación, e intentaron explicar a sus lectores el contexto histórico y legal en que esta se dio. “Es importante recordar que México está

enfrentando el difícil problema de recuperar para su pueblo una parte de la riqueza nacional que tan generosamente Díaz entregó a los extranjeros”, publicó *Christian Century* en su número del 30 de marzo de 1938. *The New Republic* abordó la expropiación a partir del antecedente de la Constitución de 1917 y explicó que las petroleras habían explotado los recursos mexicanos en la tradicional manera del imperialismo empresarial. “El grito de guerra del actual régimen mexicano, *México para los mexicanos*, tiene una gran justificación moral”, editorializó la revista, y justificó la venta de petróleo mexicano a las potencias del eje como única salida al producto después del boicot de las petroleras yanquis e inglesas. *The Nation* mantuvo una línea editorial coincidente con el punto de vista de los liberales mexicanos. En muchos artículos se esforzó por dar información objetiva, como cuando analizó el diferendo del valor de las propiedades expropiadas entre las empresas y el gobierno de México y abogó porque se encontrara el camino a un esquema de cooperación con México en la industria petrolera, a partir de la aceptación de que este país era el propietario del producto y seguiría siéndolo. Quizá el análisis más completo y perspicaz de la expropiación fue el del *Harper's Monthly Magazine*, firmado por el historiador Hubert Herring, con el título “Cárdenas de México”, en donde se explica el contexto histórico del cardenismo y la complejidad de la expropiación petrolera. Herring analiza la personalidad del General desde su juventud e intenta explicar su ideología. Sugiere que su trayectoria comprendió una formación democrática que lo llevó a convertirse en el primer presidente fuerte desde Benito Juárez. También presenta un detallado análisis del sistema legal mexicano que declara propiedad de la nación las riquezas del subsuelo y narra paso a paso el conflicto de los petroleros con las empresas extranjeras, sin descuidar incluir el punto de vista de éstas.

Sobre la cobertura de la expropiación por los medios yanquis, Hugh Morgan tiene un juicio implacable:

La prensa estadounidense examinó a la presidencia de Lázaro Cárdenas a partir de sus propios prejuicios, y sus informaciones raramente fueron nutridas por el entendimiento de la dinámica de la sociedad mexicana o por el conocimiento de la historia de México. Los periodistas, al no poder apartarse de su chauvinismo, dieron a sus notas un tono hipócrita. Determinaron qué era verdadero desde el punto de vista de sus propios valores culturales, actitudes y creencias preconcebidas, de tal suerte que al escribir sobre los acontecimientos que tuvieron lugar en el cardenismo

necesariamente se referían sólo a aquello que podía interesar a los lectores estadounidenses.

### **La mano que mece la pluma**

Las petroleras respondieron como un animal herido y acorralado. Su primera reacción fue organizarse para una campaña de defensa de sus intereses que rápidamente tuvo como meta provocar una crisis internacional\* en la que Washington no tuviera otra salida que invadir a México para protegerlos campos petroleros que la Standard y El Águila operaban como un Estado dentro de otro. Anderson, el iracundo gerente de La Huasteca, subsidiaria de la Standard en la Faja de Oro, pidió que las empresas resistieran la expropiación e inhabilitaran componentes esenciales de las plantas para impedir que los mexicanos pudieran operarlas”. Para derrocar al Presidente expropiador, en los corporativos de la Standard y de El Águila las esperanzas estaban puestas en el general Saturnino Cedillo, quien desconoció a Cárdenas y condenó la expropiación. Para facilitar este objetivo, además de prensa, radio y rumores, los barones distribuyeron folletos en universidades, clubes, organizaciones sociales y en conferencias con el pie de imprenta de la Standard y títulos tan sugerentes como:

*¿Confiscación o Expropiación?*

*Justicia denegada, protección diplomática, promesas vacías, inversiones y comercio.*

*El fino arte de la exacción.*

*Las expropiaciones mexicanas en el derecho internacional.*

*La respuesta a México.*

*La solución a la confiscación mexicana.*

*Tomaron lo que quisieron.*

---

\* Se integró un “Comité nacional ciudadano sobre México” que se propuso recabar 20 millones de firmas para exigir al Congreso el empleo de la fuerza contra México. En su edición del 3 de septiembre de 1938, la revista *The Nation* revela que a raíz de una investigación periodística, se estableció que un “Committee on Mexican Relations” (Comité de relaciones con México) era un frente de la *Standard Oil* de Nueva Jersey. Es muy probable que se tratara de la misma agrupación.

No menos escandalosos y denigrantes fueron los titulares de algunos prestigiados e influyentes diarios:

*Hitler gobierna México.*

*Pacto secreto revelado.*

*La Doctrina Monroe violada.*

*1,500 oficiales del ejército alemán mandan en el ejército, en las escuelas y en las minas.*

*Arsenales secretos descubiertos.\**

*Un oleoducto a través del Istmo de Tehuantepec para darle a los japoneses una base naval en la costa occidental.*

*Se acusa a Cárdenas de favorecer el dominio nazi en México: Virtualmente convertido en dictador, amolda todas las políticas, crea y destruye ayudas.*

*Al principio favorable a los comunistas, los abandonará después del pacto concertado en una reunión con la delegación italo-nazi-japonesa.*

*Representantes rojos burlados.*

Estas ideas encontraron eco en editoriales publicados en todo Estados Unidos, lo mismo en diarios sensacionalistas que en periódicos y revistas reputados, como el *New York Times*, el *Washington Post*, el *Wall Street Journal* o la revista *Foreign Affairs*. La cadena de Hearst se singularizó por lo virulento y constante de sus ataques a México, como ya antes lo había hecho para azuzar la guerra contra España en territorio cubano. Esta campaña de prensa se replicó en Inglaterra y en países europeos sujetos a la influencia inglesa.

El conflicto azuzó la belicosidad de un Departamento de Estado amamantado en la doctrina del *gran garrote* parida en 1902 por el presidente Theodore Roosevelt. Pero la cordura y el buen juicio prevalecieron. Según el embajador Daniels, en esta guerra de nervios avivada desde las oficinas de las petroleras en Londres y Nueva York, “dos funcionarios públicos conservaron la cabeza mientras muchos otros la perdían a su alrededor: Franklin Roosevelt en la

---

\* Algunas tradiciones de la belicosidad estadounidense en su autoasignado ministerio de policía mundial no se han perdido; compárese esta aseveración con el sentido de la campaña de las “armas de destrucción masiva” previa a la invasión de Irak.

Casa Blanca, autor de la doctrina del *buen vecino*, y Josephus Daniels, el delegado de esa doctrina en la República Mexicana”<sup>+</sup>.

En una conferencia de prensa en su casa de descanso de Warm Springs, Georgia, el 1 de abril de 1938, Roosevelt dejó en claro que su gobierno no emprendería una intervención armada en respuesta a la expropiación petrolera como deseaban los empresarios. Fue, declaró el presidente, *un acto soberano de una nación amiga*. Una vez explicitada esta postura, la campaña de propaganda de las petroleras se ajustó y tuvo como nuevo objetivo mantener una presión constante sobre el su gobierno para obligarle a buscar un arreglo con México basado en las demandas de los petroleros. Según la investigación de Meyer, periodistas profesionales fueron comisionados para viajar a México y escribir reportajes negativos. Aparentemente diarios mexicanos anticardenistas fueron subvencionados. Se editaron folletos en español e inglés que atacaban la validez jurídica, económica y ética de la medida.

La estrategia fue dar una “orientación adecuada” a las noticias sobre el conflicto petrolero. Tal “orientación” se tradujo, en memoria de Jesús Silva Herzog, en una empresa de “inquina inaudita”. México era presentado con los colores más sombríos. “Éramos [escribió] un país de ladrones, nos habíamos robado el petróleo y estábamos incapacitados para pagar los bienes de que nos habíamos apropiado, y no sólo no podíamos pagar, sino que además no queríamos pagar”. La Standard financió por varios años una hoja quincenal gratuita, *Looking at Mexico*, que reproducía todas las noticias aparecidas en la prensa norteamericana o extranjera que comentaban el problema petrolero con México desde un punto de vista favorable a sus intereses y en contra de Cárdenas. Agentes de las empresas cabildaron con los directores de los grandes rotativos norteamericanos para convencerlos de tomar su partido en la campaña contra el expropiador\*.

En la Ciudad de México apareció *El Economista*, publicación auspiciada por los corporativos expropiados, “dirigida seguramente por un mexicano equivocado y de la cual fueron redactores mexicanos equivocados también”, según el indignado parecer de Silva Herzog. Un Instituto de Estudios Económicos y Sociales de México produjo una larga serie de artículos

---

<sup>+</sup> Sobre la simpatía que el Embajador mostraba por Cárdenas y su programa político, derivada de sus raíces liberales, Knight ha hecho la observación de que “sin duda también quería limpiar su conciencia de la mancha de la ocupación de Veracruz” en 1914 cuando estuvo al frente de la Secretaría de la Armada.

\* Lorenzo Meyer dice que William Miller, miembro de la *Cleveland Press*, informó a Daniels que David Henshaw, de la *Standard*, estaba entrevistando a los directores de los principales diarios con tal fin.

en contra de la expropiación y de la política cardenista en general\* que aparecieron en *Hoy*, publicación en la que también tuvieron cabida escritos similares de Luis Cabrera y M. H. Güereña.

La campaña operó en dos niveles. Uno dirigido principalmente a ciudadanos bien o medianamente informados que entenderían el mensaje de los reportajes de *Hoy* o los argumentos de *El Economista* y otro que tuvo en mente al sector popular, analfabeto y desinformado. En ambos casos se buscó explotar la vulnerabilidad social provocada por una economía en crisis y la zozobra a flor de piel por la memoria entonces fresca de la toma de Veracruz, la Revolución, la Decena Trágica y los alzamientos de caudillos o la guerra cristera. El derrumbe de la economía, traducido para unos en fuga de capitales y pérdida de empleos y para otros en mayor precio de frijol, chile y tortillas, un alzamiento para destituir a Cárdenas con la bendición de Washington” o la proximidad de una “revolución bolchevique” eran rumores de todos los días en oficinas y corrillos lo mismo que en plazas, mercados y cantinas. En los atrios y las plazas comenzó a circular una hoja mimeografiada con un “reporte confidencial” de Lombardo Toledano quien advertía a sus cofrades de la CTM “no confiar en la capacidad del *Jefe Stalin* para ayudarnos, ya sea con dinero para *pagar al contado* o con presión para obtener plazos largos en el asunto de la expropiación del petróleo. Pero sí podemos esperar el conseguir que Roosevelt *se constituya en fiador*, en caso de que la Gran Bretaña acepte el plan formulado por el Presidente y *comunicado a Washington* por nuestro embajador”.

En general, la prensa de oposición, financiada o no por las petroleras, insistió en sus consignas de combatir el “comunismo cardenista” traducido en la educación socialista, el reparto de tierras, los ejidos, las huelgas, la militancia *roja* de los líderes obreros –Lombardo Toledano en primerísimo lugar— la *manía* expropiatoria y la solidaridad con las víctimas del fascismo. Cárdenas se vio obligado a responder a la ola de rumores que creaban confusión política, desorientaban al pueblo y auguraban próximas catástrofes, con su consecuente impacto en la economía.

Considero de mi deber pedir a la prensa y, en general a toda empresa de publicidad que, tomando cuenta su alta misión de encauzamiento de la opinión, eliminen la mentira como vehículo de sus propósitos y el escándalo como argumento de sus

---

\* “La deuda de México”, publicó, “es de 8,584,873,000 pesos, en tanto los ingresos ascienden a 350,000,000, de donde se desprende que estamos en bancarrota e impedidos de cumplir con nuestros compromisos”.

actividades; pues siendo el uno factor de amoralidad evidente, y de intemperancia ciega, el otro, no dejan de producir desorientación, desencadenan pasiones y se revuelven en acción contraproducente sobre quienes la ejercitan, descalificando de paso a dos de los órganos más útiles que ha creado el ingenio del hombre para su cultura y unificación: la prensa y el radio.

### **Política exterior y política interior**

La expropiación petrolera de 1938 fue sin duda el episodio cimero en la construcción del nacionalismo mexicano después de la Revolución y uno de los sustentos ideológicos y programáticos del moderno Estado mexicano. En materia de política exterior, redefinió la naturaleza de la relación con Estados Unidos y con Inglaterra e influyó en las determinaciones jurídicas sobre los recursos naturales en los países de América Latina. Fue un paradigma en el sentido de que contuvo casi todos los elementos que después se encontrarían en otras manifestaciones nacionalistas, muchas de las cuales se modelaron más o menos conscientemente en la experiencia mexicana. Al mismo tiempo fue particularmente dramática precisamente por haber sido el primer suceso de esa naturaleza: la expulsión de empresas petroleras extranjeras de un país subdesarrollado en nombre de la soberanía nacional. El ejemplo mexicano facilitó la consumación de expropiaciones en otras latitudes.

En mayo de 1938 Cuba promulgó una ley que reservó al Estado los derechos sobre los recursos minerales, limitó a treinta años las concesiones e impuso una tasa del 10% a la producción; en agosto siguiente Costa Rica intentó nacionalizar los servicios de luz, transporte y telefonía; en Colombia la producción petrolera fue declarada de utilidad pública y por lo tanto sujeta a expropiación; en 1939 Chile organizó un monopolio gubernamental para la distribución y venta de petróleo; en 1941 Ecuador promulgó una ley minera basada en la de México; Brasil nacionalizó la industria petrolera y decretó la propiedad estatal sobre los depósitos de carburo y las refinerías; Uruguay expropió seis refinerías angloamericanas y en 1949 Argentina incorporó preceptos constitucionales nacionalistas en materia de recursos del subsuelo.

Raúl Benítez nos recuerda que el ejemplo mexicano al resto de los países del tercer mundo fue notable en los años de la posguerra. La expropiación de 1938 es el antecedente de la nacionalización del petróleo en Irán en 1949, en Perú en 1968 y en Venezuela en 1976; de las

minas de estaño en Bolivia en 1952; de las empresas fruteras pertenecientes a la United Fruit en Guatemala, de 1951 a 1954; de la nacionalización del Canal de Suez en 1956 en Egipto; de la nacionalización de las empresas mineras de cobre y salitre en 1971 en Chile; y de los tratados que regresaron el Canal de Panamá a la soberanía de aquel país en 1977. En lo que respecta al Canal de Suez, hay testimonios de que a solicitud del gobierno egipcio, el presidente mexicano Adolfo Ruiz Cortines nombró como Embajador a uno de los actores de la expropiación, Alejandro Carrillo Marco, con la misión expresa de compartir con el régimen de Gamal Abdel Nasser aspectos políticos y legales de la expropiación mexicana que pudieran ser útiles para el proceso de la nacionalización del canal.

Un observador extranjero escribió a su gobierno: “Sea lo que sea que los empresarios locales piensen del presidente Cárdenas, su audaz golpe a los principales intereses extranjeros en el país no puede sino ser fuente de gran satisfacción para muchos ciudadanos mexicanos de todas las clases”. Este rasgo del carácter mexicano era tan evidente que ni León Trotsky dejó de percibirlo. Según este dirigente soviético exiliado en México, el sentimiento antiyanqui y antibritánico demostrado por el pueblo mexicano durante el conflicto con los sindicatos petroleros había sido fomentado por agentes alemanes.

Para Randall Pond, la expropiación de las empresas extranjeras propició entre los mexicanos un nivel de unidad no visto “desde la invasión francesa de 1862”. La Iglesia y la Universidad —instituciones que por diferentes razones habían tenido choques con el gobierno de Cárdenas— apoyaron abiertamente la medida en contra de las empresas extranjeras. Se reeditaba lo acontecido en 1916 cuando la “expedición punitiva” del “laureado general” Pershing, según documenta Allen Rosenberg (citado por Aguirre): “Aquello fue la guerra de guerrillas en su máxima expresión. Éramos los invasores extranjeros. Todos estaban en contra nuestra... aunque no estuviesen a favor de Villa”.

Pero el apoyo a la expropiación no fue unánime. Varios caudillos revolucionarios hicieron pública su insatisfacción con la medida, lo mismo que grupos de la clase media y de la intelectualidad. En la revista *Hoy* del 26 de mayo de 1938, Rodolfo Brito Foucher calificó de “terror mexicano” a las políticas del cardenismo. La reacción contraria más radical fue la de Saturnino Cedillo, el hombre fuerte de San Luis Potosí, quien desconoció al gobierno de Cárdenas el 15 de mayo y calificó a la expropiación de acto “antieconómico, antipolítico y antipatriótico”.

La estrategia de movilización del cardenismo, traducida en acciones de propaganda a cargo del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) logró su objetivo interno. Si bien las manifestaciones que siguieron al 18 de marzo y las de los meses siguientes fueron alentadas o abiertamente organizada por el gobierno, la participación popular en ellas fue mucho más allá de cualquier “acarreo” y se convirtieron en una corriente de nacionalismo incondicional que amalgamó a todas las clases sociales y se volcó en un masivo apoyo popular al régimen. Sin duda la expresión más conmovedora fueron las filas de gente del pueblo en ciudades y pueblos y a las puertas del Palacio de las Bellas Artes en la capital de la República para entregar modestas prendas, animales y dinero como óbolo para la causa.

Cárdenas y sus aliados —en particular la Confederación de Trabajadores de México (CTM)— lograron levantar en la sociedad mexicana una ola de entusiasmo y apoyo a la medida expropiatoria como no se había visto en México desde el triunfo de Madero sobre la dictadura de Porfirio Díaz. La concentración organizada por la CTM en apoyo a la nacionalización, el lunes 21 de marzo, fue uno de los momentos culminantes del cardenismo, del nacionalismo y del proceso revolucionario en general. La expropiación fue declarada por Vicente Lombardo Toledano, secretario general de la CTM, como el verdadero principio de la independencia política de México.

El petróleo se había convertido en un símbolo de la dependencia y sometimiento al vecino que en una guerra alevosa había despojado a México de la tercera parte de su territorio. Explotado por manos extranjeras y expoliada aquella riqueza en beneficio del imperio, encarnaba el sojuzgamiento a Estados Unidos. Cuando Lázaro Cárdenas lo expropia en 1938, no había transcurrido aún una generación desde la toma de Veracruz. La resistencia popular al desembarco de *marines* que sin declaración de guerra tomaron el puerto en abril de 1914 y el sacrificio de jóvenes cadetes de la Academia Naval en defensa del suelo patrio, eran historia reciente. La toma del puerto había confirmado que Estados Unidos por todos los medios intentaría imponer su voluntad al pueblo de México.

En el imaginario popular, pues, petróleo y soberanía se hicieron sinónimos sin transición. De nueva cuenta la Patria llamaba a la heroica resistencia contra el invasor yanqui. En 1938, Cárdenas con la expropiación recuperaba el honor y la dignidad nacionales.

## Referencias

- AGUIRRE BOTELLO, Manuel: *Pancho Villa Ataca Columbus, 1916. La expedición punitiva*, <http://www.mexicomaxico.org>, 9 de enero 2010.
- KRAUZE, Enrique: *Lázaro Cárdenas, General misionero*, FCE, México DF, 1984;
- : *Siglo de caudillos*, Tusquets, México DF, 1994;
- : *La presidencia imperial*, Tusquets, México DF, 1997;
- ALEMÁN VALDÉS, Miguel: *La verdad del petróleo en México*, FMA, México DF, 1977;
- ÁLVAREZ DE LA BORDA, Joel: *Crónica del petróleo en México. De 1863 a nuestros días*, Archivo Histórico de PEMEX, México DF, 2006;
- ASHBY, Joe C.: *Organized Labor and the Mexican Revolution Under Lázaro Cárdenas*, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1963;
- BASURTO, Jorge: *El conflicto internacional en torno al petróleo de México, Siglo XXI*, México DF, 1976;
- BENÍTEZ MANAUT, Raúl: “México 1920-1945. La expropiación petrolera y la reinscripción de México al sistema internacional”, en *Historia Crítica*, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Historia, Universidad de Los Andes, no. 4, julio-diciembre, pp. 47-56, Bogotá, 1990.
- BROWN, Jonathan C.: *Oil and Revolution in México*, University of California Press, Berkeley, 1993; CÁRDENAS, Lázaro: *Apuntes*, UNAM, México DF, 1972;
- CÓRDOVA, Arnaldo: *La formación del poder político en México*, ERA, México DF, 1972;
- DANIELS, Josephus: *Shirt – Sleeve Diplomat. Ambassador to Mexico 1933–1942*, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, 1947.
- FAGEN, Richard R.: “An Inescapable Relationship”, *The Wilson Quarterly*, Vol. 3, No. 3, Summer, Washington, D.C., 1979, pp. 142-150.
- GARCÍA ROBLES, Alfonso: La cuestión del petróleo en México y el derecho internacional, conferencia dictada en la “Salle Pulchri Studio”, La Haya, 20 de agosto de 1938.
- GILLY, Adolfo: *El cardenismo, una utopía mexicana*, ERA, México DF, 1994;
- GLUSKER, Susannah Joel: *Anita Brenner. A Mind of Her Own*, University of Texas Press, Austin, 1988, p. 208.
- GOJMAN DE BACKAL, Alicia: La expropiación petrolera vista por la prensa mexicana, norteamericana e inglesa (1936-1940), *Petróleos Mexicanos*, México, 1988.
- GONZÁLEZ Y GONZÁLEZ, Luis: *El cardenismo. Los artifices del cardenismo. Los días del presidente Cárdenas*, El Colegio Nacional, México DF, 2002.
- HARRING, Hubert Clinton: “Cardenas of Mexico”, *Harper’s Monthly Magazine*, October, 1938, vol. 177.
- KENEZ, Peter: *The Birth of the Propaganda State. Soviet Methods of Mass Mobilization*, Cambridge University Press, Cambridge, 1985.
- KLUCKHOHN, Frank L.: *The Mexican Challenge*, Doubleday, Doran & Company, Inc. New York, 1939.
- KNIGHT, Alan: “The Politics of Expropriation”, en BROWN, Jonathan C. & KNIGHT, Allan (editors): *The Mexican Petroleum Industry in the Twentieth Century*, University of Texas Press, Austin, 1992.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, Rafael: Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP). La experiencia del Estado cardenista en políticas estatales de comunicación, 1937 – 1939, tesis de licenciatura (inédita), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2002.
- New York Times, The: 14 de abril de 1938.
- , 30 de marzo de 1938, primera plana, nota principal.

- MEYER, Lorenzo: *México y los Estados Unidos en el conflicto petrolero, 1917 – 1942*, El Colegio de México, México, 1968.
- , (11 de febrero de 2010). “México y sus guerras”. *Reforma*, p. 13.
- MICHAELS, Albert L.: “The Crisis of Cardenismo”, *Journal of Latin American Studies*, Cambridge University Press, Vol. 2, No. 1, mayo, Cambridge, 1970.
- MICHELS, Robert: *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*, Amorrortu, Buenos Aires, 1991.
- MORGAN, Hugh, *The United States Press Coverage of Mexico During the Presidency of Lázaro Cárdenas*, Ph.D. Dissertation, Department of History in the Graduate School, Southern Illinois University, Carbondale, 1984.
- PAZ SALINAS, María Emilia: “La expropiación petrolera y el contexto internacional”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 50, no. 3, jul – sept, pp. 75-96, UNAM, México, 1988.
- Reporte confidencial mandado por V. Lombardo Toledano desde París a los dirigentes de la C.T.M.*, volante mimeografiado fechado el 4 de junio de 1938. Archivo Histórico del Arzobispado Mexicano, fondo Luis Ma. Martínez, caja 39, exp. 31.
- ROOSEVELT, Franklin D.: *The Roosevelt Reader. Press Conferences and Letters (1882-1945)*, Rinehart, New York, 1957.
- SILVA HERZOG, Jesús: *Una vida en la vida de México y Mis últimas andanzas, 1947 - 1972*, Siglo XXI Editores y El Colegio Nacional, México, 1993.
- SIMMONS, Merle E.: “Attitudes Toward the United States Revealed in Mexican Corridos”, *Hispania*, Vol. 36, No. 1, February, 1953.
- Time*, 30 de enero de 1939.
- TROSTKY, León: “La raza de reptiles del *Nation*”, Centro de Estudios, investigaciones y Publicaciones León Trotsky, Instituto del Pensamiento Socialista Karl Marx, Buenos Aires.
- VON MENTZ, Brígida, et. al.: *Los empresarios alemanes, el Tercer Reich y la oposición de derecha a Cárdenas*, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social, México, 1988.
- YERGIN, Daniel: *The Prize. The Epic Quest for Oil, Money and Power*, Touchstone, New York, 1991.
- Washington Post*, *The*: 25 de abril de 1969

### ***Mi reino por treinta barriles de petróleo***

**E**n junio de 1938, tres meses después de la expropiación, comenzó a distribuirse en Estados Unidos, bajo el sello de *The Atlantic*, la revista liberal fundada en 1857 por Ralph Waldo Emerson, Henry Wadsworth Longfellow, James Russell Lowell y Oliver Wendell Holmes, una singular publicación: *The Atlantic Presents. Trouble Below the Border. Why the Mexican Struggle is Important to You*\*.

Singular, no sólo porque fue un número único, sino por que a juicio de personajes de la época, se trató de una de las más extremas muestras de la villanía de la prensa estadounidense a cambio de treinta monedas... en este caso, de treinta barriles de petróleo. Es un ejemplo de abierta deshonestidad periodística perfectamente documentado en la cobertura de la expropiación petrolera en México. En el número “normal” de *The Atlantic* correspondiente a junio de 1938, no hay una sola referencia a la expropiación. Pero en marzo de 1939, quizá como aseo de conciencia o acto de contrición social y sin dar contexto alguno, la revista publica una entrevista con Andrés Molina Enríquez con el título “La defensa de México” que alude a las razones de los mexicanos para nacionalizar el petróleo.

No hay duda alguna de que la Standard Oil financió la edición del panfleto. Además del pie de imprenta, tenemos el testimonio del embajador de los EU en México durante el cardenismo, Josephus Daniels. Un alto funcionario del Departamento de Estado le confió que en 1938 *The Atlantica* travesaba por graves dificultades económicas y Edward Weeks, el noveno editor de la revista, negoció con la Standard Oil la edición de un folleto que sirviera a los propósitos de propaganda de la petrolera.

Otra revista liberal, *The Nation* (que acusó a la prensa de su país de cubrir la expropiación “con la misma eficacia de un Estado totalitario”), analizó el caso de *The Atlantic Presents...* y descubrió: uno, que ese impreso no fue enviado a los suscriptores normales de la revista; y dos, que se utilizaron para su distribución las listas de correos de un “Comité de relaciones mexicanas”, agrupación supuestamente ciudadana que en realidad funcionaba como un frente de

---

\* *The Atlantic presenta. Problemas bajo la frontera. ¿Por qué el conflicto en México es importante para usted?*

propaganda de la Standard Oil. *The Nation* contactó a *The Atlantic Monthly*, empresa editora del panfleto:

Cuando hablamos por teléfono a Boston con Donald Snyder, del *Atlantic Monthly*, aceptó desde luego que el suplemento había sido vendido en lote a “numerosas organizaciones gremiales”. Dijo no recordar si entre estas figuraban las compañías petroleras, aunque no descartó tal posibilidad. Así, una publicación que se presenta como fuente de información indispensable sobre la crisis mexicana depende principalmente de la buena voluntad del más activo enemigo de México.

Sólo *The Nation* se refirió tan directamente a la vileza del *Atlantic Monthly*, y aunque otras publicaciones tomaron nota, no hubo esfuerzos adicionales para ahondar en el asunto. Más de siete décadas después, *The Atlantic Monthly* no ha logrado superar esa mancha en su reputación ni la culpa correspondiente. Para este trabajo busqué a los actuales directivos de la revista. Una vocera primero negó la existencia del suplemento. Después aseguró que nada parecido se encontraba en el archivo histórico. Pero confrontada con una copia de la portada del folleto, respondió lacónicamente que era política de la empresa “no comentar lo publicado” por sus predecesores editoriales. No hay duda, pues, de que tal como como dijo en su momento el embajador Daniels, *The Atlantic* arrendó su nombre a la Standard Oil y, digo yo, prostituyó su prestigio.

Es interesante el juicio de Daniels sobre el asunto. Sin sutilezas diplomáticas deja traslucir su indignación por este suceso en el que la revista perdió la virtud.

Lo más bajo a que llegó la propaganda en contra de las políticas [de México] y de sus funcionarios fue la de la revista *Atlantic Monthly*, una de mis favoritas a lo largo de mi vida hasta que se degradó entregándose a los intereses petroleros. Cayó de las alturas al más profundo abismo y se ganó el desprecio de todos quienes vieron que una revista que durante mucho tiempo gozó de la confianza popular había perdido la decencia, como lo fue, cuando abrazó la campaña de las compañías de petróleo que deseaban que Estados Unidos le declarara la guerra a México.

En términos semejantes se expresa Jesús Silva Herzog, para quien la publicación trataba de crear una psicosis en el pueblo estadounidense a fin de que apoyara a las petroleras en su campaña para la invasión de México.

Como los gatos, *The Atlantic* echó arena para tapar su vergüenza y nunca se refirió públicamente al episodio que denigró los ideales establecidos por sus fundadores el 5 y 6 de mayo de 1857 en la Casa Parker de Boston: “una publicación de ideas, ajena a toda camarilla o partido”. En julio de 1957, con motivo del primer centenario de la revista, en un libro conmemorativo, Edward Weeks redactó una presentación en donde después de un repaso histórico, establece que la meta desde un principio “fue llegar a gente pensante y enriquecerla o potenciar su intelecto”. Admite que en algunos terrenos han sobresalido y en otros no, “como el de las relaciones laborales, quizá porque no hemos logrado persuadir a los dirigentes sindicales tomarnos en su confianza”. Evidentemente al sector obrero no, pero por lo visto con los grandes monopolios la revista estaba a partir un piñón.

En tal escenario, es de suponerse que el objetivo de la Standard Oil, patrocinadora del panfleto, era calar en el ánimo de las clases media y media alta que vivían en la secuela de la crisis de 1929 mientras “debajo de la frontera” unas tribus revoltosas despilfarraban tierra, minería, ferrocarriles, petróleo y otras riquezas construidas con el trabajo e inversión de los estadounidenses. Se buscaba, con esta y otras acciones de propaganda negra, detonar una movilización de opinión pública que influyera en el gobierno de Washington en contra de México.

*The Atlantic Presents...* es una revista de 64 páginas tamaño carta, con pie de imprenta de *The Atlantic Monthly Company*, 10 Ferry Street, Concord, New Hampshire. El registro la identifica como volumen 1, número 1, como si fuese un nuevo producto de la casa editorial, quizá el primero de una serie de suplementos dedicados a temas coyunturales de interés, pero fue una edición única, con precio de portada de 25 centavos, equivalente al salario mínimo de una hora establecido por el gobierno de Roosevelt: queda claro que no era una publicación destinada a las clases populares.

En la portada, sobre un fondo rojo y con un título de gran puntaje que exclama “Problemas abajo de la frontera”, aparece la fotografía de un anciano campesino mexicano, imagen de pobreza y desesperanza, “cortesía de la Oficina de Turismo del Gobierno de México” mientras una cabeza secundaria anuncia “información indispensable sobre la crisis

latinoamericana” y seis *balazos* dan cuenta de la temática interior: 1) tierra, 2) minería, 3) ferrocarriles, 4) petróleo, 5) utilidades y 6) inversiones, todo calculado para justificar la amenaza de un *peligro mexicano* que podría tener nefastas consecuencias para la vida de por sí difícil de los estadounidenses.

Desde la portada queda clara la intención. En primer lugar la cabeza principal utiliza el término “below” (abajo), no el “across” (a través) o el “beyond” (más allá). “Below” sugiere que los problemas tienen lugar en una zona inferior, un inframundo, una reserva territorial. No habla de una nación soberana sino de un “patio inferior” en donde nativos revoltosos amenazaban el bienestar de la casa grande. Hay naciones superiores y las hay inferiores. Es decir, los problemas “abajo” eran una amenaza potencial para el individuo que en esos momentos tenía la revista en sus manos.

En su contenido, *The Atlantic Presents...*, ofrece una colección de artículos y cartones recopilados de diversas publicaciones (ausentes las “grandes” firmas de la casa, *of course*) con un mensaje común: los mexicanos son traicioneros, ladrones, despilfarradores, ingratos, desleales, tontos y *negros*\*. Su capacidad de razonamiento es inferior a la de otras razas por la dieta de maíz con la que históricamente se han alimentado. La flojera e indolencia son características de la raza. Es una marabunta incapaz de gobernarse a sí misma que debe ser colocada bajo la tutela de un pueblo superior. México como país carece de credibilidad. No tiene ni los recursos ni la voluntad para pagar los bienes petroleros que robó bajo el disfraz de una “expropiación”.

De los 38 artículos, 19 son resúmenes o reproducciones de textos aparecidos en otras publicaciones mexicanas y estadounidenses, folletos, libros y memorias de congresos. Los 19 restantes no indican si son reproducciones o comisionados para la publicación. Abre la revista con un belicoso editorial justificativo:

Las tensiones han llegado a un punto de crisis en México, en donde la expropiación de bienes extranjeros pasó por ferrocarriles y tierras de cultivo para después abalanzarse sobre propiedades petroleras británicas, holandesas y estadounidenses sin el pago correspondiente. La revolución social iniciada en ese país hace más de

---

\* Representar a los mexicanos como *negros* es evidencia de la mentalidad racista estadounidense, hoy llevada a la cúspide por Donald Trump: toda persona de piel oscura pertenece a una raza inferior que debe ser tutelada por la superior, es decir, la blanca.

veinte años ha sido ocasionalmente atemperada pero nunca totalmente apagada; bajo el presidente Cárdenas su llama arde con creciente vigor. Si no es atajada es probable que consumirá todas las inversiones extranjeras importantes y se propalará al sur hacia otros países que, como México, son relativamente pobres y se encuentran endeudados.

Enseguida se presenta un decálogo de los “principios establecidos por el Departamento de Estado” que debieran normar las relaciones con “el siempre turbulento vecino”... mismos que México habría violado sistemáticamente. Después de esta amonestación cuasi bíblica, los artículos hablan de cómo México ha despilfarrado las riquezas que la naturaleza le otorgó, de la imparable crisis que lo ahoga, de los problemas que frenan el cultivo de la caña, de la revolución traicionada, de las causas del retraso de México, de la miseria y desgracia de los sin tierra, del deterioro de los ferrocarriles, de la ilegalidad de la expropiación, de la incapacidad congénita para construir una industria petrolera medianamente eficiente, del crimen rampante en las provincias (*sic*), del deterioro social después de la expropiación, de la inconformidad e inquietud en las filas del ejército mexicano, de la nula voluntad mexicana para pagar sus deudas, de los crecientes problemas en la minería, del avance del comunismo, del fracaso del turismo y, en fin, del camino al despeñadero por el que conducía a ese pobre país el gobierno totalitario y procomunista que los mexicanos tenían la desgracia de sufrir.

*The Atlantic Presents...* es una herramienta de propaganda diseñada para llevar a los grupos más politizados de la opinión pública —con datos y testimonios apoyados en organizaciones informativas de prestigio como el *New York Times*— la idea de que al sur de la frontera las condiciones políticas, económicas y sociales estaban en un agudo deterioro a consecuencia de la *confiscación* —desleal además de indebida e ilegal— de una industria que demostrablemente había contribuido a la prosperidad del país en el que estuvo trabajando durante muchos años y que además llegó *invitada* a México. A esto añádase el sello de la casa editorial, *The Atlantic*, que era, como se ha dicho, una publicación que gozaba de amplio respeto, incluso entre sectores que no necesariamente coincidían con su línea editorial.

Unos ejemplos. El artículo titulado “Antecedentes de la revolución”, donde en seis párrafos se asegura que son las condiciones de inferioridad racial nativa frente a la superioridad blanca y criolla las causales de la *sedición*, está firmado por un maestro de francés y español del City College de Nueva York. En el siguiente, “Por qué México es un país retrasado”, el

contribuyente es “un ciudadano mexicano que vive en México, cuyo nombre se reserva por razones de seguridad” (sic), quien asegura que “el hecho de que un indio entre diez millones resulte un individuo de valía”, difícilmente permite postular a los pobladores originales como civilizados, ya que las características dominantes de la población indígena son “la ignorancia, la flojera y la indiferencia”. Tradúzcase “indio entre diez millones” como “Benito Juárez”.

Un artículo central es “El terror mexicano”, de Rodolfo Brito Foucher, tomado de la edición de la revista *Hoy* del 26 de mayo de 1938, en donde el ex Rector de la Universidad Nacional advierte que es difícil darse cuenta a primera vista que la democracia mexicana es apenas un disfraz para ocultar la desnudez de la dictadura.

En los textos no faltan las comparaciones: frente a los errores mexicanos, los ejemplos de Venezuela y Colombia, naciones prósperas gracias a su apego a la ley, miran con inquietud la posibilidad de que el cáncer mexicano contamine la felicidad de sus pueblos.

Como colofón de tal panorama latinoamericano, en su “conclusión” de la página 64, la revista se jacta de haber proporcionado el contexto y predicho algunas de las catástrofes de la situación a la que se alude en la “dura” nota del 21 de julio de 1938, enviada por el secretario de Estado, Hull, al gobierno de México con motivo de la expropiación, misma que si bien se refiere principalmente a la expropiación de tierras, expone principios “igualmente aplicables a la confiscación de bienes petroleros y de otra naturaleza”. Este “gran documento de Estado”, a juicio de la publicación, reafirma los principios que el Departamento de Estado ha mantenido con “histórica continuidad”.

En el último párrafo de las “conclusiones” se reafirma la certeza de las empresas de que el gobierno de México daría marcha atrás a la expropiación.

[...] la promesa de compensación futura de parte de países que evidentemente no pueden pagar no puede ser aceptada como equivalente a valiosas y tangibles propiedades actuales. Una indemnización que no se puede materializar no es una compensación justa a cambio de *propiedades que todavía pueden ser físicamente devueltas a sus legítimos dueños*. Las indemnizaciones arbitrarias, por muy generosas que sean, por sí mismas no darán lugar a las relaciones ideales y productivas que debieran existir a lo largo de América Latina. Y es hacia esa meta que *los estadistas, los educadores y la prensa de todo el hemisferio occidental deben*

*avanzar sin cortapisas para lograr el fin de que las Américas puedan prosperar unidas\**.

## **México en el banquillo de los acusados**

Un año después, a mediados de 1939, apareció el libro *Mexico at the Bar of Public Opinion. A Survey of Editorial Opinions of Newspapers in the Western Hemisphere*<sup>+</sup>, también diseñado para azuzar y reforzar los prejuicios de un público que sin duda vería con preocupación cómo México navegaba “hacia el comunismo” bajo la conducción del general Cárdenas. Su propósito fue potenciar la exigencia de una acción “decidida” de Washington para meter en cintura a quienes se habían “robado” las empresas petroleras yanquis en marzo de 1938. El autor, Burt M. McConnell, fue integrante de la dirección de la revista *Literary Digest* durante diez años, de 1919 a 1929\*\*.

*México ante el tribunal de la opinión pública* es un libro de 320 páginas. Contiene una compilación comentada de las posturas editoriales sobre la expropiación petrolera tomada de 258 periódicos de 45 estados de los EU y el Distrito de Columbia (no se incluyeron Arkansas, Hawaii, Nevada, Dakota del Norte y Wyoming), y de 13 periódicos de seis países del continente, incluyendo a México. Cita además 18 revistas y nueve agencias cablegráficas. Esta enorme empresa —que incluso para las actuales técnicas de análisis y las modernas herramientas de cómputo se antoja formidable\*— no pudo haber sido emprendida sin recursos económicos como sólo podrían proporcionar organizaciones o con “bolsillos muy profundos” o con “gruesas chequeras”, por citar a Silva Herzog.

La publicación sólo incluye editoriales que coinciden con el punto de vista de los magnates del oro negro -nada de opiniones de los *Commonweal* o de los *The Nation*- y sin recato se presenta como portador del sentir “verdadero” de la opinión pública hacia México. En el clima xenófobo de aquel Estados Unidos, esto no debió pasar desapercibido en la Casa Blanca, en el Pentágono, en el Departamento de Estado y en el Tesoro. McConnell asegura que las opiniones

---

\* Cursivas más.

<sup>+</sup> *México ante el tribunal de la opinión pública. Una encuesta de opiniones editoriales en periódicos del hemisferio occidental.*

<sup>\*\*</sup> El *Editorial Digest* fue una de las más influyentes publicaciones de la época, con más de dos millones de suscriptores —cifra astronómica si recordamos que el país atravesaba por la crisis que desembocó en la gran depresión— y circulación en miles de escuelas primarias en donde era material didáctico para acercar a los niños a la cultura de la información. Fue en el *Editorial Digest* donde nacieron las encuestas de opinión pública.

\* En 1938 se publicaban 13,220 periódicos en los estados y territorios de Estados Unidos.

recogidas son las “observaciones independientes y no prejuiciadas” de periodistas profesionales. Y sugiere que si la experiencia del pasado tiene algún significado, “estas críticas editoriales sin sombra de duda señalan el derrotero que nuestro gobierno deberá tomar para resolver sus problemas con México”. ¿A qué se refería McConnell? No se requieren poderes adivinatorios para llegar a la única conclusión posible: la ocupación de Veracruz en abril de 1914.

McConnell enfatiza la importancia de un estudio social y político basado en la revisión y compendio de fuentes editoriales, ya que México, al confiscar propiedades estadounidenses, “afectó a los accionistas de 1,750 empresas que tienen inversiones directas por cinco mil millones de dólares [de 1938] en América Latina, y que se ven en apuros por el peligro de que el nefando ejemplo de México cunda entre otros países”<sup>\*</sup>.

A manera de aval profesional y ético, el autor arranca con dos citas. La primera, del presidente de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, dice: “Los editoriales periodísticos no sólo reflejan la opinión pública; también la moldean”. La segunda, de la nota dirigida al gobierno de Cárdenas por el secretario de Estado, Cordell Hull: “El apoderarse de propiedades sin compensación no es expropiación; es confiscación”<sup>\*</sup>.

El libro se divide en once capítulos con cinco apéndices e incluye 40 cartones referidos todos a la *confiscación* de la industria petrolera gringa.

Se presenta al inicio de cada capítulo un argumento central y a continuación se enriquece y adiciona con las opiniones de articulistas, editorialistas, columnistas y opinadores para convencer que algo turbio ocurría en el país del sur y llegar a la conclusión de que el uso de la fuerza para recuperar las propiedades expropiadas era un camino aceptable y quizá necesario.

Escribe McConnell en la presentación: “Hace una generación, el decreto [confiscatorio] habría significado un claro llamado a la guerra. Tal era el estado de ánimo mundial en aquella época, que aun cuando Estados Unidos no hubiese querido intervenir, la presión británica habría sido tan intensa que los EU hubiesen debido actuar para hacer valer la Doctrina Monroe”. Y a continuación una cita textual del *Tribune* de South Bend, Indiana: “Mas [hoy] el gobierno de

---

\* En muchas piezas de propaganda examinadas se repite la idea del ejemplo “nefando” y “peligroso” que México dio al mundo con la expropiación. Como se apunta en otro apartado, este fue el verdadero eje del conflicto, y no el diferendo económico con los sindicatos.

\* Esta “nota diplomática” también es citada por *The Atlantic Presents*, pues ambas publicaciones fueron diseñadas por el mismo grupo de propagandistas al servicio de la Standard Oil.

Roosevelt, a juzgar por su política doméstica de años recientes, aparentemente no está dispuesto a exponerse a problemas en este terreno”.

El libro está ilustrado con cartones en donde se atacan las políticas cardenistas y se ridiculiza a la persona del presidente. Hay una selección para transmitir al lector la sensación de que el mandatario mexicano era un “indio” inculto, abusivo e irresponsable, lo mismo que sus compatriotas. El cartón de la página 253 es ilustrativo. Titulado con un juego de palabras, *The Monkey Wrench Thrower*, que lo mismo puede traducirse como “El lanzador de llaves Stillson”, que “El simio lanzador de llaves Stillson”\*, se presenta a un rubicundo Cárdenas enfundado en un traje entre charro y español\*\*, trepado en lo alto de una torre petrolera de la que cuelga un letrero con la leyenda: “Propiedades confiscadas al ‘buen vecino USA’. 1938” y sostenida por el General una bolsa etiquetada “Saco de robos mexicanos ‘Buen vecino’”. Con ademán simiesco, Cárdenas arroja una *Stillson* con la inscripción “políticas ilegales” hacia la Conferencia de Lima, con la intención de reventar ese encuentro panamericano.

El libro se presenta como un estudio de gran rigor y ciertamente la amplitud de la muestra y el perfil profesional del autor le dan ese tono. Pero no tarda en aparecer la cola del felino agazapado tras la autoría: en la cuarta línea del segundo párrafo de la presentación, McConnell\* candorosa -o cínicamente- revela que acudió en busca de ayuda a la Standard Oil y que esta financió el proyecto. En la página legal se lee: *Copyright, 1939, by Standard Oil Company (N. J.)*.

## **La voz del amo**

La Standard Oil utilizó su revista *The Lamp* como otro ariete en la campaña antimexicana o, para ser precisos, *anticardenista*. Hemos visto ya que el embajador Daniels no era ningún amigo de la Standard. En su opinión *The Lamp* era un órgano de propaganda para inflamar el odio antimexicano y obligar al Tío Sam a mandar a sus *marines* al sur de la frontera y no precisamente de vacaciones. No se limitó a propagar pestes sobre la expropiación, recuerda en sus memorias

---

\* Aunque en castellano el nombre técnico es “llave grifa”, en México una denominación popular es “Stillson”.

\*\* En varios cartones la indumentaria mexicana es presentada así, pienso que no por malicia editorial, sino por la ignorancia que en términos generales los gringos tienen de lo mexicano.

\* He aquí a un personaje interesante y un tanto misterioso. Además de su paso por el *Literary Digest*, fue coautor de un libro ilustrado sobre la Casa Blanca y de narraciones cortas de aviación y aventuras en revistas de la época (*The American Museum Journal*, *The Saturday Evening Post*, *Air Stories* y *Northwest Romances*). En 1915, según una nota del *New York Times*, era secretario del famoso escritor y explorador ártico canadiense de ascendencia islándica Vilhjámur Stefánsson.

don Josephus; también perfeccionó el arte de inflar cualquier incidente que manchara la imagen de México y contribuyera a atemorizar a posibles inversionistas e incesantemente pidió a Washington suspender las compras de plata para quebrar al tesoro mexicano.

A lo largo de las ediciones de la revista posteriores a la expropiación se afirma que la Standard Oil actuó siempre dentro de la legalidad y legitimidad, mientras que el gobierno de México violentó no sólo los principios del derecho internacional, sino incluso sus propias leyes. En los números revisados los adjetivos más frecuentes para calificar a la expropiación son “confiscatorio” y “socializante”.

El número de abril 1938, a un mes de la expropiación, abre con un editorial titulado “The Mexican Seizure”\*. Da un repaso a la historia de la industria petrolera yanqui y británica en México, desarrollada “por invitación del gobierno de aquel país”. Asegura que los salarios y prestaciones de la industria eran los más altos de México. Denuncia la hostilidad del cardenismo, que favoreció las huelgas y avaló las *desmedidas* demandas de los trabajadores que llevaron al conflicto que desembocó en la ilegal expropiación de las instalaciones mexicanas de la Standard Oil. Consigna la secuencia de hechos que llevaron a declarar una expropiación contraria tanto a la Constitución como a la jurisprudencia mexicana, y censura que el gobierno de México ignorara el principio de derecho internacional que obliga al pago justo y oportuno de los bienes que se expropian por interés público. Anuncia que la Standard, lo mismo que todas las demás empresas expropiadas, agotaría todos los recursos legales “para defenderlos derechos de sus accionistas”.

En el mismo número de abril de 1938, la revista incluye un análisis de la confrontación que un año antes, en marzo de 1937, había llevado al gobierno de Bolivia a expropiar las instalaciones de la Standard en aquel país: en Madison Square Garden juraban que había sido el ejemplo seguido por Cárdenas.

En el siguiente número, cuando habían transcurrido tres meses y medio de la expropiación sin solución a la vista, *The Lamp* informa a sus lectores que habían quedado al descubierto las intenciones del “pequeño grupo radical” que llevó a México a su triste estado actual, para lo cual fue necesario que el presidente Cárdenas aplacara la indignación pública sobre la forma arbitraria de la confiscación. Las compañías, dice el folleto, fueron condenadas en

---

\* La confiscación mexicana. “Seizure”, “confiscación” en una de sus acepciones, será el adjetivo favorito para referirse a la expropiación.

radio y televisión y se promovió la aparición del fantasma del “imperialismo extranjero”. Esto, añade la publicación, muy probablemente fue una hábil estratagema del cardenismo para concitar apoyo al gobierno.

En el mismo artículo la compañía expresa que sus propiedades fueron confiscadas ilegal e irrazonablemente en violación de la ley y la Constitución mexicanas, y aunque no pone en duda el derecho del gobierno a expropiar conforme a su propia jurisprudencia, en el caso mexicano, dice, se trató de una confiscación.

Un año y cinco meses después de la expropiación, cuando hasta los gerentes de la Standard habían perdido la esperanza de ver a los *marines* de regreso en *The Halls of Montezuma*\* (sic), el diferendo se había trasladado al terreno legal y político. En el número de agosto de 1939, para que los lectores comprendieran “la falta de sustento del reclamo del gobierno mexicano de que los productos del subsuelo en las propiedades de las empresas petroleras pertenecen a la nación”, *The Lamp* da un repaso a la historia de la adquisición de las concesiones petroleras y de los bienes territoriales asociados y llega a la conclusión de que, conforme al propio derecho mexicano, la expropiación fue ilegal, “ya que todas las propiedades fueron adquiridas cuando había previsiones estatutarias del derecho mexicano que daban a los dueños de los terrenos la propiedad exclusiva de todos los depósitos minerales, incluyendo el petróleo, según quedó establecido en los códigos mineros de 1884 y 1909”. Adicionalmente, frente a lo dispuesto en el Artículo 27 de la Constitución de 1917, que revirtió a la nación la propiedad de los bienes del subsuelo, cita lo dispuesto en el Artículo 14 de la Carta Magna que prohíbe la retroactividad de las leyes.

El artículo de *The Lamp* se cuida de cualquier alusión a las circunstancias en que la empresa entró en posesión de las concesiones, cuando el gobierno de Porfirio Díaz modificó la legislación para favorecer a las petroleras. Tampoco se podría esperar que informara a sus lectores sobre la extraterritorialidad en que operaron hasta mediados de los años treinta. Y ni una palabra sobre los fraudes al fisco y los abusos a los trabajadores locales. Herring sí lo dice: “Las petroleras estadounidenses, que pagaban jornales mínimos de cinco dólares la hora en los campos de Pennsylvania y Texas, estaban encantadas con los salarios de cincuenta centavos en los pozos de Tampico. Las mineras extraían plata también con mano de obra de cincuenta

---

\* *El palacio de Moctezuma*, letra del himno del cuerpo de *marines* que alude a la guerra con México entre 1846-48.

centavos. Las textileras hilaban tela con operadores de diez centavos. Los sindicatos eran brutalmente reprimidos, las jornadas eran largas y las condiciones de trabajo intolerables”.

Con malicia jurídica, *The Lamp* intenta convencer a sus lectores de que las empresas fueron despojadas ilegalmente. Desde luego nunca habla del fondo legal de la expropiación: el desacato de las empresas a una decisión de la Suprema Corte de Justicia mexicana. Se trataba de azuzar a los lectores para presionar a su gobierno en contra del vecino del sur. Pero una vez que las empresas vieron que poco o nada lograban con sus campañas de propaganda negra, recurrieron a la estrategia de intentar quebrar la economía mexicana.

### **De rojos, nazis y precipicios comunistas**

Del 23 al 28 de mayo de 1940, el *Daily News*<sup>\*</sup>, un tabloide neoyorquino inspirado en el amarillista *Daily Mirror* de Londres, publicó una serie sobre México firmada por su enviado especial Hal Burton, un periodista muy conocido, alguna vez candidato al Pulitzer, más reaccionario que James Polk y más antimexicano que Jack London y Frank Kluckhohn juntos<sup>+</sup>. Recorrió en auto, tren y avión ocho mil kilómetros en México durante cinco semanas y después de tan exhaustiva inspección llegó a la conclusión de que la nave mexicana iba a pique, condenada al naufragio por una revolución derechista a la vuelta de la esquina, por el trabajo de los quintacolumnistas, por la fuga de capitales, por el creciente desasosiego de la población urbana y rural o por todo esto al mismo tiempo.

Pardeaba el régimen cardenista y la elección presidencial se anticipaba reñida, pero las petroleras no perdían la esperanza de doblegar al gobierno de México y recuperar no tanto sus bienes como el prestigio perdido en la expropiación. Tenían esperanza de que llegara un nuevo presidente proclive al capitalismo y los intereses extranjeros que Cárdenas había demostrado despreciar. En este contexto, los artículos de Burton fechados en la Ciudad de México, en Tampico, en Orizaba y en Mérida, están escritos para que el *gringo* medio tuviese la sensación de que en un mundo de alta peligrosidad, “en donde Europa está en llamas a nuestro Este y Asia está en llamas a nuestro Oriente”, crecía el peligro de una deflagración al sur de la frontera.

---

<sup>\*</sup> Quinto diario en tiraje en Estados Unidos, con un tiraje de 632, 595 ejemplares en junio de 2009.

<sup>+</sup> N del E: e igual de ignorante que Trump.

La serie fue reimpressa en un suplemento sin pie de imprenta, sobre papel periódico y en el tamaño tabloide original, para ser distribuida masivamente como parte de la ofensiva de propaganda de las petroleras contra el gobierno de México\*, posiblemente en abono del propósito de revocar el dictado de Washington de que las petroleras litigaran en los tribunales del país expropiador y no esperaran acciones armadas. Salvo la Sinclair y la City Services, las corporaciones más grandes se mantenían en el no diálogo y no negociación, postura que finalmente sería repensada a mediados de los años cuarenta.

Los artículos de la serie van *in crescendo* a partir del jueves 23 de mayo, cuando desde la ciudad de México, Burton escribe que a nuestro país se le ve maduro para una insurrección derechista:

Sus 20 millones de habitantes esperan inquietos la señal. Una señal del Tío Sam después de las elecciones presidenciales del 7 de julio y el gobierno izquierdista del presidente Lázaro Cárdenas, expropiador de propiedades estadounidenses y británicas con valor de 450 millones de dólares, se enfrentará a un golpe de Estado.

Burton entrevistó al general Juan Andrew Almazán, candidato presidencial de la derecha, quien le dijo que el ejército debía garantizar las elecciones, pero que de darse un fraude, “el pueblo sabrá cómo responder”. En opinión del periodista, este candidato -quien le confió su parecer de que México debía permanecer leal a Estados Unidos y que esta nación debía ser amiga y protectora de México- es quien podría enfrentar “a los rojos y a los nazis”.

El viernes 24, también desde la capital de la República, Burton reportó que la quinta columna mexicana cerraba filas y comenzaba a volver la vista al norte. “Alemania tiene en tierra mexicana a 200 muy activos agentes, más que durante la [primera] guerra mundial, cuando Carranza mantuvo una dudosa neutralidad”, escribe. “Rusia también está activa entre bambalinas. Los comunistas vernáculos y compañeros de viaje son sus recaderos. Algunos de los agentes españoles antifranquistas se encargan de las demás tareas, mientras Japón se mantiene al margen, distribuyendo discretos donativos en la forma de ‘inversiones’”.

En la entrega del sábado 25 fechada en Tampico, Burton encuentra que México ha descubierto que la confiscación petrolera fue un gigantesco fracaso. “La operación

---

\* No es posible determinar hoy el volumen del tiro ni el patrón de distribución, ya que la edición carece de cualquier dato que pudiera ubicar los talleres de impresión, pero su localización en Texas sugiere una circulación geográficamente amplia.

gubernamental de los 450 millones de dólares en pozos y refinerías expropiados a empresas estadounidenses, británicas y holandesas ha fracasado. De mala gana, pero finalmente, el país se enfrenta a esta realidad”.

Y el lunes 27 (el periódico no se publica los domingos), Burton notifica desde Orizaba que los capitales de inversión huyen del puño de hierro del sindicalismo mexicano.

El ganso de los huevos de oro se fríe en el sartén de los trabajadores en México. Inversiones extranjeras que alguna vez llegaron a los 2,500 millones de dólares se han reducido a la mitad mientras un millón de desarrapados se impone a jueces timoratos y a un Presidente condescendiente.

El martes 28, Burton termina su serie con un reportaje fechado en Mérida en donde da la noticia de que los peones mexicanos por fin descubrieron que Cárdenas no es *Santa Claus*: “El peón mexicano ha sido emancipado al estilo soviético. Antes trabajaba en una hacienda y recibía sueldos de hambre. Hoy trabaja para el gobierno y frecuentemente no recibe salario”.

Para disipar cualquier duda sobre la “objetividad” con la que el *Daily News* reportó sobre la situación de México, el sábado 25 de mayo publicó un editorial con el título “El misterio mexicano” en donde primero expresa su desconcierto por la política de mano blanda -o la ausencia de política- con la que el gobierno del *New Deal* trataba a México, país al que toleraba la venta de petróleo a las naciones del Eje y al que subsidiaba con la compra de plata a precio inflado no obstante haber confiscado propiedades estadounidenses. Zorrunamente, el diario se hace eco de rumores “seguramente infundados” pero que por ahí circulaban, de que el trato de *súper buen vecino* dispensado a México formaba parte de un pago de facturas de campaña por la aportación de medio millón de dólares del sindicato minero a la campaña de Roosevelt en 1936 acordado por el dirigente John L. Lewis “quien es muy cercano al dirigente obrero mexicano Vicente Lombardo Toledano”.

“México [cierra el editorial] ya se encuentra en el precipicio del comunismo total, gracias a que su gobierno ha tomado muchas enseñanzas de su huésped de honor León Trotsky [...] Y es de imaginar que México pueda ser utilizado como una plataforma de lanzamiento de una invasión a Estados Unidos”.

## **Un *chamaco* llamado Lázaro**

**L**ázaro Cárdenas del Río nació en 1895 en Jiquilpan, Michoacán. En la historia de México, su vida se extiende desde la muerte de Salvador de Iturbide y Marzán, a lo largo de la guerra civil, los regímenes posrevolucionarios, la contrarrevolución y la consolidación del moderno Estado mexicano. Pertenece a una extraordinaria época de la historia de México, que tiene en su nómina nombres como los de Calles, Obregón, Zapata, Villa, Alvarado, Ángeles, Vasconcelos, Caso, Siqueiros y muchos más que habrían sido gigantes en cualquier circunstancia. Una época de grandes cambios y de grandes hombres cuyo sendero lleva del México semifeudal hacia el México moderno.

Fue el tercero de los ocho hijos de Felicitas del Río Amezcua y Dámaso Cárdenas Pinedo, un comerciante de talante bohemio conocido por sus tertulias y su carácter generoso. El niño Lázaro estudió hasta el cuarto año de primaria en la escuela local con un maestro que le inculcó el amor al campo y a la patria y el respeto por los demás sin distinción de credo o raza. A los 13 años se colocó como meritorio en la oficina de Rentas del pueblo y simultáneamente como aprendiz en una imprenta.

Si infancia es destino, Jiquilpan fue el molde de la conducta que lo distinguiría como militar y como político. En ese caserío misérrimo como la mayoría de los pueblos de aquel México rural, tuvo su aprendizaje de vida y nunca olvidó sus orígenes: las calles de tierra, las casas de adobe, la falta de agua, la ausencia de escuelas y de servicios médicos. Ya presidente recordó en una entrevista que su padre, “a diferencia del 97.3 por ciento de los hombres sin tierra bajo Díaz”, poseía una minúscula y rocosa parcela de maíz y un caballo. ¿Está aquí la raíz de su cercanía con los desposeídos, su fe en el ejido, su respeto por la vida? Sin duda.

Cárdenas fue un hombre genial y primitivo\* cuya vida pública estuvo montada, según la aguda observación de Cosío Villegas, “no sobre el diamante de la inteligencia, sino en el macizo pilote del instinto”. Supo convertirse, “por instinto, por convicción, pero asimismo por habilidad

---

\* Uso este adjetivo en el sentido de primero en su línea, o que no tiene ni toma origen de otra cosa.

política”, en la “conciencia de la Revolución Mexicana” y durante los 30 años posteriores a su salida del poder su prestigio fue en ascenso. “Desde cualquier ángulo que se le vea, Cárdenas es una criatura de la Revolución Mexicana, ideológica y políticamente” (Córdova, 1974).

Dos décadas después de dejar la Presidencia de la República, en 1961, Cárdenas rememoraría con García Cantú:

Yo no estuve en ninguna universidad. Cursé hasta el cuarto año de la escuela primaria en Jiquilpan. Pero mi aprendizaje lo realicé en la universidad del campo mexicano. Mi espíritu se templó en las enseñanzas que recibí del pueblo.

Desde joven llamaba la atención por su carácter reservado y meditativo\* bajo el cual albergaba grandes esperanzas. En un diario iniciado a mediados de 1911 consignó: “Creo que para algo nací [...] Vivo siempre fijo en la idea de que he de conquistar fama. ¿De qué modo? No lo sé”. En 1913 inicia su vida militar al lado del general Guillermo García Aragón como escribiente de su estado mayor. Como soldado es de convicciones firmes, leal a sí mismo, generoso e incluso compasivo y no sigue la práctica común de fusilar sin mayor trámite a todo prisionero. Abundan los testimonios de que se mantuvo ajeno a los excesos sanguinarios comunes entre las fracciones en lucha, algo que habría de diferenciarlo de la clase militar y política de la época.

En marzo de 1915 conoce a Plutarco Elías Calles y entre ambos militares nace una corriente de simpatía. El antiguo profesor de primaria, siempre a la búsqueda de discípulos, apoda “Chamaco” al teniente coronel necesitado de un reemplazo para su padre muerto. Calles habría de formar políticamente a Cárdenas y eventualmente le allanaría el camino a la Presidencia de la República+. El futuro consolidador del Estado mexicano tenía 20 años de edad.

Terminada la etapa armada de la Revolución, a mediados de los veinte, regresa a Michoacán como jefe de operaciones militares y durante unos días es gobernador sustituto. Entre fines de 1921 y principios de 1925 ocupa las jefaturas militares del Istmo de Tehuantepec, del

---

\* Era, según observó un diplomático inglés en 1934, “un hombre de una imponente presencia, con un rostro alargado cual máscara y los inescrutables ojos de obsidiana del indio”. El periodista Bruce Rae lo describió “de estatura mediana, de constitución fuerte; de cara amplia y viva; de ojos claros magnéticos e inquisitivos”, cuya actitud era de calma: “A pesar de todo el ambiente de controversia que le rodea, tiene el aspecto de un hombre sin preocupaciones”.

+ Incluso en los momentos más comprometidos y dolorosos de su distanciamiento, dos décadas después, cuando firma la orden de exilio de Calles, Cárdenas no dejaría de reconocer una deuda de gratitud con el maestro por quien siempre sintió un respeto apenas superado por el que le inspiraba la institución presidencial.

Bajío, de nuevo en Michoacán y finalmente en Las Huastecas, en donde conocerá de primera mano el *modus operandi* de las empresas petroleras. A lo largo de estos años vio diversas acciones militares y fue herido de gravedad. A la distancia llegó a la conclusión de que si bien fue un hábil y capaz militar, también sobrevivió gracias a su buena estrella.

Su patriotismo tenía raíces profundas fortalecidas en la ausencia de apetitos de poder y dinero. ¿Un Cincinato? Así se antoja. Al estudiar su vida aparecen todas las virtudes atribuidas a Lucio Quincio Cincinato: rectitud, honradez, integridad, frugalidad y ausencia de ambición personal\*. Fue un luchador eficaz e implacable. Y un sobreviviente. En la historia posrevolucionaria de México la figura de Lázaro Cárdenas tiene proporciones casi míticas: Cárdenas el revolucionario; Cárdenas el organizador de las instituciones del Estado corporativo mexicano; Cárdenas el perfeccionador de uno de los más exitosos sistemas políticos contemporáneos; Cárdenas el expropiador del petróleo; Cárdenas el centinela de la Revolución; *Tata Lázaro*, amparo de los marginados y los desprotegidos cuyo aniversario luctuoso es, hoy en día, una fiesta religiosa en pueblos de Michoacán; Cárdenas el ciudadano que comparte ciudadanía.

Cárdenas: figura y memoria que polariza la visión y el juicio de biógrafos y estudiosos de todo el espectro político e ideológico. “General misionero”, lo santifica uno mientras que otro lo critica por el juicio que demostró con la mediocridad de su gabinete, y alguno más lo ensalza como encarnación de una nueva categoría de fraternidad en el campo mexicano. Hay quien sostiene que Cárdenas es el verdadero autor del presidencialismo que caracterizará al sistema mexicano y cuyo poder está anclado en la homogeneidad ideológica y partidaria. En opinión de Hernández,

Más allá de las acciones particulares de su gobierno, Cárdenas se distingue por haber destruido los poderes extralegales y fortalecido las instituciones, en particular, la misma Presidencia. Cárdenas enfrentará a Calles con el poder de las organizaciones y del propio Estado y al eliminarlo de la política nacional anulará también todos los poderes que Calles había impulsado y sobre los que asentaba su influencia. Cárdenas además de expulsarlo del país, destituyó a gobernadores, diputados y senadores y

---

\* Pocos días después de dejar la Presidencia se publicó que se retiraba por completo de la política, sería agricultor en las costas del Pacífico [y] no volvería a hacer declaración alguna, así se le elogiara o se le atacara. Años después Fernando Benítez le preguntó por qué no se había quedado en la Presidencia para continuar con su tarea revolucionaria. El General respondió: “Porque yo no soy un Trujillo”.

acabó con los poderes locales que aún sobrevivían, como fueron los de Garrido Canabal y Saturnino Cedillo. Con estas medidas, Cárdenas establecerá el presidencialismo que caracterizaría al sistema mexicano hasta comenzar el siglo XXI.

Alejandro Gómez Arias, autonomista universitario y respetado analista que nació políticamente durante el vasconcelismo, nos da otra visión de la personalidad del General:

Al principio, la presencia de Cárdenas no se distingue por un genio político deslumbrante o sobrenatural [...] sino por el cambio que proponía, el cual tenía orígenes muy diversos y donde el cardenismo era uno más de sus elementos, quizá el más importante. [...] El cardenismo, que utilizó el término como imagen de afiliación, tenía razón en cuanto a que sus fines eran justos y convenientes para el país. [...] Lo extraordinario de los últimos años del cardenismo es su notoria contradicción: Cárdenas, siendo una figura tan importante y con tanta claridad política, estaba rodeado por un grupo de hombres ciertamente improvisado y, en algún caso, oportunista [...].

Gonzalo N. Santos, el cacique potosino que fuera prototipo de los políticos “a la mexicana”:

Los cardenistas profesionales pintan a Cárdenas como un San Francisco de Asís. Pero eso es lo que menos tenía; no he conocido ningún político que sepa disimular mejor sus intenciones y sentimientos como el general Cárdenas; [...] era un zorro.

El periodista y político Vicente Fuentes Díaz (1977):

Cárdenas parecía un hombre quieto y frío, imperturbable, a veces hasta inexpresivo y de poca actividad, pero era de sagacidad extraordinaria que sabía mover sus piezas y moverlas bien, en el momento oportuno, sutil, silenciosa, inteligentemente. Le dijeron *La Esfinge*. Es la única esfinge de la historia que ha sabido cambiarla [la historia] con un dinamismo endemoniado .

Francisco Martínez de la Vega, también periodista y político:

Si no se ha visto a Lázaro Cárdenas charlar con los campesinos, escuchar con paciencia sobrehumana sus lentas, repetidas y torpes exposiciones, no se ha conocido a este hombre excepcional. Tiene la grandeza de preocuparse por lo pequeño, por lo individual, con la misma ternura, la misma generosidad y decisión que por lo grande y colectivo .

El historiador estadounidense Hubert Herring, estudioso del cardenismo:

En materia educativa el régimen de Cárdenas arroja resultados decepcionantes. Por razones que nunca se explicaron satisfactoriamente, nombró ministro de educación a un inepto político veracruzano y como subsecretario (el puesto educativo más importante en México) a un hombre cuyo principal entusiasmo parecían ser las fórmulas estalinistas.

No es fácil recuperar la esencia telúrica de un hombre que ha adquirido dimensiones epónimas. En el caso del general Cárdenas la dificultad se acrecienta por lo polifacético de su vida pública –y lo hermético de la privada– ya como militar, ya como gobernador de Michoacán, ya como presidente de la República y a lo largo de los años como figura siempre presente en el México moderno. De esta presencia, uno de sus biógrafos, Enrique Krauze, tiene una bella estampa:

En la casa de mis abuelos, el nombre de Lázaro Cárdenas tuvo siempre un prestigio mayor que el de cualquier otro presidente. [...] En su vejez, todos recordaban los episodios culminantes de aquel periodo —la expulsión de Calles, el reparto agrario, las movilizaciones obreras, la solidaridad con la República española, el estallido de la segunda guerra—, pero había uno que volvía repetidamente a las conversaciones de sobremesa: la expropiación petrolera. El discurso presidencial en la radio, las marchas de apoyo, el aporte que todos los estratos sociales hicieron en Bellas Artes para el pago de la deuda, quedaron en la memoria familiar como un acto de iniciación o, más precisamente, como una ceremonia de filiación: un bautizo mexicano.

Cierto que Cárdenas se formó en la universidad de la vida, pero era un hombre de una clara y abierta inteligencia que reconoció y se cobijó en la influencia intelectual de otros, como su amigo, correligionario y mentor, Francisco Mújica, quien lo introdujo la lectura de Marx, Le Bon y Mirabeau. Y si debió abandonar las aulas tan joven —pues como se ha dicho, la escuela en Jiquilpan llegaba sólo hasta el cuarto grado—, durante el resto de su vida fue un lector voraz que fatigó las bibliotecas y bebió desde poesía hasta geografía y particularmente historia de México y de la Revolución francesa. A mediados de los sesenta, al analizar su personalidad, Ramón Beteta externó lo que seguramente era un juicio extendido: “Cárdenas está muy lejos de ser un ideólogo; ha llegado a ser un hombre culto a través de su autoeducación, pero no es un hombre de escuela”.

Quizá su rasgo sobresaliente, aquello que lo diferenció y le permitió avanzar en la cosa pública, fue una descomunal intuición política y una formidable capacidad para entrar en sintonía con la masa. Sin embargo, y quizá por razones parecidas pero en sentido inverso, el cardenismo trascendió como lema de la revolución mas no como doctrina para la construcción del país que soñaron los constituyentes de 1917.

Las organizaciones obreras y campesinas que concibió para trascender el caudillismo y promover la democracia se quedaron en ideal frustrado, como él mismo lo reconoció en 1961, cuando confesó a Fuentes que no había sido su intención “que esos propósitos se frustraran y las organizaciones fuesen manipuladas y corrompidas”. Su lucha fue más inmediata: someter a la ley a los caciques locales y desterrar el crimen como telón final de las vidas políticas.

## **El político**

Al iniciarse la década de los treinta, Cárdenas era un prominente miembro del ala progresista de la élite militar en que se apoyaba el general Plutarco Elías Calles, quien después de ocupar la Presidencia de 1924 a 1928 se había erigido como el *Jefe Máximo de la Revolución*, cuya mano y humor guiaban y ordenaban la vida política e institucional del país. Al aproximarse la sucesión presidencial de 1934, México transitaba por una situación delicada. Las aguas bravas de la guerra civil no terminaban de amainar; la relación con Estados Unidos, nunca fácil, marchaba entre notas belicosas; la anémica economía parecía hundirse y el asesinato del

presidente electo Álvaro Obregón en julio de 1928\* había sumido a México en la incertidumbre. Como señala Meyer,

Cárdenas era entonces Secretario de Guerra y Marina, ex gobernador de Michoacán y discípulo predilecto de Calles. Tanto por su edad—35 años— como por su brillante y eficaz carrera militar y lealtad indiscutible a la Revolución —y según algunas conjeturas porque sería un incondicional del *Jefe Máximo*—, Calles impulsó la candidatura presidencial del joven michoacano, para quien ordenó preparar un programa de gobierno llamado Plan Sexenal, a cuyos lineamientos se tendría que sujetar el candidato del Partido Nacional Revolucionario (PNR) (Meyer, 1978).

El presentimiento de que sería un peón en el tablero callista fue tan generalizado que no escapó ni a los observadores extranjeros. Herring escribió que en 1934 a Cárdenas se le consideraba débil y bien intencionado, “el hombre más ingenuo de México”, opinión que seis meses después del *destape* había cambiado a “loco” y luego a “enfermo, con rumores sombríos de una fiebre que pronto daría cuenta de él”. Pero Herring rectifica su juicio: “Sus enemigos difícilmente pueden encontrarle un calificativo”. El historiador llega a la conclusión de que Cárdenas se había puesto a la altura de los mejores.

El 8 de diciembre de 1933, una vez oficializada su candidatura, Cárdenas emprendió una vigorosa y extendida campaña que se desarrolló sin incidentes y con una oposición de bajo perfil<sup>+</sup>. Arrancó en Querétaro y llegó a los lugares más apartados, nunca antes visitados por un candidato a la Presidencia: “Yo soy quien debe ir a ellos, ya que ellos no pueden venir a mí”. Casi sin dormir recorrió 27,000 kilómetros escuchando a la gente para entender sus problemas y obtener apoyo para las reformas que se proponía realizar. Usó todos los medios de transporte disponibles en la época y muchos trechos fueron a pie. Utilizó todo tipo de propaganda para hacer llegar su mensaje, desde la radio y el cine, hasta los botones, carteles y banderines. Su lema de campaña fue “Trabajadores de México, uníos”.

---

\* Cuya consecuencia fue un periodo de inestabilidad durante el cual hubo tres presidentes: Emilio Portes Gil, interino; Pascual Ortiz Rubio, electo y renunciante, y Abelardo L. Rodríguez, sustituto.

<sup>+</sup> Sus contrincantes fueron: Adalberto Tejeda, exgobernador de Veracruz y exsecretario de Gobernación y de Comunicaciones, apoyado por el Partido Socialista; Antonio I. Villarreal, apoyado por la Confederación Revolucionaria de Partidos Independientes, y el líder ferrocarrilero Hernán Laborde, apoyado por el Partido Comunista Mexicano.

En las elecciones del 4 de julio de 1934, Cárdenas obtuvo 2,225,000 votos (98.19%). Los candidatos derrotados denunciaron fraudes e irregularidades cometidos por el PNR, pero su protesta no tuvo mayor trascendencia.

Una vez electo asumió la Presidencia tan acotado como sus antecesores, con callistas en posiciones clave y cardenistas en minoría y neutralizados. Rodolfo Calles, hijo del *Jefe Máximo*, se acomodó en la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas; las secretarías de Guerra, de Hacienda y de Gobernación y el Departamento del Distrito Federal fueron entregadas a Pablo Quiroga Escamilla, Narciso Bassols, Juan de Dios Bojórquez y Aarón Sáenz, incondicionales de Calles. De nuevo Meyer:

Pero Cárdenas bien pronto dio muestras de no estar dispuesto a prolongar esta situación. Para desembarazarse de la influencia de Calles, se apoyó no solamente en ciertos sectores leales del ejército –base fundamental del poder de todos los gobiernos anteriores-, sino de manera muy particular en los obreros y campesinos, en cuyo nombre habría de gobernar. Para 1935, Cárdenas pudo enfrentarse con buen éxito al caudillo sonorense [...]; las fuerzas adictas al presidente en el ejército, el gobierno y las organizaciones de masas fueron empleadas en tal forma que rápidamente dieron al traste con los esfuerzos de Calles por recuperar el poder.

Uno de los mayores méritos del cardenismo fue recuperar la autoridad política y administrativa de la Presidencia, casi desaparecida en las dos décadas anteriores por la guerra civil que dividió tanto a las fuerzas políticas como a los sectores económicos en ascenso. Caudillos, civiles y militares, así como la burguesía debilitada, giraban en torno al poder presionando por sus intereses; el poder político estaba diseminado por todo el país en grupos divergentes o antagónicos. Las consecuencias adversas no sólo eran de origen interno, sino también resultado de la crisis mundial del final de los años veinte.

A lo largo de su carrera militar y política, Cárdenas no vaciló en tomar medidas radicales cuando fueron necesarias y las circunstancias le eran favorables, aunque también podía mantener una estoica paciencia en la adversidad. Para el estudioso de hoy –y sin duda para los observadores de su época– sobresale su inclinación a seguir sus propios instintos e ir en contra del “sentido común” político prevaleciente —lo que hoy llamaríamos lo “políticamente

correcto”— cuando lo juzgaba necesario. La legalización del Partido Comunista y el asilo a Trotsky pese a la oposición de grupos empresariales y conservadores, la reforma agraria que no hizo excepción de las tierras en manos de extranjeros y de prominentes “revolucionarios”, el impulso a la educación socialista, el apoyo al uso de la huelga como herramienta de negociación frente a los empresarios, la expropiación de las empresas petroleras extranjeras y —particularmente simbólico— el exilio del *Jefe Máximo* Plutarco Elías Calles y el desensamblaje y reconfiguración del partido político de Estado fundado por este caudillo, son ejemplos de ello.

Desde la Presidencia, Cárdenas llevó a cabo una intensa labor corporativista y promovió la organización popular en sus actividades políticas, económicas y culturales. En cinco rubros estratégicos su acción tiene particular relevancia: 1) relaciones obrero—patronales; 2) economía nacional; 3) reforma agraria, 4) educación y 5) relaciones internacionales.

En México, la de Cárdenas es la memoria política más viva después de la muerte, reencarnada en obras públicas, en escuelas, en poblados, en corrientes electorales y como sinónimo de tiempos políticos mejores. Parafraseando a Pericles, de Cárdenas podría decirse que tuvo como tumba el territorio nacional y que su recuerdo pervive grabado no sólo en un monumento, sino, sin palabras, en el espíritu” de muchos mexicanos. Pero la gesta política cuya luz permanece sin perder intensidad hasta nuestros días es la expropiación petrolera de 1938.

A la distancia es posible decir que el General fue fiel a sí mismo. “Cárdenas no dejó de ser Cárdenas”, dirá con admiración Carlos Fuentes más de siete décadas después de aquel marzo fundacional, aun cuando reconocerá que “éste ya no es el México de Lázaro Cárdenas. Pero el México de hoy no existiría sin Lázaro Cárdenas”.

### **El país de Lázaro Cárdenas**

El 6 de diciembre de 1933, cuando Cárdenas fue declarado candidato a la Presidencia de la República durante la convención del Partido Nacional Revolucionario en Querétaro, México era un país semifeudal en donde 13 mil 444 terratenientes monopolizaban el 83.4% del total de la tierra en manos privadas y las clases populares vivían en condiciones de pobreza y desesperanza, con 668 mil ejidatarios en posesión de tierras que representaban apenas un décimo de la que estaba en manos de los hacendados, y junto a ellos dos millones 332 mil campesinos sin tierras. El analfabetismo, la marginación y la miseria eran brutales, dice González y González:

En una superficie de 2 millones de kilómetros cuadrados habitaban 18 millones de personas, los más en el centro y en lo alto del país. En la mitad del territorio, en el gran noroeste (Baja California, Sonora, Sinaloa, Nayarit, Chihuahua, Coahuila, Durango y Zacatecas), únicamente vivía la séptima parte del total de la población. En cambio, en la franja de en medio, en la del eje volcánico, en la séptima parte del conjunto del territorio, residía la mitad de la población. [Otra porción vivía] en pequeñas congregaciones, en miles y miles de ranchos, rancherías y pueblecitos inconexos; en 80 mil localidades, a razón de 225 por localidad en promedio. En realidad, 48 mil caseríos no llegaban a 100 habitantes, y 10 mil apenas hospedaban de 101 a 200. El número de congregaciones con más de 2,500 vecinos era de 606.

Una élite de *revolucionarios* había sustituido a la antigua clase política porfirista y se había aliado a la burguesía tradicional. La riqueza se concentraba en unas pocas manos. La clase media representaba el 15% de la población, los menesterosos alcanzaban el 84% y uno por ciento de privilegiados acaparaba las riquezas de la nación. La producción industrial era precaria. El petróleo y las minas eran propiedad de extranjeros. La economía era débil y el crecimiento insuficiente. Entre 1920 y 1934 nada había cambiado en México. Permanecían incólumes los privilegios del inversionista extranjero, del latifundista y del alto clero, la miseria y marginación del campesinado, la sojuzgación de los obreros y sus incipientes organizaciones. Y a lo largo del sexenio se agudizaría el problema de los alimentos. La producción de maíz, que había promediado un millón 827 mil toneladas en el periodo 1930-34, declinó a un millón 622 toneladas anuales durante 1934-40; en el mismo periodo la producción de frijol descendió de un promedio de 132 mil toneladas a 113.6 mil toneladas; en 1937 México se vio obligado a importar maíz argentino. García Cantú hace un recuento parcial e ilustrativo del panorama económico del cardenismo:

Entre el proletariado, el promedio de ingresos diarios era de 40 a 45 centavos. Sólo en once de las 30 entidades de la Federación ganaban los campesinos un jornal de más de un peso. Los 318,763 obreros sindicalizados devengaban un salario menor a 4 pesos. El capital norteamericano en el país ascendía a 1,255 millones de dólares; el de Inglaterra, a mil millones [...] lo que suponía una inversión extranjera de 2,100

pesos por cabeza de familia o sea 200 veces más que el promedio anual de lo que ganaban, por jornadas mayores de ocho horas diarias, los trabajadores mexicanos. Por la crisis capitalista de 1929, las exportaciones habían descendido de 757 millones en 1929 a 304 millones en 1933. El autoconsumo y la monoproducción era la economía de la mayor parte de los mexicanos. Las tierras ejidales regadas eran el 15%: de diez millones de hectáreas, sólo dos millones podían rendir cosechas. El crédito era insuficiente y el gobierno aplicaba impuestos que empobrecían más a los campesinos.

González y González dejó una viñeta dramática de la situación en aquellos años:

Además de joven, mal repartida y mal agrupada, la población era además achacosa por ser su país uno de los más insalubres, desnudos, desnutridos y desabrigados del mundo, donde morían veinticinco de cada mil al año, donde la guadaña de las enfermedades infecciosas y parasitarias mochaba mucha vida, donde una criatura de cada cuatro se convertía en *angelito* antes de vivir doce meses, donde los más de los niños sobrevivientes crecían esmirriados, estomagudos y con zancas de popote.

### **Escenario político del cardenismo**

Desde el inicio de su campaña electoral Cárdenas comenzó a establecer su propio programa: fomento al sindicalismo y a la organización de los trabajadores; impulso a la reforma agraria y a la educación; rescate de los postulados de la Revolución; ensanchamiento del nacionalismo revolucionario; recuperación de las riquezas naturales en manos extranjeras. Ya como presidente dejó en claro que no había sido retórica el contenido de sus pronunciamientos electorales y desde el primer día trabajó para restablecer la autoridad del cargo usurpada por el *Maximato* y para construir las instituciones jurídicas, políticas y sociales en las que habría de cimentar su programa de gobierno. Esto lo llevó a un temprano enfrentamiento con el expresidente Calles\*. Su ascenso a la Presidencia no dejó lugar a dudas respecto al “rompimiento

---

\* En una carta a su esposa desde su exilio en San Diego, Calles da rienda suelta a sus sentimientos: “La situación del país cada día me parece más confusa e inquietante, y para colmo de desaciertos, está en puerta la invasión de rojos españoles, con lo que se provocará la consumación de un estado anárquico que ya está en incubación. Ese material humano que se trae no tiene más finalidad que repetir, en México, la tragedia española, que Cárdenas no quiere dar por terminada.

de la alianza entre el gobierno y la clase dominante surgida de las filas revolucionarias, la cual había sido auspiciada y beneficiada por el propio Estado”.

Cárdenas creía en México como San Agustín en Dios, guardaba una devoción talmúdica por la Constitución y las leyes del país y dio a la Presidencia un aura eclesial, pero al mismo tiempo era un populista que asoció a las masas trabajadoras en la tarea política de transformar al país -dejándolas de ver como dóciles y manipulables rebaños- y las puso al frente de la lucha por sus intereses de clase y la edificación del nuevo Estado, sin colocar en la mesa de debates decisiones políticas clave. La expropiación o el desmantelamiento del *Maximato* nacieron de una singular capacidad para leer las circunstancias económicas, políticas y sociales del momento, y fueron decisiones personalísimas<sup>+</sup>. El gobierno cardenista, en palabras de Knight, es el ejemplo por excelencia “de un proceso vertical de centralización, de imposición cultural y de empoderamiento del Estado más que del pueblo”. En opinión de Córdova,

Apenas llegado al poder presidencial, emitió un decreto Legislativo por el cual encargó al partido oficial, el Partido Nacional Revolucionario (PNR), que tomara en sus manos la organización de los trabajadores del campo. Con los obreros estableció una alianza firme, con Lombardo, personalmente, pero por separado. En ese aislamiento de cada sector de masas, Cárdenas fue implacable. Las primeras ocupaciones de tierras las llevaban a cabo trabajadores del campo afiliados a la Confederación de Trabajadores de México, la central obrera fundada en febrero de 1936, y fueron ellos los que mayor impulso dieron a la reforma agraria hasta entonces postergada. A un cierto punto, Cárdenas obligó a Lombardo y a la CTM que dejaran el trabajo a la organización campesina del PNR. A cambio, les otorgó otras prebendas, por ejemplo, hacer diputados a sus dirigentes y alimentar las ambiciones de cada uno de ellos en lo particular. Y en ello Cárdenas fue fiel hasta el final. Lombardo protestó por la medida, pero al final quedó contento. Así, Cárdenas obtuvo el apoyo incondicional de las masas trabajadoras en la realización de su programa político y de reformas sociales, tan necesario para sacar a México del atraso. Es

---

<sup>+</sup> En mi opinión, la dimensión íntima del General está oculta tras el bronce en el que lo fundieron sus exégetas. Por su carácter hierático, solemne y reservado le apodaban *La Esfinge*, pero al repasar su biografía aparecen aquí y allá datos que nos hablan de un hombre sensible bajo el manto hermético de su persona pública: un discurso en el que parafrasea un poema de Shelley, un gesto registrado por su mujer que revela su estado de ánimo la noche después de leer el decreto expropiatorio, una carta en que su amigo y confidente Francisco J. Múgica juguetonamente lo conmina a poner orden en su “anarquía amorosa”.

probable que ningún otro populista en América Latina haya tenido la visión que tuvo Cárdenas para asociar a las masas trabajadoras en la tarea política de transformar al país.

Poco después de que Cárdenas ocupara la Presidencia de la República, Calles descubrió que su “chamaco” tenía una agenda política propia. Pese a que se le pretendió acotar con el Plan Sexenal\* y un gabinete callista, Cárdenas comenzó a manejarse con autonomía en los espacios propios del titular del Poder Ejecutivo. Calles reaccionó con críticas públicas, pero sobreestimó su propio peso político. En diciembre de 1935 declaró al *International News Service*: “No estoy de acuerdo con los procedimientos del gobierno, con la ideología que está sustentando. No estoy de acuerdo ni puedo estarlo, porque creo que son caminos equivocados; porque lo único que está consiguiendo es producir en el país un estado de anarquía en todas partes, en todos los sectores, y de indisciplina. El error más grave que está cometiendo es llevar al país al comunismo”.

La respuesta del presidente unos reflejos políticos privilegiados: disolvió el gabinete, desaforó a senadores y diputados, destituyó a gobernadores, sustituyó a la dirigencia del partido oficial, pasó a retiro a generales y jefes de zonas militares y los reemplazó con mandos leales y obligó a Calles a salir del país. El nuevo gabinete presidencial estuvo formado en un 90 por ciento por cardenistas. Así, de manera calculada y eficaz, se expulsó al callismo de las estructuras de poder. Desde su exilio en Estados Unidos, Calles declaró que había sido exiliado por oponerse a la política “francamente comunista” de Cárdenas. El Divisionario de Jiquilpan extinguió el *Maximato* sin derramar sangre y hasta el sábado 30 de noviembre de 1940 ejerció el poder de manera absoluta y unipersonal\*, pero en esas horas tensas, cargadas de oscuros presagios [...] se suponía que a la menor resistencia de Cárdenas el callismo respondería con el golpe armado.

El 30 de marzo de 1938, dos semanas después del episodio de la expropiación petrolera, el Partido Nacional Revolucionario –fundado por Calles en 1929– dejó de existir y en su lugar nació el Partido de la Revolución Mexicana (PRM) con lo que efectivamente se dio la puntilla al *Maximato*. Montes de Oca dice:

---

\* Unos autores sostienen que el Plan sexenal fue un corsé político para Cárdenas, en tanto que otros expresan que el General lo avaló y lo utilizó como un importante instrumento de gobierno. Decidí mantener el término “acotar” en el sentido de un instrumento que delimitó un programa.

\* Uno de mis profesores leyó en estas acciones algo cercano a un golpe de Estado “democrático” o un golpe de palacio para recuperar la institucionalidad. Lo cierto es que Cárdenas inaugura una nueva era política mexicana, en la que ya no se elimina físicamente a los adversarios.

Con la transformación del partido oficial, la política individualista pasó a un segundo plano, y el PRM apareció como un administrador de corporaciones, más que como un administrador de masas, manteniéndolas aisladas entre sí, pero bajo la dirección del Estado. El nuevo partido no significó únicamente un cambio de nombre del anterior PNR, sino una fuerza política que no sólo representaba a los trabajadores, sino que ahora estaba integrada por ellos (Montes de Oca, 1999).

Pero si la ruptura con Calles fue uno de los episodios de mayor peligro para el joven régimen y pudo desembocar en un derramamiento de sangre, hay coincidencia entre los estudiosos de que Cárdenas tenía y mantuvo “un afecto y una devoción por Calles de verdad infinitos. A él le debía todo. Lo consideraba su maestro. Cuando rompió con él en 1935, lo lamentó con auténtico dolor”. Pero Cárdenas, el populista que lo mismo entregaba armas a los campesinos para defender el ejido que compartía los alimentos de los pobres a la sombra de un árbol, también era capaz de acercarse a sus enemigos de una manera “directa y a veces peligrosa”.

### **Las políticas del cardenismo**

Si bien el gobierno de Cárdenas amplió y consolidó su intervención en la economía nacional a través de la inversión pública, también dio apoyo importante al capital privado. Aunque la burguesía veía una tendencia “comunista” en el uso del recurso de huelga, Cárdenas lo fomentó como una forma de negociación de los derechos de obreros y campesinos; buscaba un acomodo de las relaciones de producción, un nuevo patrón que abarcara la interdependencia de las clases sociales, la expansión del mercado interno y nuevos criterios de previsión y actuación empresarial. Para consolidar el proyecto económico del Plan Sexenal, Cárdenas quiso que tanto obreros y campesinos como burgueses, tuvieran sus derechos garantizados.

El proyecto estaba concebido para “mantener el equilibrio entre los factores de la producción que son el trabajo y el capital. Para que ese equilibrio sea estable es necesario que repose en una ancha base de justicia social y en un elevado espíritu de equidad que presida estas relaciones”. Los sindicatos dejaron de ser meros espectadores y se convirtieron en protagonistas de la vida política, “aunque fuera a través de un sistema corporativo autoritario vertical”. El propio Cárdenas explicó este mecanismo: “Para contribuir al desarrollo de la organización

obrero, se procuró la formación y crecimiento de grandes sindicatos, representativos del interés profesional en las distintas ramas industriales”. La importancia que el General dio a la organización de la clase trabajadora \* queda demostrada con la formación del “sector obrero” del partido, la Confederación de Trabajadores de México (CTM)<sup>+</sup>, comprometida desde su concepción con el plan de gobierno de Cárdenas, aunque los obreros estaban en el entendido de que sus demandas no debían rebasar los límites del régimen establecido. Ambas partes, gobierno y obreros, fueron lo suficientemente claros “como para que el pacto subsistiera aun sobre los malentendidos que por fuerza tenía que despertar en sus propios seguidores”.

El gran movimiento obrero entre 1935 y 1940 fue el principal pilar del régimen. En este contexto, Cárdenas tuvo muy presente la tutela del derecho de huelga y su relación con los derechos patronales y la propiedad privada, pero esto, dicen Córdova y otros autores, nunca significó que viera con malos ojos al capital, nacional o extranjero. En su proyecto estaba la idea de crear un Estado estratégico que promoviera la industrialización del país, que garantizara el bienestar colectivo sin modificar la “matriz capitalista de la producción”, es decir, respetando los derechos del capital y la propiedad privada, pero mejorando de manera “justa” la situación laboral de los obreros. A la pregunta de si su gobierno era socialista, Cárdenas respondió: “Ni capitalismo salvaje ni comunismo al estilo estalinista”. García Cantú explica:

No escapaba al gobierno la necesidad urgente de revitalizar la economía nacional, maltrecha después de más de tres décadas de conflictos e inestabilidad. En 1935 el país contaba con 7,619 establecimientos fabriles y los créditos bancarios para el apoyo a la industria alcanzaban 39,754 millones de pesos. Pese a opiniones en contrario, el fortalecimiento sindical no aminoró el desarrollo. Las mejores condiciones de los trabajadores aumentaron el consumo e impulsaron la circulación de capital. En 1940 los establecimientos fabriles habían aumentado a 13,510 y los créditos bancarios llegaron a 245,680 millones en el mismo año. El gobierno emprendió importantes obras de infraestructura que favorecieron el desarrollo

---

\* No fue una política nueva de Cárdenas en la Presidencia. En 1928, al frente del gobierno de Michoacán, había organizado la Confederación Michoacana del Trabajo, combatido a los sindicatos blancos y defendido la figura del contrato colectivo de trabajo.

<sup>+</sup> Fundada el 24 de febrero de 1936, decía agrupar a 2,810 sindicatos de empresas, gremiales, industriales, federaciones regionales y nacionales de industria con un total de 533,400 miembros. Como secretario general fue designado Vicente Lombardo Toledano y como secretario de Organización Fidel Velázquez.

industrial y aplicó medidas fiscales para favorecer la creación y ampliación industrial.

El 30 de diciembre de 1939 Cárdenas expidió un decreto que dio ventajas fiscales a los inversionistas tanto nacionales como extranjeros. Sin embargo, pese a que la inversión pública y privada pasó de 216 millones de pesos en 1930 a 773 millones en 1940, estas medidas no paliaron del todo la gravedad de la situación económica, complicada por las crecientes tensiones políticas, conflictos entre capital y trabajo, inflación creciente y devaluación de la moneda. El costo de la vida para los trabajadores se disparó entre 1934 y 1940. Una razón fue la guerra que los combativos empresarios regiomontanos declararon a Cárdenas, alarmados por el avance organizativo de los trabajadores y por la legalización del Partido Comunista al inicio del régimen.

En febrero de 1936 hubo un paro empresarial en Monterrey para derrocar al gobernador del estado, a quien se acusaba de “protector de los obreros rojos”. Cárdenas viajó a la capital de Nuevo León y pronunció un discurso en el que, en 14 puntos, definió y defendió la política laboral de su gobierno. Ahí, en un clima de gran tensión, dijo a los paristas: “Los empresarios que se sientan fatigados por la lucha social, pueden entregar sus industrias a los obreros o al gobierno. Eso será patriótico; el paro no”.

A la distancia es evidente que no hubo en el cardenismo una estrategia para instalar un sistema económico socialista. Al contrario, como ha observado Knight, la década de los treinta marca la adopción definitiva del sistema capitalista de desarrollo que benefició al empresariado. Para Garrido, el PNR fue el pilar para la consolidación de una burguesía nacional.

La prensa fue vehículo para una constante crítica a la política económica del cardenismo, facilitado esto por el respeto que, en términos generales, el régimen tuvo para la libertad de expresión. Y desde las troneras de la clase política el fuego era graneado. Emilio Portes Gil, expresidente y antiguo colaborador de Cárdenas, expresó que el actuar del General era más propio de un líder que de un primer mandatario, quien “dejará mucho que desear como administrador; pero el agitador seguirá teniendo entre las masas un gran prestigio”. Según Fuentes Díaz,

Habiendo fracasado Calles en su intento de hacer rectificar a Cárdenas o de hacerlo dimitir, el camino se presentaba aún escabroso. Había contradicciones en el gobierno. Así se explica que varios callistas hubiesen seguido dentro del aparato oficial; que algunos de ellos hubiesen fundado un periódico, *El Instante*, para calumniar a Cárdenas y llamar a la lucha abierta contra su régimen; que Cedillo hiciera franca campaña reaccionaria dentro del gobierno.

En materia agraria, el cardenismo hizo realidad una de las banderas principales de la Revolución: el desmembramiento de los latifundios y su entrega a campesinos sin tierra, principio que había sido, estima Córdova, “convenientemente olvidado durante las dos décadas siguientes al movimiento armado por los revolucionarios convertidos en administradores públicos. Los gobiernos revolucionarios no sólo echaron al olvido este principio, sino que intentaron por todos los medios a su alcance conservar a la vieja clase dominante y asimilarla a la nueva que se iba organizando”.

Cárdenas llevó adelante una reforma integral que no contempló únicamente la entrega de tierras sino la organización de los campesinos y la creación de instituciones que apoyaran el desarrollo del sector. Desde su campaña electoral había anunciado que para resolver el problema agrario no bastaba “la simple entrega de las tierras a los campesinos. El poder público está obligado a prestar a los ejidatarios toda ayuda moral y material para que prosperen económicamente y para que liberen su espíritu de la ignorancia y los prejuicios”.

Durante su régimen se impulsó la organización de los ejidatarios en sociedades de crédito y cooperativas de producción, consumo y venta; nació la Confederación Nacional Campesina (CNC); el Banco Nacional de Crédito Agrícola se reorientó hacia los pequeños y medianos propietarios; se crearon el Banco Nacional de Crédito Ejidal y los Almacenes Nacionales de Depósito. La meta era modernizar la producción agropecuaria y pasar de una agricultura básicamente extensiva a una intensiva y tecnificada.

La reforma agraria despertó no sólo una oposición ideológica, sino también armada. Varios dirigentes campesinos y maestros socialistas fueron asesinados por encabezar movimientos agrarios, lo que provocó que Cárdenas amenazara con entregar a los campesinos “el máuser con el que hicieron la Revolución, para que la defiendan, para que defiendan el ejido y la escuela”. Cárdenas no se proponía terminar con la propiedad privada de la tierra, sino limitarla, evitar que enormes extensiones se mantuvieran en muy pocas manos mientras millones

de campesinos arrancaban una existencia miserable en pequeñas parcelas. Buscaba la convivencia de tres sistemas de tenencia distintos: la pequeña propiedad privada, el ejido y las tierras comunales. Tampoco se propuso implantar un sistema comunista de producción. En este contexto, pensaba que los indígenas debían ser los principales beneficiados de la reforma agraria. No se trataba de conservar al indio –decía– tampoco de indigenizar a México, sino de mexicanizar al indio.

Otro importante escenario del cardenismo fue el de la educación, tanto en sus aspectos formales como ideológicos. Para Cárdenas, la construcción de la nueva sociedad a la que había aspirado la Revolución pasaba por las aulas. Pero no en abstracto, sino como el instrumento con el que se forjaría una sociedad más igualitaria. Además, “dentro de un sentido de solidaridad y acción combativa, se encauzaría a las masas para desterrar la idolatría y los prejuicios individualistas dominantes”.

Cárdenas ascendió a la Presidencia en medio de un enfrentamiento del régimen con la iglesia católica, azuzado por “el grupo clerical del país que, unido a fuerzas conservadoras, aprovechaba los menores intentos de acción ideológica promovidos por grupos revolucionarios para transformarlos en choques sangrientos y en motivos de escándalo”. El cierre de templos en la mitad de los estados, la marginación del clero de la vida política, los choques frecuentes de ateos y creyentes, la prohibición de utilizar el correo para el envío de literatura religiosa, el acentuado anticlericalismo entre la clase política –cuyo principal representante era Tomás Garrido Canabal, secretario de Agricultura, quien gustaba de exhibir en público un enorme toro semental y un descomunal burro llamados respectivamente “Papa” y “Obispo” –y en particular el Artículo 3º constitucional que daba un carácter socialista a la educación\*, polarizaban el ambiente.

Desde los púlpitos se decía que la educación socialista<sup>+</sup> atentaba contra la familia y contra los valores del pueblo católico. La prensa y los intelectuales de oposición la censuraban. Una severa crítica fue la de Samuel Ramos aparecida en la revista *Hoy* en 1939 con el título: “Veinte

---

\* En la terminología política de la época, “educación socialista” no tenía el mismo significado que en la URSS. Britton, encontró 33 interpretaciones del término. Para los revolucionarios era una “educación racionalista”, pero el término levantaba sospechas y hostilidades entre los sectores más conservadores.

<sup>+</sup> Pese a las acusaciones lanzadas desde la derecha, el cardenismo no equiparaba *socialismo* con *sovietización*. “No se trataba de sovietizar al país, de establecer o de organizar los *soviets* de obreros, campesinos y soldados sino de armar una alianza popular para defender los intereses de la Revolución Mexicana”.

años de educación en México”, en donde el respetado intelectual juzga que los lineamientos correctos para la educación en México estaban aún por encontrarse y aplicarse. Su cuestionamiento principal era que el sistema de educación del cardenismo estaba sustentado por una teoría importada, propia de realidades que no eran la mexicana y que incluso ya estaba en decadencia. ¿Cómo se quería aplicar en México una educación socialista cuando el resto de la estructura social, especialmente la economía, no lo era? Ramos (1939) escribió: “Mientras vivamos del plagio de teorías ajenas, estamos perdidos”. Cárdenas (1990) respondió a sus críticos:

No es atributo del gobierno, ni está dentro de sus propósitos combatir las creencias ni el credo de cualquier religión. Se ha dicho que la educación socialista combate la religión y arranca a los hijos del amor de sus padres. Esto es mentira. La educación socialista combate el fanatismo, capacita a los niños para una mejor concepción de sus deberes para con la colectividad y los prepara para la lucha social en la que habrán de participar cuando alcancen la edad suficiente para intervenir como factores en la producción económica.

Si bien el General fue claro en su postura contra el fanatismo religioso y pugnó por un modelo educativo que fomentara la solidaridad, el trabajo en común, el nacionalismo y el pensamiento científico, no incurrió en una postura beligerante frente al clero como la que tuvo Calles. Asignó el 16.4% del presupuesto total de la Federación a la educación, monto sólo inferior al de la Secretaría de Guerra. Se construyeron mil 949 escuelas rurales en los primeros dos años de la administración. Se establecieron organismos especializados como el Consejo Nacional de Educación Superior y de la Investigación Científica, el Consejo Técnico de Educación Agrícola, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, escuelas especiales bilingües para indígenas y el Instituto Politécnico Nacional. Al finalizar el sexenio había poco más de 16 mil 500 escuelas primarias con un millón 800 mil alumnos.

En el proyecto cardenista la educación debía ser la base y el motor para el progreso y el cambio en la sociedad. La nueva visión del mundo sería transmitida por las instituciones educativas y los medios de comunicación como la prensa, la radio y el cine bajo lineamientos y directrices establecidos por el plan de gobierno. En el proyecto cultural de Cárdenas la prioridad

era elevar el nivel de educación de la mayoría y sobre todo de las regiones de los campesinos y los indígenas, hasta entonces marginadas.

En este modelo, además de los alumnos, los maestros ocupaban un lugar estratégico. Siguiendo los pasos de José Vasconcelos, serían ellos los *amorosos apóstoles* que llevarían sobre los hombros el peso real de la transformación del país a través de la formación de las nuevas generaciones. Debían enseñar, combatir el fanatismo religioso, transformar el monolingüismo indígena con la enseñanza bilingüe y proteger, no destruir, la organización y cultura indígenas. Serían líderes activos en la transformación social de México y harían realidad la aspiración de una distribución más equitativa de los productos y las utilidades del trabajo. Esto en términos generales, pero con mayor énfasis en el enorme México rural.

Los opositores al cardenismo veían en los maestros socialistas a personeros de un proyecto que juzgaban comunista. Fueron frecuentes la persecución e incluso el asesinato de los docentes, a quienes Cárdenas confió la sensibilización de los niños, jóvenes y padres de familia sobre las bondades de la reforma agraria y, en su momento, junto con los obreros, de la importancia de la expropiación petrolera y la necesidad de apoyar incondicionalmente esa medida. En este sentido, el magisterio fue una parte integral de la política de comunicación y propaganda del régimen.

### **Adiós, mi General, adiós**

Lázaro Cárdenas murió el lunes 19 de octubre de 1970. Ironías de la historia: misma fecha del fallecimiento en 1945 de su mentor distanciado Plutarco Elías Calles y misma fecha en que *El Chamacó* y el *Jefe Máximo* se encontraron en Sonora en 1915 el día en que el gobierno de Estados Unidos reconoció al gobierno de Venustiano Carranza. Con sus diferencias y afinidades, estos caudillos fueron de la misma semilla de la que germinó el México que hoy conocemos. Plutarco Elías Calles condujo con mano de hierro el camino de un país salido de la guerra civil y Lázaro Cárdenas condujo con mano de hierro el camino de un país hacia la institucionalización. Uno no se explica sin el otro.

Su rasgo sobresaliente, aquello que lo diferenció y le permitió llegar a la cumbre del poder, fue una descomunal intuición política y una formidable capacidad para entrar en sintonía con las masas. Cárdenas pudo mantenerse a flote sobre el escurridizo y pantanoso suelo político

mexicano porque tuvo las cualidades del tezontle: porosidad y dureza. Por ello la permanencia, al día de hoy, de la figura de *Tata Lázaro*.

## Referencias

- Aguilar Plata, Blanca (2008). *La revista Hoy: un ensayo de periodismo independiente en el régimen cardenista (1937-1940)*. (Tesis de Maestría). UNAM, México.
- Cárdenas, Lázaro (1940). *Seis años de gobierno al servicio de México. 1934-1940*. México: Secretaría de Gobernación.
- , (1972). *Apuntes*. México: UNAM.
- , (1974). *Epistolario I*. México: Siglo XXI Editores.
- , (1978). *Palabras y documentos públicos de Lázaro Cárdenas. Mensajes, discursos, declaraciones, entrevistas y otros documentos. 1928 / 1940. Vol. 1*. México: Siglo XXI Editores.
- , (1990). *Ideario político*. México: Era.
- Carmona Dávila, Doralicia (2017). *Lázaro Cárdenas del Río. Memoria política de México*. México: Instituto Nacional de Estudios Políticos A.C. Recuperado de <http://www.memoriapoliticademexico.org/Biografias/CRL95.html>
- Clausewitz, Karl (1999). *De la guerra*. México: Colofón.
- Confederación de Trabajadores de México. Organización. Recuperado de <http://ctmorganizacion.org.mx/>
- Córdova, Arnaldo (1972). *La formación del poder político en México*. México: Era.
- , (1973). *La ideología de la Revolución Mexicana*. México: Era / Instituto de Investigaciones Sociales UNAM.
- , (1974). *La política de masas del cardenismo*. México: Era.
- Cosío Villegas, Daniel (23 de octubre de 1970). “Adiós, mi general, adiós”. *Excelsior*.
- , (1972). *El sistema político mexicano*. México: Joaquín Mortiz.
- , (1976). *Memorias*. México: Joaquín Mortiz.
- Elías Calles, Plutarco (1991). *Correspondencia personal (1919-1945)*. México: Fondo de Cultura Económica/ Gobierno del Estado de Sonora.
- Fuentes, Carlos (2012). *Personas*. México: Alfaguara.
- Fuentes Díaz, Vicente (1977). *Ascenso y descenso revolucionarios bajo Cárdenas*. México: Altiplano.
- García Cantú, Gastón (1991). El país de Lázaro Cárdenas. *Idea de México IV. Ensayos 2*. México: Conaculta/ Fondo de Cultura Económica.
- González y González, Luis (2002). *El cardenismo. Los artífices del cardenismo. Los días del presidente Cárdenas*. México: El Colegio Nacional.
- Hernández Rodríguez, Rogelio (2007). *Del liderazgo a la administración. La decadencia de la élite priista*. Primer coloquio internacional Liderazgo político en sociedades modernas. Xalapa, Veracruz.
- Herring, Hubert Clinton (junio de 1937). “The Unconquerable Mexican”. *Harper’s Monthly Magazine*, 175, 46–56.
- , (octubre de 1938). “Cardenas of Mexico”. *Harper’s Monthly Magazine*, 177, 489–503.
- , (1955). *A History of Latin America from the Beginnings to the Present*. New York: Alfred A. Knopf.
- Ianni, Octavio (1991). *El Estado capitalista en la época de Cárdenas*. México: Era.

- Knight, Allan (febrero de 1994). Cardenismo: Juggernaut or Jalopy?, *Journal of Latin American Studies*, Vol. 26, 1, Cambridge University Press.
- , (Agosto de 1994). Popular Culture and the Revolutionary State in Mexico, 1910-1940, *The Hispanic American Historical Review*, Vol. 74, 3, Duke University Press, August.
- Krauze, Enrique (1984). *Lázaro Cárdenas. General misionero*. México: Fondo de Cultura Económica.
- , (1994). Siglo de caudillos. Biografía política de México (1810 – 1910). México: Tusquets.
- , (1999). *Mexicanos eminentes*. México: Tusquets.
- Martínez de la Vega, Francisco (1986). *Personajes*. México: Océano/ Fundación Manuel Buendía.
- Mejía Barquera, Fernando (1991). *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920–1960)*. México: Fundación Manuel Buendía.
- Meyer, Lorenzo (1968). México y los Estados Unidos en el conflicto petrolero, 1917–1942. México: El Colegio de México.
- , (1978). Los inicios de la institucionalización. *Historia de la revolución mexicana, 1928-1934*. T. XII, México: El Colegio de México.
- Michaels, Albert L (mayo de 1970). The Crisis of Cardenismo. *Journal of Latin American Studies*, vol. 2, 1, Cambridge University Press.
- Montes de Oca Navas, Elvia (1999). *Presidente Lázaro Cárdenas del Río, 1934-1940. Pensamiento y acción*. Documentos de Investigación. Zinacantepec: El Colegio Mexiquense.
- Novo, Salvador (1994). *La vida en México en el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Paz Salinas, María Emilia (abril-junio de 1983). Crisis y expropiación, un análisis comparativo: 1938-1982. *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 42, 2, 441-451.
- Portes Gil, Emilio (1941). *Quince años de política mexicana*. México: Botas.
- Ramos, Samuel (1934). *El perfil del hombre y la cultura en México*. Buenos Aires: Espasa-Calpe.
- , (17 de junio de 1939). “Veinte años de educación en México”. *Hoy*.
- Thompson, John B. (12 de septiembre de 2007). Entrevista de Miguel Ángel Sánchez de Armas. Xalapa.
- Wilkie, James W., Monzón de Wilkie, Edna (1969). *México visto en el siglo XX. Entrevistas de historia oral*. México: Instituto Mexicano de Investigaciones Económicas.
- Yergin, Daniel (1991). *The Prize. The Epic Quest for Oil, Money and Power*. New York: Touchstone.

## **Del encuentro del arte y la política**

**E**n junio de 1939 Archibald MacLeish publicó en *The Atlantic Monthly* el ensayo “Poetry and the Public World” (“La poesía y el entorno público”) en donde sostuvo que la poesía y la revolución política encuentran terreno común en un mundo cambiante.

En aquel texto fascinante que en su momento provocó una encendida polémica, MacLeish echa su cuarto de espadas a la discusión que desde los griegos ha salpimentado el debate sobre el lugar del artista en el mundo de *lo político*. Sentencia: “Hay una muy buena razón por la que la relación de la poesía con la revolución política debiera interesar a nuestra generación. La poesía, para la mayoría, representa la intensa vida personal del espíritu único. La revolución política representa la intensa vida pública de una sociedad. La relación entre ambas contiene un conflicto que nuestra generación entiende: el conflicto entre la vida personal de un hombre, y la vida impersonal de muchos hombres”.

*El conflicto entre la vida personal de un hombre, y la vida impersonal de muchos hombres.* He aquí planteado, como sólo un poeta podría hacerlo, el meollo del asunto. ¿El arte es el arte *per se*, que se concibe y se coloca en el mundo con independencia del ambiente social? ¿El arte y la política son como el agua y el aceite, aferrados cada cual a su propio territorio e impedidos de ocupar el mismo espacio? ¿El artista en su intimidad creativa es uno y otro en el territorio de lo cotidiano con sus normas, orientaciones y limitaciones?

Ésta es una discusión que no cesa y que se alimenta a sí misma a igual velocidad que los acontecimientos políticos y sociales. Botón de muestra actual es el debate generado en torno al Nobel otorgado al novelista chino Mo Yan en 2012, quien, caso inusual, no pronunció discurso alguno al recibir el galardón, quizá porque los artistas disidentes en su país lo acusan de “traidor”, “capitulador” y “prostituta”, pues pertenece al Partido Comunista y es vicepresidente de la Asociación de Escritores Chinos. No se ha dejado de señalar que mientras Pekín se deshace en congratulaciones por el laurel, guarda un helado y peligroso silencio en torno a la figura de otro Nobel, Liu Xiaobo, éste de la paz 2010, a quien se alojó en un calabozo por “incitar a la subversión del poder del Estado” según publica *El País*, mientras que el periódico oficialista

chino *Tiempos Globales* saludó a Mo Yan como un verdadero defensor de la literatura que ha rechazado mezclar ésta con la política.

Desde la barrera de la crítica, José María Guelbenzu (2012) lanza una pregunta de lo más pertinente: ¿Vamos a tener que volver a los tiempos en que se juzgaba la calidad de la obra literaria por la adscripción del autor a una u otra opción política?

En este mundo en el que vivimos, cuando no es la economía, es la política el factor sustancial del análisis. Y a la literatura que la zurzan con hilo negro. ¿Es que de nuevo vamos a juzgar la obra literaria de Céline por su penosa inclinación al antisemitismo o la de Sholojov por su papel relevante en la Unión de Escritores Soviéticos?

¿O la de Pound por sus proclamas fascistas en la radio italiana? Variantes de esta afirmación han menudeado. De manera arbitraria se confundide la actuación política con el valor como escritor, como si la primera disminuyera al segundo. Este caso recuerda al argentino Jorge Luis Borges, a quien se reprochaba su posición de derecha. Era frecuente que a continuación de los reconocimientos a la gran calidad de su literatura se añadiera el lastimero “¡pero es *tan* reaccionario!” en un tono que no admitía refutación y como si tal inclinación política degradara al artista.

## **El artista y la política**

MacLeish propuso que el artista asumiera, *motu proprio*, un liderazgo social ejercido a través de su obra, aunque su reclamo se constriñó a su propio mundo, la sociedad estadounidense en donde el mayor peligro que corría eran los ataques de sus detractores en las páginas de los diarios o en las revistas especializadas. No consideró las consecuencias de una toma de partido político en un territorio de regímenes a quienes les hace maldita gracia el que los creadores metan las narices en los asuntos reservados a “la política”.

Ejemplos hay muchos. En 1740 François Marie Arouet —mejor conocido por su *nom de guerre*: Voltaire—, tuvo noticias de que el gobierno de Francia había mandado incinerar en la plaza pública cuanto ejemplar de sus *Cartas inglesas* fue posible confiscar. Su reacción fue propia de su genio y figura: “¡Cómo hemos progresado! Antes se quemaba a los escritores... hoy

únicamente a sus libros. ¡Esto es civilización!” Pero el hecho fue que *El Bien Amado* Luis XV, ordenó tal castigo contra un *inerte libro* porque esa obra de arte era altamente subversiva y alteraba el orden establecido. Si esto lo traducimos al chino nos dará el mismo significado que el antes tomado de las páginas del diario chino *Tiempos Globales*.

Doscientos años después James Joyce se quejaba en carta a su editor gringo: “No menos de veintidós editores leyeron el manuscrito de *Dubliners*, y cuando, por último, fue impreso, una persona muy amable compró toda la edición y la hizo quemar en Dublín —un nuevo y privado auto de fe”. En México recordamos el intento del gobierno de prohibir la circulación de *La sombra del caudillo* de Martín Luis Guzmán o de *Cariátide* de Rubén Salazar Mallén, y el escándalo desatado por *Los hijos de Sánchez*, libro de Oscar Lewis considerado “ofensivo” para la sociedad, así como el “enlatamiento” de películas incómodas, entre ellas la inspirada en el libro de Martín Luis Guzmán que ya se mencionó y *Rosa Blanca*, alegoría de la brutalidad con la que las petroleras yanquis se hicieron de algunos campos en Veracruz.

En un libro de 2012, Allan Riding explora la relación del artista y la política a partir de la experiencia de creadores europeos y latinoamericanos. “Entiendo que el artista tiene derecho a decir: ‘yo estoy haciendo poesía o pinto cuadritos de colores para mí’, pero una vez que asume un papel público, con ello vienen responsabilidades”, dice y explica:

Veía que los escritores estaban en gran parte cumpliendo una función. Por un lado, tenían la fama, el prestigio, los privilegios, los premios, pero cuando llegaban los momentos difíciles, cumplían una responsabilidad, hablando por los que no pueden hablar; denunciando, como disidentes, a veces desde el exterior. [...] Esa actitud ante el poder me interesó siempre.

En el caso de México, Riding —quien durante años fuera corresponsal del *New York Times* en nuestro país y autor de un libro frecuentemente citado, *Vecinos distantes*— revela que Carlos Fuentes le explicó un poco la relación del intelectual con el poder, viniendo del centralismo monárquico, el catolicismo, la Iglesia. “Todo el sentido de un cierto rito o relación con el poder, el intelectual era opositor al poder, pero también en relación siempre con él”.

Un contemporáneo que ha vivido en carne propia las consecuencias políticas desatadas por una obra de arte es Salman Rushdie. De 1989 a 1998 vivió oculto, huyendo de la *fatwa* (condena religiosa) con que el clero fundamentalista iraní respondió a la “blasfemia” de su

novela *Los versos satánicos*. Los *ayatolas* llegaron a ofrecer más de tres millones de dólares de recompensa a quien asesinara al renegado del Corán.

Pero como él mismo se encarga de recordarnos en *Memoria de Joseph Anton*, el libro que recoge sus experiencias durante ese tiempo, si bien el encuentro del arte y la política no es siempre afortunado, el personero del poder puede pasar al olvido, pero la obra del creador permanece para las generaciones futuras. Es el caso del exilio y después la muerte de Ovidio ordenados por el emperador César Augusto, la muerte de Ósip Mandelstam en los campos de trabajos forzados de Stalin o el asesinato de Federico García Lorca por los falangistas. Rushdie (2012) llega a la conclusión de que tal vez el arte se cuida a sí mismo, y son los artistas quienes necesitan defensores. “De aquí a cien años”, solía decir con ácido humor Carlos Fuentes, “nadie recordará los nombres de encumbrados funcionarios” (Velasco, 2012).

En América Latina, como bien ha señalado el poeta y escritor argentino Edmundo Murray (comunicación personal, 2007), este dilema adquiere matices propios:

La literatura anglo y europea considera que quien escribe sólo debe hacer eso, escribir. Nada de periodismo, política o activismo. MacLeish deja bien claro desde qué perspectiva escribe. Acá los escritores, allá el resto del mundo. En América Latina la literatura es ancilar a la cotidianidad de nuestras vidas. No se concibe el escritor puro, a la Borges. Pero hay otra clave, que es la diferencia fundamental entre la poesía y la literatura del mundo anglo-euro con la del mundo latinoamericano. Dice MacLeish en tiempo futuro que para los poetas *'American as well as English... the time is near'*. Pero a esa altura del partido unas cuantas decenas de poetas ya habían dado la vida en América Latina por causas políticas; y ni hablar de las centenas de políticos que en algún momento de su vida incursionaron por la poesía. Pero digo mal; en nuestra América no hay políticos por un lado y poetas por otro. Es todo una ensalada maravillosa de luces y sombras que a mí me presentan un poeta más humano que el purista de academia o biblioteca. Lo que para MacLeish fue una posibilidad de generaciones futuras, para gente como César Vallejo fue un rito de pasaje tan natural como hacer el amor en un cementerio. La mezcla de periodistas, poetas, políticos, todavía aterra y fascina en algunos antros académicos euro-yanquis.

Cierto. En la República poética latinoamericana -con sus luchas fratricidas, su estela de sangre y dolor, de marginación e injusticia- poco sentido tiene el diletantismo de la responsabilidad social del arte. Quizá, como sugiere Xavier Velasco, ser creador en este lado del mundo es aceptar la urgencia de meterse en problemas (Velasco, 2012) pues como lo expresara Gabriel Celaya (2012), aquí encontramos

POESÍA PARA EL POBRE, POESÍA NECESARIA / COMO EL PAN DE CADA DÍA, [...] MALDIGO  
LA POESÍA CONCEBIDA COMO UN LUJO / CULTURAL POR LOS NEUTRALES / QUE,  
LAVÁNDOSE LAS MANOS, SE DESENTIENDEN Y EVADEN. / MALDIGO LA POESÍA DE QUIEN  
NO TOMA PARTIDO HASTA MANCHARSE.

Alfredo Riquelme (2006) nos recuerda que Neruda —el de la *Incitación al nixonicidio* y *alabanza de la revolución chilena*, obra que es como un mazo poético con el que se asestan sonoros golpes al imperialismo yanqui— no titubeó en poner su arte al servicio de la ideología política que profesó:

“PIEDRA EN LA PIEDRA, ¿EL HOMBRE, DÓNDE ESTUVO?”, MACCHU PICCHU, PUSISTE /  
PIEDRA EN LA PIEDRA, Y EN LA BASE, ¿HARAPO?; Y SE LANZA A LA BÚSQUEDA DE ESOS  
OLVIDADOS “PEQUEÑOS PÁRPADOS” QUE “SE CERRARON” PARA EXIGIR A LA “ALTA  
CIUDAD DE PIEDRAS ESCALARES: “¡DEVUÉLVEME EL ESCLAVO QUE ENTERRASTE!”,  
ESTABLECIENDO UNA COMUNIÓN A TRAVÉS DE “EIDADES CIEGAS, SIGLOS ESTELARES”  
ENTRE LAS VÍCTIMAS DE LA HISTORIA DE ENTONCES, EL POETA Y LOS QUE EN LA  
ACTUALIDAD LUCHAN POR EMANCIPARSE.

En todas las latitudes aparecen expresiones semejantes, como la denuncia de la falsa caridad en el epigrama del alumno de Voltaire Juan de Iriarte (1774), *El señor don Juan de Robres, / con caridad sin igual, / hizo este santo hospital... / y también hizo los pobres,* pasando por la anónima *Mi voz surge en la plenaria / de un Proceso Criminal / como Cargo de Lesa Humana / y a los Sicarios del Mal*, a la denuncia de Bertolt Brecht (1933) sobre la sujeción de los oprimidos a los poderosos:

TEBAS, LA DE LA DE LAS SIETE PUERTAS, ¿QUIÉN LA CONSTRUYÓ? / EN LOS LIBROS  
FIGURAN NOMBRES DE REYES. / ¿ARRASTRARON LOS REYES LOS GRANDES BLOQUES DE  
PIEDRA?

Bien. Hemos establecido el tema general. ¿Pero quién es el poeta sajón al que invocamos en esta reflexión?

### **Un poeta de *lo público***

Archibald MacLeish (1892–1982), abogado, dramaturgo, poeta, funcionario público, redactor de discursos oficiales y estadista, hijo de un modesto emigrante escocés, estudió derecho en Yale. En 1923 abandonó una lucrativa práctica legal en Boston para dedicarse a la poesía en el barrio parisino de St. Michel y pronto se colocó como uno de los más distinguidos creadores de su generación. De regreso a Estados Unidos ocupó diversos puestos públicos: bibliotecario del Congreso,\* subsecretario de Estado, director de la Oficina para la Información de Guerra, jefe de la delegación estadounidense a la conferencia inaugural de la UNESCO y profesor en la Universidad de Harvard. Todo ello sin abandonar la tarea creativa. Esto lo coloca en un territorio peculiar en donde son compatibles la vida pública y política con la existencia íntima de la creación poética.

En “La poesía y prosa públicas de Archibald MacLeish”, David Barber (1988) recuerda que en 1931 el artista concibió una meta para toda su vida: generar una imagen de lo humano en la que los hombres pudieran creer de nuevo, imagen que tanto en su versión doméstica como mundial “expresaría y por lo tanto adelantaría la democracia, la coherencia cultural, la hermandad y el potencial humano”.

“¿Cómo lograr esto?”, se pregunta Barber. Y responde que la vida misma de MacLeish arroja la respuesta: “Se consideraba poeta en primer término, pero también fue periodista, funcionario público, productor de radio, profesor universitario y promotor cultural. A lo largo de su vida tuvo como bandera la propuesta de que igual que los productores de radio y los directores cinematográficos, los creadores tienen una función pública que desempeñar. Pero cuando intentó

---

\* Según Phillip Larkin, MacLeish “sacó el polvo de la Biblioteca del Congreso, le dio nueva vida y la hizo funcional”. Y para Bob Dylan, MacLeish era “un hombre que había llegado a la luna cuando la mayoría de nosotros apenas levantábamos del suelo”.

insertar al arte en un proyecto social encontró la más fiera resistencia de quienes consideran que la poesía es “esencialmente íntima y que el poder ensucia todo lo que toca” (Barber, 1988).

Imagino a este irlandés cuarentón, católico, elegante y tenaz, dueño de una pluma deslumbrante, inmerso en su mundo de entreguerras, tocado por el recuerdo de las trincheras en la batalla del Somme, viviendo la vida de un inmigrante en una sociedad blanca, anglosajona y protestante (WASP) que despreciaba a los católicos en general y a los católicos irlandeses en particular. Sus raíces de clase trabajadora lo identificaban con las masas populares y su formación intelectual liberal lo acercaba a los movimientos progresistas.

No deja de ser curioso que haya encontrado irreconciliable la vocación poética con el ejercicio profesional privado, pero no con el servicio público. Ya desde 1924 en su oda *El matrimonio feliz*, había explorado la idea de que la unión de lo ideal con lo real debe producir un sentido de identidad individual más maduro, tema que desarrolló con amplitud en el drama poético *Noboddady*, basado en la historia de Adán y Eva. Esto lo llevará a declarar que el papel del poeta es “la restauración del hombre a su lugar de dignidad y responsabilidad en el centro de su mundo”, pues el arte es “una manera de manejar nuestra experiencia en este mundo de tal modo que la haga reconocible al espíritu”, ya que la verdad en una obra de arte es la verdad de su organización y no otra”.

Entonces, desde la perspectiva de MacLeish, el meollo del asunto no es si la poesía debiera tener que ver o no con la revolución política. “El asunto de fondo es si la poesía y la revolución política son de tal naturaleza, que la poesía pueda tener que ver con la revolución política, ya que se puede proponer que la poesía debiera hacer tal cosa o no debiera hacer aquella [...]: la poesía no tiene más leyes que las de su propia naturaleza”.

### **Poesía, prosa y política**

El ensayo de MacLeish en *The Atlantic* se divide en cuatro apartados. En el primero establece su convicción de que existe un punto de encuentro entre la poesía y la política. En el segundo analiza las características del arte y postula que es una manera de abordar la experiencia personal con el mundo, la cual permite que tal experiencia sea reconocible al espíritu. El tercero es una compleja y profunda disquisición sobre la experiencia poética y cómo, a través de la historia, diversos creadores la utilizaron para clarificar experiencias sociales comunes en un mundo en donde la forma y el significado del momento actual escapa a casi todos. Sigue una

perspicaz reflexión sobre la naturaleza de la poesía frente a la prosa y de ambas en su relación con el arte, que lleva a MacLeish a proponer que no existen ciertas experiencias apropiadas para el arte y otras que no lo son, y que tal limitación tampoco podría considerarse en el caso de la poesía, pues “aquello que la poesía permite reconocer, puede ser cualquier hecho”. La poesía, dice, es a la emoción intensa lo que el cristal a la sal que se condensa, o la ecuación a los pensamientos profundos: liberación, identidad y descanso. Lo que las palabras no logran, puesto que sólo pueden hablar; lo que el ritmo y el sonido no logran como tales pues carecen de habla, lo consigue la poesía, ya que su sonido y su habla son un conjuro único.

Sólo la poesía puede lograr esa fascinación de la mente que razona, esa liberación de la naturaleza que escucha, esa solución de las deflexiones y distracciones de las superficies del sentido, mediante lo cual se admite, se reconoce y se conoce la experiencia intensa. Únicamente la poesía puede presentar las más íntimas y por lo tanto menos visibles experiencias humanas en forma tal que los hombres, al leer, puedan exclamar: ‘Sí... Sí... Así es... Es así como realmente es.’

Advierto que en el ensayo citado, de 1939, MacLeish da la vuelta de tuerca a los remaches del ataúd en el que aparentemente colocó la idea de *arte* una década antes, y que en *Ars Poetica*, de 1926, se traduce en una figura de absoluta pureza: *Un poema no debiera significar / sino ser*. Escapa al alcance de un trabajo tan breve como éste abordar en detalle los pasos de la evolución –o, según algunos, la *involución*– de este autor, pero sostengo que su postura política, inseparable de su ser creativo, refleja el impacto de una relación con el mundo trastocada por causa de una *gran depresión*, un “New Deal” y una segunda guerra mundial en el horizonte. Si bien la explicación profunda habría que buscarla en otra parte, quiero aventurar que MacLeish no tuvo la oportunidad histórica de visualizar con mayor nitidez a la política como el arte de la representación, punto en el que naturalmente se encuentran estos dos ámbitos.

### **El poeta y la revolución**

Desde la proa de la nave del gobierno estadounidense, *of course*, MacLeish lanzó la proclama de la *unidad nacional*. El poeta urgía a poner el arte al servicio del “proyecto

nacional”, como una suerte de argamasa social, un emoliente que atenuaría las contradicciones y allanaría el camino a la igualdad democrática.

Esto le trajo fuego graneado desde las troneras del puritanismo artístico. La resistencia a su propuesta de un “uso social” de la poesía tuvo el más intenso rechazo y durante años sería utilizado en su contra. John Chamberlain escribió que si bien el MacLeish poeta era muy superior al MacLeish funcionario, conforme surgía en él el propagandista, el poeta se diluía. En la parodia de un ensayo del irlandés, Chamberlain recuerda al joven que abandonó un bufete legal en Boston “para postrarse a los pies de Ezra Pound y de T.S. Eliot y aprender el arte de la poesía”, cuando “no había sucumbido a la idea de que el gobierno tiene la misión divina de forzar a los individuos hacia un propósito nacional”.

En 1932 MacLeish puso en verso su visión de un arte al servicio de las causas sociales. En su *Invocación a la musa social* plantea:

SEÑORA\*, ES CIERTO QUE LOS GRIEGOS ESTÁN MUERTOS. / TAMBIÉN ES CIERTO QUE  
AQUÍ SOMOS AMERICANOS: / QUE USAMOS LAS MÁQUINAS: QUE ATISBAR AL DIOS ES  
INUSUAL: / QUE MÁS PERSONAS TIENEN MÁS IDEAS: QUE HAY / PROGRESO Y CIENCIA Y  
TRACTORES Y REVOLUCIONES Y / MARX Y LAS GUERRAS MÁS ANTISÉPTICAS Y ASESINAS  
/ Y MÚSICA EN CADA HOGAR: TAMBIÉN ESTÁ HOOVER.

Y para que no quedara duda del papel del poeta:

SOMOS PROSTITUTAS, FRÄULEIN: LOS POETAS, FRÄULEIN, SON PERSONAS / DE  
VOCACIÓN CONOCIDA QUE SIGUEN AL EJÉRCITO; DEBEN DORMIR CON / LOS REZAGADOS  
DE AMBOS PRÍNCIPES Y DE AMBAS TENDENCIAS. / LAS REGLAS NO LES PERMITEN  
APOYAR A NINGUNO DE LOS BANDOS. / TAMBIÉN ESTÁ ABSOLUTAMENTE PROHIBIDO  
INTERVENIR EN LAS MANIOBRAS. / QUIENES QUEBRANTAN LA REGLA SON INFLADOS  
CON ALABANZAS EN LAS PLAZAS / Y COMO RESULTADO SUS HUESOS SON DESPUÉS  
ENCONTRADOS BAJO PAPEL PERIÓDICO.

A esta invocación, que MacLeish concluye preguntándose si es justo “hacernos un llamado a las armas”, respondió el poeta Allen Tate –su amigo, pero militante del conservadurismo- con “Eneas en Nueva York:

---

\* En castellano en el original.

SÍ LO ES: EL USO DE LAS ARMAS ES LA PROPIEDAD / DEL ARMA ADECUADA. ES LA PROPIEDAD LA QUE TRAE / VICTORIA A LA QUE NO SE ALUDE EN DAS KAPITAL. / CREO QUE NO HAY MÁS QUE UNA GUERRA VERDADERA / ASÍ QUE PROCEDAMOS, COMO LO DESEAS, A PERFECCIONAR NUESTRO OFICIO” (LEHMAN, 2006: P. 448).

Desde el romanticismo hay una clara modificación en la manera de percibir la naturaleza de la poesía, pues como bien apunta Allan Bloom, cuando alguien propone una interpretación política de la poesía se hace sospechoso de querer usarla como arma ideológica o de traficar en doctrinas extranjeras, como las de Marx o Freud, o de “ideas exóticas”, para emplear la siniestra terminología del México autoritario. Ciertamente que Bloom analiza el componente político en la obra de Shakespeare, pero sus observaciones son útiles para desentrañar el aparato creativo atemporal. Así, parece acercarse al pensamiento de MacLeish cuando sostiene que el hombre educado y de pasiones políticas está en mejor posición para asimilar el entramado profundo del teatro del bardo de Stratford-upon-Avon. Creo que el paralelismo está en la siguiente sentencia de MacLeish (1939: p. 827): “La verdadera maravilla no es aquella que los diletantes literarios dicen sentir: la de que la poesía deba ocuparse tanto de un mundo público que tan poco le concierne. La verdadera maravilla es que la poesía se ocupe tan poco de un mundo público que le concierne tanto”.

Un repaso histórico nos hace presumir que no se pone en entredicho ni se estigmatiza la relación de la poesía y la política. Lo que parece no perdonársele al poeta es avalar un sistema. Esto daría sentido a la transformación de MacLeish y su defensa de la pureza, porque se trata de una pureza que se le exige socialmente a la poesía. Resulta inevitable el paralelismo entre MacLeish y el politólogo y ensayista Isaiah Berlin; ambos fueron fustigados por su desempeño como servidores públicos y su producción desestimada por este hecho: su pluma había perdido la pureza.

Se considera intrínseca a la poesía su naturaleza contestataria y ocuparse de lo público parece ser aceptable sólo en un sentido crítico, punto que entraría en contradicción franca con la pureza, pero tal hecho no se cuestiona.

Antonio Gramsci concedía valor al desempeño de los intelectuales porque consideraba que su vínculo con la producción y la política les hacía incidir en la relación entre la estructura y la superestructura de una sociedad determinada, y denominó *intelectuales orgánicos* a quienes

cumplían el papel de colaborar para mantener la estabilidad de un sistema, definición que a la postre adquiriría un rasgo peyorativo. Recordar a Gramsci también exige traer a la memoria la reflexión sartreana acerca de que el marxismo demuestra que Valéry era un escritor pequeñoburgués pero no puede explicarnos por qué todos los intelectuales pequeñoburgueses no son Valéry.

Los poetas y la poética cumplen su papel cuando cuestionan o se rebelan ante ciertas circunstancias de su tiempo; es el genio que rechaza las normas, que sufre la incompreensión de sus contemporáneos aunque sea reivindicado más tarde y llamado visionario. Son los *poetas malditos*, los que rechazan vivir de acuerdo con las reglas del grupo en el que le tocó vivir y reivindican la creación como el único fin válido.

En otra categoría estarían los poetas que colocan su arte al servicio de causas sociales, la poesía como arma de lucha. Casi todos ellos han padecido la censura debido a la “peligrosidad” de sus plumas. La historia ofrece, lamentablemente, cientos de ejemplos y distintos grados de censura: Giordano Bruno llevado a la hoguera por la Santa Inquisición; Stendahl, Flaubert, Brecht y Cardenal usaron el arte como instrumento de concientización política. Están también los poetas revolucionarios, los que hacen coincidir la lucha política con la producción poética como Martí, Huidobro o Miguel Hernández.

¿Hasta qué punto le asistía la razón a Gramsci cuándo decía que los *intelectuales orgánicos* no hacen literatura sino libelos? ¿Dónde está la frontera entre poesía y adoctrinamiento, cuál línea divide a la política de la creatividad artística?

Como se ve, se ha dicho mucho sobre las vicisitudes de la relación entre política y poesía, pero no hay nada concluyente.

## **Referencias**

- Barber, David. (1988, fall), “In search of an ‘Image of Mankind’. The Public Poetry and Prose of Archibald MacLeish”, *American Studies*, No. 2, Vol. 29, pp. 31-56.
- Brecht, Bertolt (1933), *Preguntas de un obrero ante un libro*, <http://www.bauleros.org/obrero.html>, consultado el 14 de abril de 2012.
- Bloom, Allan. (1960, june), “Political Philosophy and Poetry”, *The American Political Science Review*, No. 2, Vol. 54, pp. 55-63.

- Celaya, Gabriel. (2012, noviembre), “La poesía es un arma cargada de futuro”, *Artepoética*, [www.artepoetica.net](http://www.artepoetica.net), consultada el 17 de marzo de 2012.
- De Iriarte, Juan (1774), *Obras sueltas de don Juan de Iriarte*, Madrid.
- Gelbenzu, José María (2012), “Gran literatura, y nada más”, *El País*, 11 de diciembre.
- Lehman, David. (2006), *The Oxford Book of American Poetry*, New York, Oxford University Press.
- MacLeish, Archibald. (1939, june), “Poetry and the Public World”, *The Atlantic Monthly*, No. 6, Vol. 163, pp.823-830.
- Id... el matrimonio feliz  
(1932) *Invocation to the Social Muse*, Poetry Foundation. Traducción propia.
- Poetry Foundation, The. (2012), *Archibald MacLeish*, en [www.poetryfoundation.org](http://www.poetryfoundation.org) consultado el 30 de junio de 2012.
- Reinoso, José (2012), “El Nóbel no debería ser un instrumento político”, *El País*, 11 de diciembre.
- Riding, Allan (2012), *Y siguió la fiesta: la vida cultural en el París ocupado por los nazis*, Crítica, Madrid.
- Riquelme Segovia, Alfredo (2006), “Poesía y Política en Pablo Neruda”, *Archivo Chile*, Centro de Estudios Miguel Enríquez, Chile.
- Rushdie, Salman (2012), *Joseph Anton: a Memoir*, Random House, New York.
- Velasco, Xavier. (2012, 1 de diciembre), “Huellas de narrador”, *La Jornada*, México, D.F.
- Vicente, Alex (2012), “Premio Nobel de literatura y política”, *El País*, Madrid, 11 diciembre.

**M**is avezados lectores se percatarán de que parafraseo el título del famoso ensayo *Weberiano*. Esto, pues me parece que las consideraciones sobre la función de artistas y políticos entran en el mismo territorio planteado por el viejo profesor, quien con más claridad que nadie observó que los gobernantes viven en la permanente angustia de ganarse el reconocimiento de sus gobernados (súbditos, ciudadanos, protegidos, lacayos), y que esto los moldea en la convicción de que la política es, dijera la profesora Johannsen, “el mundo en el que los demonios andan sueltos.”

Ahora bien, no pretendo insinuar que todos los artistas sean “demonios” para los políticos, pero si examinamos cualquier época encontramos que artistas y gobernantes son ingredientes de un cóctel explosivo, una dupla catastrófica... y no por culpa del arte. El espíritu crítico que suele acompañar al quehacer artístico irrita al poder, y sus personeros no tienen reparo en utilizar métodos sutiles o burdos para acallar a los artistas cuando se les considera un peligro.

La censura es como una espada de Damocles que se cierne sobre los artistas. Lo único que cambia es el contexto, el personaje que la empuña y a veces el grosor de la cuerda que la sostiene. Desde la quema de libros de alquimia en la biblioteca de Alejandría ordenada por el emperador Diocleciano hasta la declaración de *persona non grata* al escritor alemán Günter Grass hecha por gobierno israelí en 2012, la historia registra numerosos casos de censura a los artistas cuando expresan, ellos mismos o a través de sus obras, opiniones adversas a algún interés político.

En aquel año, funcionarios hebreos enfurecidos promovieron que se negase al premio Nobel la entrada al país en represalia o “castigo” por el poema *Lo que hay que decir*, donde fustiga la política israelí. En el poema se lee:

¿POR QUÉ HE CALLADO HASTA AHORA? / PORQUE CREÍA QUE MI ORIGEN / MARCADO  
POR UN ESTIGMA IMBORRABLE / ME PROHIBÍA ATRIBUIR ESE HECHO, COMO EVIDENTE /  
AL PAÍS DE ISRAEL, AL QUE ESTOY UNIDO / Y QUIERO SEGUIR ESTÁNDOLO. / ¿POR QUÉ  
SÓLO AHORA LO DIGO, / ENVEJECIDO Y CON MI ÚLTIMA TINTA: / ISRAEL, POTENCIA  
NUCLEAR, PONE EN PELIGRO / UNA PAZ MUNDIAL YA DE POR SÍ QUEBRADIZA? / PORQUE  
HAY QUE DECIR / LO QUE MAÑANA PODRÍA SER DEMASIADO TARDE, / Y PORQUE —  
SUFICIENTEMENTE INCRIMINADOS COMO ALEMANES— / PODRÍAMOS SER CÓMPlices  
DE UN CRIMEN / QUE ES PREVISIBLE, POR LO QUE NUESTRA PARTE DE CULPA / NO PODRÍA  
EXTINGUIRSE / CON NINGUNA DE LAS EXCUSAS HABITUALES.

Grass reconoce que le acompaña el estigma de haber pertenecido a un cuerpo de élite nazi, aunque haya dejado en claro que se enroló cuando tenía quince años y el ingreso al ejército era obligatorio. El gobierno de Israel echó mano de este pasado del escritor para descalificarlo. La izquierda alemana exige a Berlín una postura oficial de respaldo al poeta. El diario *Der Spiegel* publicó que es típico de Jerusalén dar respuestas sionistas cuando cree detectar antisemitismo. En Israel han surgido tanto detractores de Grass como grupos que lo apoyan. La polémica ha arreciado porque cada quien toma la porción que más le conviene del conflicto, pues también han salido en defensa del escritor líderes del partido neonazi y el viceministro de cultura iraní le expresó su respaldo.

En otro lugar he propuesto que el arte trasciende a las mordazas de la política. Claro que en un primer momento el puño del censor cae con estrépito sobre el escritorio y en ese mismo instante *Caballería roja* es purgada de las editoriales e Isaac Bábel enviado al paredón; *La sombra del caudillo* se queda en España lo mismo que Martín Luis Guzmán; *Ulises* se confisca en las aduanas y Joyce no obtiene una visa; *Cariátide* es satanizada y Salazar Mallén va a los tribunales; *No me voy a casar* es echada del escenario a punta de pistola y Ngugi wa Thiong'o encuentra alojamiento en el apando de la cárcel más cercana... y un largo etcétera para el que no tengo espacio. Mas al paso del tiempo, Bábel, Guzmán, Joyce, Mallén, Thiong'o y todos los habitantes de mi etcétera, vuelven a nosotros más vivos que cuando caminaron sobre la tierra, mientras que los nombres de sus verdugos, si alguien los recuerda, es con oprobio.

Una revisión somera de la historia arroja episodios fascinantes de crítica artística y políticos refractarios. Cito como ejemplo el cuadro de Edouard Manet sobre el fusilamiento de Maximiliano en el Cerro de las Campanas, uno de cuyos fragmentos hoy podemos apreciar en La Galería Nacional de Londres. El artista pinta a los militares mexicanos con uniformes franceses y con ello nos dice que fueron Francia y Napoleón, no México y Juárez, los responsables de la muerte de Maximiliano y sus generales. El mensaje del conjunto es una acerba crítica a Napoleón III, quien se aseguró de que la pintura no pudiera ser exhibida en Francia. Al Príncipe-presidente le era insufrible el más leve cuestionamiento a su gobierno.

Otras voces se han hecho escuchar en contra de la política armamentista de Israel. ¿Por qué levanta entonces tanta polémica el poema de Günter Grass? Porque se trata de un escritor. El arte entra en conflicto con el poder cuando no se adapta a sus intereses. El caso de Ezra Pound es

ejemplificante. Propagandista de los países del Eje y admirador de Mussolini, no tuvo problemas sino hasta el triunfo de los Aliados, cuando se le juzga por traición.

Los artistas son incómodos cuando no encarnan lo que Antonio Gramsci llamó *intelectuales orgánicos*. Se combate a los “críticos” porque los “neutrales” resultan convenientes a los intereses del poder. Cuando los artistas hacen públicas sus opiniones se les considera más peligrosos pues a diferencia de los políticos, los creadores están investidos de credibilidad y tienen un capital político superior al de quienes se dedican profesionalmente a las actividades públicas. Por eso son combatidos y colocados en el centro de la polémica en un intento por descalificar sus opiniones. Es la misma razón por la que muchos artistas fueron víctimas de la persecución porfirista, hitleriana, estalinista, macartista, videlista, pinochetista y un listado de “istas” más largo que la Cuaresma y que por supuesto no voy a enumerar aquí.

La historia registra muchos casos: José Martí, Jean Paul Sartre, Henry Miller, Guillermo Cabrera Infante, Alejandro Solzenitzin, Jack London, Salman Rushdie, James Joyce, Oscar Wilde, John Steinbeck y una larga, larguísima lista. La censura puede ir desde la prohibición de la obra -decisión que ha afectado especialmente a los escritores- hasta la cárcel o la muerte. Mas la paradoja es que los resultados son casi siempre contraproducentes, lo cual, como ya estudió Weber en el ensayo citado al principio, hace casi divertido ver cómo los políticos recurren a esta práctica una y otra vez.

Tengo la seguridad de que la condena a Grass expedida por los políticos israelíes no refleja el sentimiento mayoritario de un pueblo al que veo más cercano a Amos Oz. Creo además que en materia de censura, nadie puede dejar de alzar la voz, aunque ésta sea minúscula. Martin Niemöller se encargó de recordarnos esto en su doloroso verso:

PRIMERO VINIERON POR LOS JUDÍOS / Y NO DIJE NADA / PORQUE YO NO ERA JUDÍO. /  
LUEGO VINIERON POR LOS COMUNISTAS / Y NO DIJE NADA / PORQUE YO NO ERA  
COMUNISTA. / LUEGO VINIERON POR LOS SINDICALISTAS / Y NO DIJE NADA / PORQUE YO  
NO ERA SINDICALISTA. / LUEGO VINIERON POR MI / PERO YA NO QUEDABA NADIE / PARA  
HABLAR POR MÍ.

## Conflicto, democracia y medios

La década que transcurre de 1961 a 1971 fue particularmente intensa para Estados Unidos y su relación con el mundo. El reordenamiento geopolítico que se da en aquellos años de la *guerra fría* tuvo consecuencias profundas en la sociedad estadounidense y redefinió la relación de la prensa con su gobierno. Diversos hechos dieron el contexto social y político de la época: la abortada invasión a Cuba en Playa Girón en abril de 1961, la “crisis de los misiles” en Cuba de agosto de 1962, el asesinato de Kennedy en 1963, y la *filtración* de un expediente sobre el conflicto en Vietnam en junio de 1971, que pasaría a la historia como “el expediente del Pentágono”.

A lo largo de esa década algunos grandes diarios norteamericanos, particularmente *The New York Times*, se enfrentaron en los juzgados con un gobierno hostil que veía en las revelaciones de la prensa no sólo un peligro para sus políticas domésticas e internacionales, sino el origen de la creciente inquietud social en el país.

Cuando el *Times* estaba a punto de publicar que la CIA había organizado el desembarco de fuerzas anticastristas en Cuba en 1961, el gobierno de Kennedy presionó al diario para censurar la información y no “poner sobre aviso al dictador”. El *Times* se prestó al silencio y quedó una mancha en el honor de la casa. Un año después el episodio se repitió casi sobre las mismas líneas cuando el rotativo se aprestaba a publicar los pormenores de la operación contra las bases de misiles en Cuba –que finalmente no tuvo lugar- y la llamada “cuarentena”, es decir bloqueo, de la isla.

Cuando tuvo lugar la filtración del “expediente del Pentágono”, ya no era el cordial y seductor Kennedy el que tomaba personalmente el teléfono para hablar con “sus amigos” los editores, sino un tortuoso Nixon y un iracundo Kissinger para quienes el escenario no era que el gobierno recurriera al cabildeo sino a la acción legal para detener la divulgación de materiales secretos. Ello puso al *Times* en un dilema. Si cedía a las demandas del gobierno sin recurrir a una defensa jurídica, se confirmaría el precedente de que el interés periodístico se subordina a la

exigencia política, lo cual –se pensó en el diario- conllevaría “devastadoras consecuencias no sólo para el *Times*, sino para el periodismo estadounidense en su conjunto”.

Aunque con el tiempo el valor estratégico de ese fichero fue puesto en duda, su filtración cimbró al gobierno y ocasionó que por primera vez en la historia del país el gobierno se querellara y un Juez Federal emitiera una orden de embargo precautorio de información contra un diario por consideraciones de “seguridad nacional”, el martes 15 de junio de 1971. Como en la demanda sólo se nombraba al *Times*, el *Washington Post* comenzó a serializar resúmenes de los documentos el viernes 18, seguido por el *Boston Globe*. A la espera de la determinación del tribunal superior, el gobierno pidió a esos diarios cesar las publicaciones, pero sin tomar acción legal.

Durante 17 días -del domingo 13 al miércoles 30 de ese mismo mes- el futuro de las relaciones entre la prensa y el Estado se mantuvo en la incertidumbre. Por la tarde de esta última fecha la Suprema Corte de Justicia desestimó, en votación de 6 a 3, los alegatos del gobierno de que la publicación del expediente fuera perjudicial para la seguridad nacional del país, declaró injustificado el embargo precautorio y autorizó al *Times* a proseguir con la serie. Esta decisión sería pivotal para el equilibrio futuro entre la legítima necesidad del gobierno de recurrir a la secrecía en tiempos de guerra y la legítima necesidad de la comunidad de enterarse de las acciones de su gobierno.

La cabeza principal de *The New York Times* del viernes primero de julio de 1972, a ocho columnas, rezaba:

“LA SUPREMA CORTE, 6-3, FALLA A FAVOR DE LOS PERIÓDICOS EN LA PUBLICACIÓN DEL INFORME DEL PENTÁGONO; EL TIMES REANUDA SU SERIE DETENIDA DURANTE 15 DÍAS”.

El gobierno no apeló la decisión de la Suprema Corte, pese a que pudo haber recurrido a otros artículos de la Ley contra el Espionaje. La Procuraduría entendió que el Poder Judicial no fallaría a favor del gobierno en un juicio criminal concerniente a una libertad protegida por la Primera Enmienda.\*

---

\* En el vecino país, esta “enmienda” del texto constitucional garantiza la libertad de expresión.

## Una historia secreta

¿Qué fue -es- el “expediente del Pentágono”? Se trata de un estudio de siete mil páginas en 47 volúmenes oficialmente titulado *Historia del proceso estadounidense de toma de decisiones de política sobre Vietnam: 1945 – 1967*. Fue comisionado en 1967 por Robert S. McNamara, secretario de la Defensa en el gobierno de Kennedy, en un intento de entender el origen del involucramiento norteamericano en Vietnam. Lyndon Johnson, quien asumió la Presidencia al asesinato de Kennedy y luego ejerció un periodo como mandatario electo, no conoció el estudio. A la llegada de Nixon en 1969, el nuevo consejero de Seguridad Nacional, Henry Kissinger, recibió una copia.

McNamara era un “muchacho prodigio” de Harvard que había sido presidente de la Ford Corporation antes de que Kennedy lo hiciera secretario de Defensa. Era especialista en control estadístico y no creía en –ni respetaba- lo impredecible. El suyo era el reino de lo cuantificable y lo medible. No es de extrañar, pues, que hubiese convocado a un equipo de brillantes académicos de todas las disciplinas para desentrañar las causas de un conflicto que desde sus comienzos parecía destinado a ser el Waterloo yanqui en el sudeste asiático, en lugar de atender a las advertencias y las enseñanzas históricas y abrir los ojos a lo que realmente quería el pueblo vietnamita\*. De no ser por este rasgo de carácter que hoy llamaríamos “tecnócrata”, es difícil entender cómo este hombre –de quien se decía que era tan sincero como un profeta bíblico (Tuchman, 1984)-, al igual que el equipo de “the best and the brightest” (“los mejores y los más inteligentes”) que acompañó a John F. Kennedy en su gobierno, creyera que “la democracia” (como la entendían en los EU) se puede imponer mediante las armas. Fue, en palabras de una historiadora, un caso rotundo de ceguera por soberbia e ignorancia de lo humano (Ibíd). Muy propio del carácter de McNamara.

McNamara nombró a Leslie Gelb, director de planificación de control de política de seguridad internacional, como supervisor del estudio. A través de la Rand Corporation, Gelb contrató a 36 militares y expertos civiles e historiadores para escribir las monografías de la investigación. Uno de aquellos expertos fue un egresado de Harvard que se había enlistado voluntariamente en la infantería de marina y servido en Vietnam de 1965 a 1966 llamado Daniel

---

\* Resulta difícil creer que los altos mandos del gobierno no hubiesen estado informados de que en 1945 Mao Tse-tung y Chou En-lai pidieron viajar a Washington para entrevistarse con el presidente Roosevelt, o que Ho Chi Minh quiso participar en las pláticas de paz de París en 1919.

Ellsberg. Tuvo a su cargo la redacción de un capítulo del informe y cuando conoció la totalidad del documento, se convenció de que era su deber hacer público ese testimonio de décadas de mentiras, errores, decepciones y carnicerías del gobierno de su país. A fines de marzo de 1971, entregó una copia a un periodista del *New York Times* a quien había conocido en Vietnam.

Así comenzó la publicación del expediente del Departamento de la Defensa, o los “papeles del Pentágono”, como fueron popularmente conocidos. La primera entrega apareció el 13 de junio de 1971, bajo un encabezado calculado para ser lo menos provocador posible:

“ARCHIVO VIETNAM: UN ESTUDIO DEL PENTÁGONO DOCUMENTA TRES DÉCADAS DE CRECIENTE COMPROMISO DE LOS EU”

William Manchester la calificaría como “la más extraordinaria filtración de documentos secretos en la historia de los gobiernos”.

Pero este evento no tuvo lugar sin cierta dosis de ironía. En el Times se prepararon para la tormenta, pero lo que siguió fue una calma chicha. Como sucedería meses después con Watergate, las primeras reacciones fueron casi de indiferencia. Los grandes diarios y las cadenas de televisión trataron marginalmente la noticia. La Casa Blanca no reaccionó de inmediato. Después de tanta preocupación, de tanto análisis sobre posibles escenarios adversos, horas de consulta con los abogados y preparativos para una batalla legal, el anticlímax fue tal que varios editores del *Times* discretamente pidieron a familiares y amigos que mandaran cartas de felicitación al diario.

Irónicamente, fueron Richard Nixon y Henry Kissinger los responsables de alertar al país sobre la importancia de los documentos. Nixon al principio tomó las cosas con calma, calculando que el daño que la información pudiera causar a los intereses militares y diplomáticos se compensaba sobradamente con la mancha de desprestigio que arrojaba sobre las anteriores administraciones demócratas. Pero Kissinger le hizo cambiar de parecer. El Consejero de Seguridad Nacional presionó para que se denunciara el “robo descarado” y la “revelación no autorizada” pues de lo contrario el presidente daría la imagen de “un debilucho”, además de que la filtración podría “destruir” la capacidad de conducir la política exterior.

Dice mucho del carácter de Nixon este cambio de opinión. Al parecer la conversación con Kissinger también le despertó la paranoia, pues cuando la segunda entrega apareció en el Times, la Casa Blanca ya preparaba su ofensiva. El Procurador General Adjunto se comunicó al diario

para advertir que el estudio del Pentágono sobre Vietnam era un secreto de Estado según lo dispuesto en la Ley Contra el Espionaje, y su divulgación ocasionaría daños irreparables a los intereses militares de Estados Unidos. “Respetuosamente” pidió a los editores suspender la publicación. Estos, “respetuosamente” declinaron aceptar la sugerencia.

### **Legalidad y libertad de expresión**

Está documentado que en los casos de Playa Girón, conocida en EU como “Bahía de Cochinos” y de la crisis de los misiles, fue el dueño y editor del *Times* quien aceptó las solicitudes de la Casa Blanca para no publicar las notas, convencido de que era un asunto de patriotismo y seguridad nacional (Tift & Jones, 1999; Donaldson, 2000)\*.

El asunto del expediente del Pentágono, sin embargo, fue distinto. En primer lugar, el *Times* comenzó a publicar la serie sin que el gobierno sospechara que estaba en posesión del documento y a pesar de las objeciones de sus abogados y de altos funcionarios del periódico que tenían una catástrofe legal y económica para la compañía; por su parte el gobierno de Nixon, ante un hecho consumado, no tuvo más remedio que recurrir a la intimidación legal. El *Post* también desestimó las advertencias de sus abogados y los consejos de algunos editores que tenían la certeza de que se estaba incurriendo en un delito.

Al parecer, el antecedente del silencio de la prensa sobre Playa Girón y las bases de misiles tuvo una consecuencia no prevista en términos de una nueva reflexión sobre los valores de servicio público de la prensa que habían quedado firmemente inscritos en la ética de la profesión en la “Alabanza de los editores” (Franklin, 1731) que cuelga enmarcada en casi todas las redacciones como una suerte de Diez Mandamientos del Periodismo.

En el caso del *New York Times*, el dueño, Arthur Ochs Sulzberger (conocido como *Punch*), se negó a permitir que el Consejo de Administración interviniera en la decisión de publicar o no, y despidió a quien había sido su abogado durante 23 años cuando éste se negó a defender en los tribunales el derecho del diario a publicar documentos clasificados (Tift & Jones, 1999). En el *Washington Post* los editores libraron una batalla campal para convencer a

---

\* Pero Tift & Jones documentaron que durante la última etapa del desarrollo de la bomba atómica, el diario mantuvo el secreto a cambio de que uno de sus colaboradores se integrara al equipo en el laboratorio nacional de Álamo y tuviera libertad para escribir una vez que los artefactos fueran utilizados en el teatro de guerra.

los abogados y a los administradores de que tenían la obligación de dar a conocer esos materiales a la ciudadanía.

Durante 17 días ambos diarios se enfrentaron al gobierno de su país en un ríspido proceso legal. Este se empeñaba en demostrar que en tiempos de guerra la libertad de expresión es una amenaza a la seguridad nacional y por lo tanto a las libertades fundamentales, y aquellos en que precisamente la libertad de expresión es la que fortalece a la nación, particularmente cuando se trata de una guerra no declarada\*.

Dado que para este trabajo lo relevante es el resultado del juicio y no sus pormenores, sólo se apunta, a manera de anécdota, que a lo largo del mismo los periodistas demostraron una y otra vez, más y mejor conocimiento del expediente que los mismos abogados de la parte acusadora e incluso que los altos mandos gubernamentales. Cuando a uno de ellos el juez pidió nombrar la revelación específica que más dañaría la seguridad nacional de los EU y este respondió: la “operación Marigold”, los periodistas presentaron publicaciones, entre ellas una revista *Life*, donde se detallaban los pormenores de la operación; cuando un almirante insistió en que la revelación de ciertos mensajes secretos radiados desde Hanói desataría graves peligros para la Armada, un reportero puso en manos del juez una transcripción de los mensajes impresa por el Departamento de la Defensa (Bradlee, 1996).

Estas anécdotas confirman que, en ausencia de contrapesos, la burocracia encontrará la forma de clasificar como “secretos” los informes meteorológicos. Queda demostrado que Nixon y sus estrategias lograron lo que no pudo hacer por sí mismo el expediente del Pentágono: los medios nacionales se agruparon como uno en defensa del *Times* y el expediente sobre Vietnam se hizo noticia nacional. Los más respetados diarios encabezaron la defensa y pronto entraron al verdadero fondo del asunto: la relación de los medios con el gobierno y el papel que juegan en una sociedad democrática.

*Punch* y su equipo de pronto se convirtieron en los héroes del momento. En el diario los colaboradores comenzaron a usar distintivos que rezaban: “Libertad para los XXII del Times” en alusión a los 22 ejecutivos y funcionarios que el gobierno federal había acusado en el juicio. Cuando un grupo de empleados se presentó en un conocido restaurante neoyorquino, la clientela los aplaudió de pie. Un cartón de Bill Mauldin en el *Chicago Sun–Times* presentó a una persona

---

\* Lo de Vietnam fue una “intervención”, sin declaratoria de guerra por parte del Congreso.

leyendo en un diario “La verdad sobre Vietnam” bajo un haz de luz con el logotipo del *Times* (Tift & Jones, 1999).

### **Triunfo de la libertad**

El caso del Expediente del Pentágono fue un hito en la historia de la libertad de prensa estadounidense y causa importante para entender el antecedente que dio, dos años más tarde, la firmeza al *Washington Post* para sostenerse en una empresa periodística tan aparentemente fútil como fue en sus inicios Watergate.

Así lo recuerda uno de los principales protagonistas:

Creo que ninguno de nosotros realmente comprendió la importancia que tuvo para la gestación de un nuevo *Washington Post* la decisión de publicar [los documentos]. Sé que yo no. Yo quería ir a prensas porque estaba en posesión de [...] la mayor historia periodística en diez años. Eso es lo que hacen los periódicos: se enteran, reportean, verifican, escriben y publican. Lo que no comprendí [...] fue la dimensión del cambio en el *Washington Post* y cómo impactó a reporteros y editores en todo el mundo atestiguar la independencia, determinación y confianza que había adquirido en el cumplimiento de su misión. En los días siguientes esos sentimientos se exacerbaban: un periódico que se mantuvo firme ante cargos de traición. Un periódico que no vaciló al ser acusado por el presidente, por la Suprema Corte, por el Procurador General y por un insignificante Subprocurador. Un periódico que mantuvo la frente en alto, comprometido firmemente con sus principios (Bradlee, 1996).

### **La nariz de Cleopatra**

En el reino de la imaginación siempre quedará la posibilidad de que otro pudo haber sido el desenlace de este episodio. Una variante de la sentencia de Pascal que nos previene contra la humana inclinación a las suposiciones más o menos ilustradas (¿sería otra la historia de Occidente si la nariz de Cleopatra hubiese sido un poco más corta?) en el modelo que compete a este trabajo sería: ¿si la responsabilidad editorial tanto en el *Times* como en el *Post* hubiese estado en manos de gerentes y no de periodistas, el desenlace hubiera sido el que conocemos?

Las familias propietarias de *The New York Times* y *The Washington Post*, respectivamente los Sulzberger y los Graham, históricamente se vieron a sí mismas como depositarias de un bien público. Entre sus integrantes había consenso de que la familia se reservaba la última palabra cuando había que decidir en asuntos concernientes al papel de los diarios en la defensa de las libertades ciudadanas.

En el caso del Times, estaban convencidos de que no sólo el periódico, sino el país, perderían estabilidad y continuidad si la familia abdicaba del derecho a tomar decisiones contrarias al mercado. ¿Qué sucedería -se preguntaban- si al frente de la compañía estuviera un administrador que considerara que su principal responsabilidad era con los accionistas y no con los ciudadanos? ¿Cómo se habría alterado la historia si la decisión de publicar el expediente del Pentágono hubiese recaído en un administrador y no en Punch?

Parecieran preguntas ociosas. Pero no lo son para quienes han estudiado el papel de los diarios frente a las crisis en diferentes países: *México 68*, por ejemplo.

## **Referencias**

- Bradlee, Benjamin C. (1996). *A Good Life. Newspapering and Other Adventures*. Touchstone. Simon & Schuster, Inc. New York.
- Donaldson, Roger (2000). *Thirteen Days*. Producción cinematográfica.
- Franklin, Benjamin (1731). *An Apology for Printers*.
- McNamara, Robert (1996). *In Retrospect*. Random House, p. 260. New York.
- Tift, Susan E. & Jones, Alex S. (1999). *The Trust. The Private and Powerful Family Behind The New York Times*. Little, Brown and Company. Boston.
- Tuchman, Barbara W. (1982). *Practicing History. Selected Essays*. Ballantine Books Trade Edition. New York.

## Sobre el papel de los medios en la fijación de la agenda política

Al colocar en la conciencia colectiva ciertos temas, los medios les dan vigencia y orientan la discusión y la reflexión de sectores de la ciudadanía. Esta socialización funciona en dos sentidos y está vinculada al conjunto de valores, creencias y prejuicios de las audiencias (Lippmann, 1922), aunque también se relaciona con el nivel de información. Esto se puede ver claramente en el caso Watergate. Cuando a mediados de 1972 el *Washington Post* introdujo y mantuvo Watergate en las noticias, la agenda pública no incorporó el tema de manera inmediata o significativa. Cuando las circunstancias sociales y políticas de Estados Unidos cambiaron y se extendió por el país la noción de que el gobierno de Nixon había mentado sistemáticamente, la opinión pública fue más receptiva y entonces la prensa\* sí pudo colocar en la agenda pública al caso Watergate.

El concepto de que la sociedad busca referencias para entender los acontecimientos del momento no era nuevo. Lippmann (ibíd.) había concluido que las audiencias son condicionadas en sus actitudes no sólo por lo que se inclinan a creer, sino por los temas que están en el inconsciente colectivo. En ese sentido, la prensa quizá pueda no ser muy eficaz en decir a los lectores qué pensar, pero sí lo es en proponer los temas para la reflexión\*.

Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972) estuvieron entre los primeros en utilizar académicamente el término “fijación de la agenda” (FA). Sugirieron la idea de que si bien la

---

\* En aquellos años la prensa escrita era la principal fuente de información. Aunque ya la TV había demostrado su capacidad de movilización (debate Kennedy — Nixon, cobertura del conflicto en Vietnam), los diarios eran la referencia obligada para la clase política y los sectores más politizados de la sociedad.

\* La propuesta de que los medios no le dicen a la sociedad *cómo* pensar pero sí en *qué* pensar la han sostenido los autores citados en el texto, pero lo que no está garantizado es que esas intencionalidades se transmitan de la misma manera en que las proponen los medios, pues pasan por el tamiz de los valores, las posturas políticas, ideológicas y por la información disponible. Los medios impresos trabajan más sobre la argumentación del *por qué* pensar de un cierto modo y los medios electrónicos sobre la parte *emotiva*.

prensa tenía la capacidad de colocar en el ambiente social ciertos temas, son los individuos quienes los eligen y eventualmente procesan.

La FA es una teoría que se instrumenta a partir de investigación cuantitativa y plantea hipótesis en dos niveles: primero, respecto a los temas que son relevantes y segundo, sobre aquellos segmentos de la información que tendrán mayor penetración en las audiencias.

En otras palabras, la primera parte del proceso comprende los temas que los medios proponen a la sociedad y en la segunda se aprecia la influencia que esos temas realmente tuvieron en términos de la fijación de una agenda pública. En un tercer momento la FA analiza la influencia que la agenda pública tiene sobre la agenda política.

La FA establece que cuando hay una alerta social sobre un tema en particular, los medios influirán sobre las audiencias respecto a ese tema. McCombs y Shaw confirmaron el hallazgo de Lippmann de que las audiencias asimilan mejor aquellas informaciones y opiniones que no amenazan sus convicciones preexistentes. Esto refuerza el poder de los medios para sugerir temas para la agenda en los segmentos de audiencia sobre los que tienen influencia. La FA toma en cuenta la capacidad de los medios para colocar en el ambiente los temas de reflexión, y reconoce que los individuos conservan su capacidad de elección. Esto se comprueba a diario en la selección de un noticiario de radio y televisión o de un determinado periódico. Los medios por su parte están atentos a las demandas de información de sus consumidores y les sirven noticias que convaliden sus expectativas.

Lippmann vio que la prensa no puede suplir a las instituciones políticas. Mejorar los sistemas de recolección y presentación de las noticias no es suficiente, pues verdad y noticia no son sinónimos. La función de la noticia es resaltar un hecho o un evento. La de la verdad, sacar a luz datos ocultos. La prensa, en una afortunada metáfora de Lippmann, es como un faro cuyo haz de luz recorre incesantemente una sociedad e ilumina momentáneamente, aquí y allá, diversos episodios. Y si bien éste es un trabajo socialmente necesario y meritorio, es insuficiente, pues los ciudadanos no pueden involucrarse en el gobierno de sus sociedades conociendo sólo hechos aislados\*.

---

\* Siguiendo la metáfora del faro, hoy resulta que con el *internet* aparecen muchos *faros*. Surge entonces una paradoja: las audiencias se vuelven depositarias de múltiples trozos de información, la iluminación momentánea se multiplica y con ello hace más complejo el papel de los medios.

## ¿Quién fija la agenda?

Muy pocas personas presenciarán una crisis, pero millones se enterarán por los medios: este aforismo es como un traje a la medida para el *affaire* Watergate. Su consecuencia más conocida, la renuncia de Richard Nixon a la Presidencia de Estados Unidos, es un hito en el estudio de la relación de los medios con el Estado y como agentes para la fijación de las agendas sociales y políticas.

En su clásico *La construcción de un presidente*, Theodore White estableció que “El poder de la prensa en EUA es primordial. Establece la agenda de la discusión pública; y este omnímodo poder político no está restringido por ninguna ley. Determina lo que la gente hablará y pensará, un mandato que en otras naciones se reserva a los tiranos, los sacerdotes, los partidos y los mandarines”.

Pero el conocimiento que las audiencias tienen de la realidad a través de los medios siempre es fraccionado. Las noticias en la televisión se seleccionan de acuerdo a criterios editoriales que muchas veces no resistirían un análisis, lo mismo que la elección y jerarquización de las informaciones en los diarios. La duración de las notas (o el espacio, en el caso de los medios impresos), la agenda editorial, los intereses de la empresa, lo que los editores perciben como las demandas de las audiencias, la elección de los temas políticos y sociales a cubrir, y otros factores, constriñen el conocimiento de los asuntos políticos de las masas a una pequeña muestra del mundo político real.

Michels planteó que la prensa no puede ejercer una influencia inmediata sobre la audiencia, como la que sí tienen los agitadores populares. En compensación, no obstante, el círculo de influencia de la palabra escrita es mucho más amplio. La prensa puede ser eficaz para influir en la opinión pública mediante el culto de una “sensación”, término quizá tomado por Michels de la reflexión sobre el ambiente social propuesta por Hamilton, Madison y Jay en *El Federalista* y con el tiempo modernizado en terminología pero conservado en el ADN de la teoría de las agendas.

Durante los primeros meses del caso Watergate a partir de junio de 1972, la sociedad estadounidense tenía una agenda favorable al gobierno y al liderazgo de Nixon. Bradlee lo reconoce con un aire de enternecedor candor: “[Cuando la televisión] retomó y difundió [los dos

primeros] reportajes [de Watergate, estos] tuvieron un poderoso impacto en todos los ámbitos (...) menos en el electorado”.

### **Contexto histórico y político de Watergate**

A finales de la década de los sesenta Estados Unidos era un país que vivía en una suerte de paradoja. Resentía en su territorio el reflejo de la ola de protestas que recorrió al mundo en el 68, y vivía un gran descontento interno. Los asesinatos de los hermanos Kennedy y de los dirigentes civiles Martin Luther King y Malcom X; la guerra en Vietnam, el Muro de Berlín, la Guerra Fría, las tensiones con Cuba y la proliferación nuclear; los movimientos pro derechos civiles y una creciente inquietud en las universidades, fueron algunos de los hechos que en aquellos años hicieron pensar a muchos que la nación había extraviado el rumbo.

Al mismo tiempo, en el imaginario colectivo estaba también impresa la noción de que el país era en todos los sentidos la potencia sin par. Al desatarse la *carrera espacial* entre la URSS y Estados Unidos en 1957 con el lanzamiento del primer satélite artificial de la tierra, el *Sputnik*, los gringos pudieron responder golpe a golpe en el mismo terreno hasta confirmar su predominio científico y tecnológico.

Aquellos fueron los años del primer trasplante de corazón, de la expedición de la ley que dio a los negros el derecho al voto, del comienzo del retiro de las tropas en Vietnam, de la normalización de las relaciones con la República Popular China y con la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas y el inicio de pláticas para la restricción nuclear.

El presidente Nixon gozaba de una enorme popularidad. Acuñó el término “la mayoría silenciosa” —los indecisos, se diría hoy- y ensanchó su base de apoyo con promesas de paz en Vietnam que llegaron al corazón de aquella “mayoría”.

En 1972 su popularidad alcanzó nuevas cimas. En febrero de ese año se reunió en Pekín con el premier Mao Tse Tung\* para formalizar relaciones diplomáticas y en mayo con el premier Nikita Kruschev en Moscú para firmar los acuerdos para limitar la proliferación de armas nucleares<sup>+</sup>. En lo interno, promovió legislación para mejorar el transporte, elevar los beneficios

---

\* En 1970 el periodista Edgar Snow, amigo personal de Mao, fue el conducto para informar que Nixon sería bienvenido en China ya fuera como presidente o como ciudadano privado. De ahí siguió la visita secreta de Kissinger a China en 1971. Snow, autor del señero *Estrella roja sobre China* (1938), falleció una semana antes del viaje de Nixon.

<sup>+</sup> Los acuerdos SALT (siglas de *Strategic Arms Limitation Talks*, en inglés «conversaciones sobre limitación de armas estratégicas») fueron los firmados al final de cada una de las negociaciones llevadas a cabo entre los EUA y la URSS para limitar

de la seguridad social, combatir el crimen, reorganizar el servicio postal, bajar la edad electoral de los 21 a los 18 años, aumentar la participación fiscal de los estados, proteger los recursos naturales y fortalecer la economía.

En enero del 72 autorizó el inicio del *Programa Trasbordador*, que habría de ser el eje de todos los esfuerzos yanquis en la conquista futura del espacio exterior.

### **Se construye la agenda**

Watergate no fue un elemento significativo en la agenda de los electores en particular ni en la de la ciudadanía en general durante 1972. No fue una gran sorpresa, así, que el 7 de noviembre de 1972 el electorado le diera a Nixon el más amplio margen de votos en la historia para un segundo periodo presidencial. Los estadounidenses en aquel momento tenían en la mente, para citar a Lippmann, imágenes distintas a las que les proponía el *Washington Post*. Watergate se hizo parte de la agenda social y comenzó a presionar a la agenda política cuando el electorado percibió que Nixon y sus colaboradores mintieron deliberadamente y los pormenores de la conspiración comenzaron a trasminar.

Al interior y en torno del asunto Watergate, desde la fecha del allanamiento de las oficinas del Partido Demócrata en el edificio que le dio nombre al episodio, hubo varias agendas que funcionaron independientemente: la del Comité para la Reección del Presidente, para encubrir a toda costa los orígenes, montos y mecanismos de distribución de fondos, y la vinculación de sus directivos con el grupo de “los plomeros”; la de la Casa Blanca, para ocultar la verdad y utilizar las herramientas que fuesen necesarias para evitar que se hiciera pública la conspiración; la de los republicanos, centrada en la defensa de Nixon y la descalificación del *Post*; la de los demócratas, para utilizar las informaciones de los medios para desgastar a la administración Nixon y, en el 74, sustentar el inicio de los procedimientos legislativos para defenestrar al Presidente.

Hubo una agenda que no se conoció sino hasta 34 años después: la del estrambótico personaje conocido como “Garganta Profunda”, proveedor de información privilegiada y vital para los reporteros del *Washington Post* Woodward y Bernstein a lo largo del caso Watergate.

---

las armas nucleares estratégicas y frenar la carrera armamentística. Hubo dos rondas, SALT I, en Helsinki y Viena, y SALT II en Viena.

Hoy sabemos que se llamó Mark W. Felt, segundo de a bordo del Buró Federal de Investigaciones (FBI por sus siglas en inglés), y que operó no por amor a la verdad y para preservar los valores de la gran nación, sino como reacción al nombramiento de Patrick Gray, un extraño a la comunidad de inteligencia, como sucesor de J. Edgar Hoover. Cuando los mandos de carrera se quejaron de que ello dañaría al aparato de seguridad interna del gobierno, Felt utilizó su contacto con los reporteros del *Post* con el propósito, según se desprende de la recapitulación de Woodward (2005), de empatar con la suya la agenda de un medio que a su vez estaba modelando la agenda social\*.

Watergate en sus inicios, por lo menos de junio a octubre de 1972, estuvo casi exclusivamente en la agenda del *Washington Post*. A Katharine Graham, la dueña y editora, le advertían desde diversos ambientes que su empresa corría el peligro del ridículo y del escándalo al sobredimensionar la importancia de un “robo de tercera”.

Por lo menos hasta el tercer cuatrimestre de 1973 no hubo en otros diarios de gran circulación una reacción en cadena respecto a las informaciones de Watergate publicadas por el *Post*<sup>+</sup>. En este sentido se confirma el precepto de que no basta que un tema aparezca frecuentemente en las noticias para hacerlo parte de la agenda. Si no aparece resaltando algún aspecto de un problema, o si sólo se resaltan sus aspectos positivos, el asunto pierde urgencia y, por lo tanto, la agenda se desinfla. Si, por el contrario, el tema muestra cada vez una cara distinta, la agenda se refuerza (Schoenbach & Semetko, 1992).

### **Prueba del crimen y desenlace**

Casi desde el día del allanamiento Nixon negó tener conocimiento personal de los hechos. En su segundo periodo, a partir de noviembre de 1972 y conforme su capital político comenzaba a desbarrancarse conforme las dimensiones de la encubierta se hacían públicas y se profundizaba el descontento en la sociedad por el derrotero del país en lo interno y externo, recurrió a todas las

---

\* Mientras Michaels afirma que la prensa no puede ejercer una influencia inmediata sobre la audiencia como la que sí tienen los agitadores populares, White sostiene que la prensa tiene un poder omnímodo para fijar agenda. Esta disonancia (que debe valorarse a la luz del diferente contexto histórico que da medio siglo de diferencia), ilustra que se trata de una relación compleja que tiene una vinculación innegable con el papel de la clase política frente a la agenda de los medios (como lo ejemplifica la actuación de “Garganta Profunda”), pues de otro modo toda la narración del asunto Watergate podría haber quedado como una anécdota.

<sup>+</sup> Los editores del *New York Times* reconocieron después que no entendieron las implicaciones de Watergate, y aparentemente ello explicaría la tenacidad que el diario desplegó años después en el curso del escándalo “Whitewater” un negocio inmobiliario poco claro que involucró a Hillary y William Clinton durante la presidencia de éste.

argucias que en el pasado le habían salvado la vida política. Negó públicamente, en todos los foros y tonos, tener conocimiento de que se había violado la ley. Dio golpes de mano y despidió a colaboradores cercanos. Recurrió a medidas de distracción de la opinión pública. Pero casi a diario se conocían nuevos y más graves detalles del complot, principalmente en las páginas del *Washington Post* y de la revista *Time*.

La existencia de una serie de grabaciones secretas e ilegales en el Despacho Oval de la Casa Blanca salió a la luz durante una comparecencia en la comisión senatorial que investigaba Watergate y el camino al despeñadero se hizo cuesta abajo. Nixon vigorizó su defensa. Cesó al fiscal especial que había sido nombrado para investigar la posible comisión de delitos y con ello provocó la renuncia de los dos principales funcionarios del Departamento de Justicia. El nuevo fiscal resultó tan implacable como el anterior. El presidente estaba acorralado. Tuvo que entregar un lote de cintas. Una de ellas estaba borrada a lo largo de 18 minutos y medio\*. Se confirmó, sin lugar a dudas, que Nixon no sólo estuvo enterado del allanamiento a las oficinas del Partido Demócrata sino que autorizó esa operación.

Los diarios del martes 23 de octubre de 1973 publicaron la noticia a ocho columnas: “Nixon entregará las grabaciones. El presidente acepta obedecer a los tribunales”

Las dudas se despejaron. El presidente de Estados Unidos estuvo al tanto del “operativo Watergate”, como demostró la transcripción de una porción de una conversación de 95 minutos entre el presidente Nixon y su jefe de gabinete H. R. Haldeman el 23 de junio de 1972, 48 horas después del allanamiento (Bradlee, 1996, p. 376).

A principios de agosto de 1974 Nixon se convenció de que todo estaba perdido. El viernes 9 redactó en dos líneas una lacónica renuncia al puesto de elección popular más importante en el planeta y entregó el poder que había alcanzado como culminación de 28 años de lucha política despiadada y sin cuartel.

Además de la primera renuncia de un presidente, las investigaciones sobre Watergate llevarían a fincar cargos a 40 funcionarios del gobierno de Nixon, 19 de los cuales cumplieron condenas de prisión.

El presidente del comité especial del Senado para la investigación, Sam Ervin, dijo que Watergate fue la peor tragedia en la historia de Estados Unidos. Y algunos críticos acusaron a la

---

\* Hoy aún no se conoce su contenido. Las especulaciones abundan. Alguien ha aventurado que en la porción borrada hay referencias al asesinato de Kennedy.

prensa de haber exagerado la cobertura como reacción a las manipulaciones de Nixon, Kissinger y Johnson:

La prensa exageró su propio papel en Watergate, e incluso más en la versión cinematográfica de *Todos los hombres del presidente*. Los reporteros tenían que justificar la pérdida de confianza pública en que incurrieron cuando se dejaron manipular por Lyndon Johnson y Henry Kissinger. Pese a las proclamas triunfalistas, las noticias sobre Watergate tuvieron escaso impacto político antes de que comenzara la indagación oficial. Más de la mitad de los estadounidenses encuestados ni siquiera había oído de Watergate el día de las elecciones, pues muy pocos de los peores “Horrores de Watergate” (término acuñado por el Procurador General de Nixon, quien después cumplió una sentencia de prisión) habían llegado a los auditorios fuera de Washington (Malkin & Stacks, 2003, p. 1924).

Ken Auletta (2003) coincide con esta opinión. Para este “reportero de medios”, las virtudes del oficio periodístico, a la manera de los héroes griegos, devienen en vicios. Sus triunfos —impulsar el movimiento pro derechos civiles, abrir los ojos del país a Vietnam, a la depredación y a los embrollos financieros de Nixon— impulsaron excesos. Los reporteros quisieron ser famosos, ricos e influyentes.

O, en palabras de otro experto en medios, a mediados de los setenta los periodistas estaban en la nube de Watergate, glorificados por el cine y la televisión como los *sheriffes* que habían “limpiado” a Washington (Kurtz, 1993)

## **Comentarios finales**

El epílogo de Watergate recuerda la sentencia inicial del ensayo de C. Wright Mills, *La élite del poder* (1960): “Los poderes de los hombres ordinarios se circunscriben a los mundos cotidianos que habitan, pero incluso en estas circunstancias de empleo, familia y sociedad con frecuencia parecen ser movidos por fuerzas que ni pueden entender ni pueden gobernar”<sup>\*</sup>.

---

\* Los límites de extensión al trabajo impidieron abundar en la afirmación de Mills en el sentido de que los hechos de alcance nacional son decididos por la elite del poder y no por la opinión pública, la cual no tendría capacidad para encauzar la agenda. Sí y no. Sí, considerando que los medios se han integrado a esa elite de poder y no, porque aunque son propietarios de los mecanismos para imponer la agenda, es preciso que la opinión pública la haga suya. Es decir, parece temerario insinuar que la opinión pública no promueve y fija la agenda social y política. El caso Watergate es en sí mismo un ejemplo: cuando la opinión pública asumió la agenda del *Post*, y en consecuencia la de *Garganta Profunda*, fue cuando se cimbró la presidencia de Nixon.

Mills argumentó que la llave sociológica a las inquietudes estadounidenses estaba no en los misterios del inconsciente ni en la lucha contra el comunismo, sino en la sobre organización de la sociedad. “En la cima del gobierno, las fuerzas militares y las corporaciones, un pequeño grupo toma las decisiones que luego reverberan en todos los recovecos de la vida del país. Por lo que respecta a los hechos de alcance nacional, es la élite del poder la que los decide. No es la opinión pública la que encauza la agenda política”.

## Referencias

- Auletta, Ken (2003). *Backstory. Inside the Business of News*. The Penguin Press. New York.
- Bernstein, Carl & Woodward, Bob (1974). *All The President's Men*. Random House. New York.
- Bradlee, Benjamin C. (1996). *A Good Life. Newspapering and Other Adventures*. Touchstone. Simon & Schuster, Inc. New York.
- Hamilton, Alexander; James Madison & John Jay (1788), *The Federalist*. Edición de 1961 de Mentor. New American Library. New York.
- Kurtz, Howard (1993). *Media Circus. The trouble with America's Newspapers*. Times Books. Random House. New York.
- Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. Reedición de 1997 de Free Press Paperbacks. Simon & Schuster. New York.
- Malkin, Lawrence & Stacks, John F. (2003). "What if Watergate Were Still Just an Upscale Address?", en Crowley, Robert (ed) *What Ifs? Of American History. Eminent Historians Imagine What Might Have Been*. Berkley Publishing Group. Edición electrónica. New York.
- Milis, C. Wright (1956). *The Power Elite*. Oxford University Press.
- McCombs, Maxwell (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Polity Press. Cambridge, England.
- McCombs, Maxwell & Shaw, Donald L. (1977). *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Functions of the Press*. West Publishing Company.
- Michels, Robert (1911). *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas de la democracia moderna*. Reedición de Amorrortu Editores, 1991. Buenos Aires.
- Snow, Edgar (1938). *Red Star Over China*. Edición 1968 de Grove Press. New York.
- Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Consultada en diversas fechas en <http://es.wikipedia.org>
- White, Theodore H. (1960). *The Making of a President. A Narrative of American Politics in Action*. Barnes & Noble Books. New York
- Woodward, Bob (2005). *The Secret Man. The Story of Watergate's Deep Throat*. Simon & Schuster. New York. (Edición electrónica).

## **Medios públicos: una legislación pendiente**

**E**n los tiempos actuales, en los que la sociedad entra en contacto con hechos, opiniones y desempeño de diversos actores políticos, básicamente a través de los medios, un fenómeno que se fortalece cada vez más es que todo hecho social que no es comunicado a través de los medios parece no existir. Por ejemplo, la inseguridad sería menos motivo de preocupación si no se le exaltara en la primera plana de un diario, si no apareciera un *líder de opinión* frente a las cámaras de televisión comunicando al auditorio cuán profundo es el problema, si un académico invitado a un programa de radio no ofreciera cifras y estimaciones sobre las posibilidades de combatirla, etcétera. Y lo mismo sucede con los demás temas a los que nos acercamos a través de los medios: el deporte, la política, los espectáculos...

En este contexto, la pregunta es: *¿quién elige los temas relevantes?* ¿La sociedad? Difícilmente. Los elige el mercado. Los medios, al igual que cualquier otra empresa, se rigen por la lógica del mercado.

En un entorno múltiple y variado, las tecnologías de la información son el vehículo de una transformación de la realidad social en una especie de matriz en la que los sucesos se simplifican, se seleccionan y se difunden para dar a los diversos grupos sociales productos informativos previamente digeridos, hechos humanos transformados en noticiarios que ofrecen al ciudadano de cualquier país la ilusión de *estar informado*. Podemos llegar a pensar que verdaderamente sabemos lo que sucede en África, Asia, Europa e incluso en México.

A esta gran diversidad de informaciones se le ha denominado *pluralidad*. Sin embargo se trata de un vocablo del que se ha abusado. Se habla de gobiernos plurales, políticas plurales y medios plurales, pero es hora de reflexionar si esto es realmente posible. ¿Resulta posible o al menos pensable que un gobierno comprometido con una ideología o unos intereses específicos decida incluir en sus niveles de mando a personajes representantes de ideologías e intereses diferentes? Las pocas experiencias que ha tenido nuestro país no hablan a favor de medidas de tal índole.

En los medios, ¿podríamos realmente afirmar que existen diarios, radiodifusoras o canales de televisión que dan cabida a todas las posturas? ¿Es clara y evidente una preocupación del empresariado de los medios por otorgar representación equilibrada y equitativa a todas las diversas manifestaciones políticas, culturales o sociales? Si se hace un examen minucioso, la respuesta tendría que ser; limitada en el mejor de los casos y negativa en el peor.

Juan Francisco Escobedo afirma que la “tendencia a controlar y colonizar el espacio público, tolerando expresiones plurales de baja intensidad es un rasgo distintivo de los regímenes políticos autoritarios. La democracia como procedimiento y régimen político tiende a albergar la más amplia constelación de intereses, ideas y voces“. Tal afirmación parece inobjetable, pero requiere de matices.

Si bien la historia ha mostrado que los regímenes autoritarios descansan en buena medida en el control de los medios y en la intolerancia a expresiones políticas adversas al régimen, no ha sucedido así con las llamadas democracias. El propio caso de México es quizá ejemplar en las grandes contradicciones de la existencia de un régimen democrático y la persistencia de prácticas autoritarias en la relación Estado-medios o simplemente en lo referente a la libertad de expresión. Por supuesto, son muchos los que sostienen que si no hay plena libertad en materia informativa, la democracia no existe. El terreno de análisis se vuelve árido si admitimos este todo o nada. Es mejor, porque así insiste en demostrarlo nuestra realidad, entrar de lleno a ese abundante mundo de los claroscuros.

La organización informativa que diariamente llena los medios es equivalente a la organización social del conocimiento. A medida que el conocimiento que se ha producido socialmente se acumula, ha sido necesario organizarlo en disciplinas o áreas de estudio. Por decirlo de alguna manera, lo que se ha hecho es administrar y clasificar el conocimiento. Del mismo modo, el cúmulo de información que se produce a diario hace necesario elegirla y organizarla de una cierta manera para darla a conocer. Pero la evidencia de esa necesidad no elimina el hecho de que conocemos lo que otros deciden que conozcamos y que tal elección está sujeta a leyes de competencia.

Ahora bien, ¿la lógica del mercado puede ser compatible con la pluralidad? Y más aún: ¿es necesaria la pluralidad? Digámoslo de manera sencilla: la pluralidad no siempre es

compatible con la lógica del mercado, y la pluralidad sólo es necesaria para quienes están convencidos de que resulta más positivo convivir con sociedades más deliberativas.

El debate acerca de la construcción de sociedades más deliberativas se ha centrado en la pluralidad política. Sin embargo, la construcción de la democracia –por lo que se refiere a la participación de los medios- no se agota en los contenidos estrictamente políticos o partidistas. La pluralidad en los medios sólo encontrará cauce cuando exista la posibilidad de que los distintos grupos sociales, económicos o culturales puedan verse representados en los medios, más allá del interés económico que tales contenidos conlleven.

### **Hacer de los medios gubernamentales medios públicos**

El factor económico, como vemos, es un elemento primordial en la determinación de las posibilidades de contar con medios efectivamente plurales. No es el único, pero sí quizá el más importante.

Hasta ahora, los medios gubernamentales han sido más sensibles a las exigencias culturales de grupos más diversos. El valor social de las expresiones culturales justifica plenamente la exigencia de canales que permitan difundirlas, dado que el trabajo artístico o cultural no produce plusvalor y por tanto difícilmente competirá con posibilidades de éxito en el conglomerado de productos de comunicación destinados básicamente al entretenimiento. No entraré al análisis del porqué tales productos tienen más aceptación que los culturales. Sólo anotaré lo siguiente:

Los productos para el entretenimiento utilizan un lenguaje más abierto que requiere menor esfuerzo de decodificación y que tiene correspondencia con los niveles educativos del país; niveles educativos en un sentido amplio, que no significa necesariamente instrucción, aspecto en el que tienen injerencia los propios medios, dado que los hábitos de consumo mediático han sido fabricados por los medios mismos.

Los hábitos de lectura y de consumo de productos radiofónicos y televisivos son resultado de los contenidos que por años y años han consumido los espectadores. Cualquiera podría razonar que no vale la pena modificar las pautas de consumo de los medios si la sociedad recibe “lo que le gusta”, a lo que había que contra argumentar que en realidad se trata de lo que le han obligado a ver y oír, particularmente durante el largo período en que las opciones de comparación eran escasas, por no decir nulas, situación que comenzó a variar con las nuevas

tecnologías de información y comunicación. Pero una revisión de la oferta de los medios arroja que también –y cada vez más- hay público para otro tipo de productos de comunicación y si no lo hubiere, existe la posibilidad de fomentarlo.

Los resultados han sido diversos: el más común ha sido el de productos cuya calidad se ha visto opacada o ha sido ocultada por ser poco atractivos, y en consecuencia desdeñados por los públicos. Pero también ha habido loables esfuerzos que han trascendido y que siempre se consideran insuficientes. En el mundo de los medios gubernamentales tampoco han faltado los reclamos por propuestas no atendidas o porque las oportunidades de participar son escasas. La historia más frecuente detrás de esta variedad de resultados ha sido la insuficiencia de recursos...

Pese a que ni los trabajadores de la televisión pública –escribía en 1988 Fátima Fernández Christlieb-, ni el Estado, ni la oposición, ni las fuerzas sindicales, ni nadie sustenta un programa en el que se inscriba a la televisión del Estado dentro de un proyecto cultural y político de largo plazo, este medio de difusión representa en el momento actual un espacio democratizable.

Es muy posible que la anterior afirmación aún sea pertinente, porque en verdad, la situación ha variado poco al paso de los años. Aunque, con la reciente competencia en la televisión comercial, los medios gubernamentales se han convertido en los depositarios de la mayor cantidad de producción cultural mexicana. Resulta probable también que, con el incremento de la televisión de paga, que ofrece una gran cantidad de canales culturales con buena factura, se haya reconsiderado el valor y la calidad de la producción de los canales gubernamentales, tanto del centro como de los estados.

El consenso acerca del valor y el potencial de utilidad de los medios culturales no se puede convertir en una propuesta viable mientras no exista el marco jurídico que regule su funcionamiento. Y si se admite que se trata de medios que pueden cumplir una función social, su conducción tiene que contar con la participación social. En la medida en que la sociedad vislumbra la opción real de intervenir, lo hace. De hecho, podemos afirmar que existe una participación no manifiesta pero tangible en las instituciones, decisiones o proyectos en los que los individuos asumen que su opinión será tomada en cuenta si se proponen hacerla valer.

Por esas razones, uno de los mecanismos en los que la utilidad social de los medios públicos puede resultar más aprovechable es otorgándoles el marco legal adecuado para que dejen de estar sujetos a los siempre insuficientes recursos presupuestales y a las decisiones provenientes de una sola instancia. Este mecanismo es convertirlos en instituciones de interés público, cuyos recursos, estructura, forma de gobierno y operación se decida en los congresos, federal o estatal, según sea el caso.

Los poderes Ejecutivo y Legislativo serían los responsables de la operación de los medios como instituciones de interés público, con lo que se ampliarían los criterios de apoyo presupuestal, tanto como la exigencia de que los productos de comunicación queden sujetos a una valoración.

La regulación haría que los medios gubernamentales se convirtieran verdaderamente en medios de Estado. La reglamentación derivaría en tener medios públicos, porque se podrían definir mecanismos de participación de diversos grupos sociales y, desde la ley, ofrecer espacios de participación a diversas expresiones sociales, culturales, políticas o de cualquier otra naturaleza. Los apoyos a los medios no dependerían del interés personal de los gobernantes, pero la carencia de recursos tampoco.

Un aspecto que podría ser abordado, si se encaran las insuficiencias regulatorias en el funcionamiento de los medios estatales, sería el del personal que labora en ellos, el que ha tenido que enfrentar la contradicción de los derechos laborales con las exigencias de creatividad y calidad en los productos de comunicación. El sacrificio ha correspondido a la calidad.

Una nueva legislación también debe hacerse cargo urgentemente de que los espacios en radio y televisión puedan ser mejor aprovechados para allegarse recursos propios. Una legislación pasada de moda ata a los medios gubernamentales a caminos insuficientes de financiamiento, legislación que, sin embargo, esgrimen en forma estruendosa los concesionarios de radio y televisión para evitar lo que llaman “competencia desleal”.

Los cambios que se han producido no sólo en los medios sino en la sociedad en general son propicios para hacer a un lado estas prácticas que no encuentran hoy día ninguna justificación. Una forma realmente eficaz de darle apoyo a la producción cultural sería garantizar una asignación presupuestal que cubra los gastos anuales imprescindibles y un cierto porcentaje de la producción. Otra parte tendría que ser la autorización abierta para comercializar espacios,

además de la venta de materiales producidos y la coproducción que actualmente ya se lleva a cabo.

Los medios gubernamentales, que son en definitiva los que se ocupan de manera enfática de la cultura, no pueden de ningún modo competir con los canales comerciales. El concepto que anima sus producciones y su propia existencia son diametralmente opuestos, además de que los medios gubernamentales no cuentan, como la televisión comercial, con la industria periférica del entretenimiento con la que se retroalimentan estos consorcios, entre las que se encuentran empresas de televisión de paga, empresas de espectáculos, disqueras, empresas de video, equipos de fútbol, empresas de comunicaciones y otras.

Por otra parte, los directivos de medios estatales y estudiosos de la comunicación que han planteado en diversos foros esta propuesta dan por hecho que la regulación en la publicidad para medios públicos tendría que dejar fuera a los anunciantes de bebidas alcohólicas, cigarrillos y otros productos que fomenten un estilo de vida ajeno a los valores sociales de salud, convivencia y respeto.

### **La sociedad civil y la participación democrática**

La historia de los medios en México nos ofrece también una historia con distintos niveles de maduración educativa, económica, política y cultural de la sociedad mexicana. Creo que nadie podría negar hoy que la información que aparece en la prensa diaria es cualitativamente distinta de la que se consumía hace 25 años. La libertad de expresión es un hecho, pero es también una lucha constante que se ha dado gracias no a la evolución de los medios, sino al desarrollo político de la sociedad, que ha impulsado en los medios transformaciones acordes a tal avance.

Es necesario advertir que no se propone un consejo de personalidades, como muchos que han aparecido para avalar proyectos o instituciones, sino un consejo cuyo carácter regulador de las actividades de los medios sea lo suficientemente eficiente como para permitir la operación ágil de los medios, pero también participativa.

Sobre tal rubro se han realizado propuestas concretas para las que no ha habido condiciones que permitan hacerlas realidad.

Suena lógico y oportuno que las televisoras el Estado realicen una licitación para que algunos espacios televisivos puedan ser producidos directamente por organizaciones

civiles. Que el gobierno marque sus necesidades y delimite los términos en que algunos espacios de su televisión puedan ser ocupados por los proyectos que libremente presenten aquellas personas u organismos que puedan o quieran participar en los espacios del medio.

Propuestas de esta naturaleza y otras como la creación de asociaciones de espectadores, no han tenido resultados consistentes. En algunos de tales caminos está presente el factor económico, cuyas ventajas suelen ser muy distintas de las que manejan los medios comerciales.

### **Del cambio legislativo al cambio cualitativo**

Hablar de pluralidad en los medios, sin embargo, se escucha mucho más sencillo de lo que resulta traducirlo en productos de comunicación. Trátese de televisión, radio o prensa, existe una dificultad severa para conseguir productos que satisfagan la exigencia de calidad en la producción, que atiendan contenidos de alto valor artístico, cultural o informativo y que además resulten lo suficientemente atractivos como para competir y ganar audiencia. Porque -a contracorriente de la idea que ha prevalecido durante años cuando se habla de producción cultural- se trata de hacer medios públicos que ganen audiencia, que se vean, se escuchen o se lean.

Esta discusión acerca del objetivo que persiguen los medios públicos no ha concluido: ¿se quiere competir con la televisión comercial o se quiere ofrecer un producto distinto? La parte fundamental de la respuesta con toda seguridad debe ser la de que se quiere ofrecer al público una propuesta distinta en medios y sobre esa base tratar de ganar el mayor público posible.

Líneas arriba se indicó que la lógica que mueve a los medios es la del mercado. La prensa vende noticias y entretenimiento, lo mismo que la radio y la televisión. Son productos que se cotizan de diversa manera. En los medios impresos se mide por el tiraje y en los medios electrónicos por el *rating*. Hay incluso quien afirma que los medios no les venden a sus anunciantes espacios de radio, prensa o televisión, sino *audiencias*. Los clientes compran los espacios, con costos que varían según el número de espectadores. Los medios públicos, con el propósito fundamental de ofrecer productos culturales, difícilmente pueden involucrarse en esta dinámica de oferta y demanda. Pero no sólo no pueden, desde mi punto de vista no deben. Los

productos culturales no pueden ser medidos por la plusvalía que generan, como en otros productos mediáticos que entran al mercado.

Así, la cultura, la historia, las tradiciones, los valores y otros elementos de gran importancia para los distintos grupos sociales que conforman a la nación mexicana sólo resultarían relevantes si son capaces de vender. Por tanto, desde mi punto de vista, el Estado tiene la obligación de subsidiar estos productos en su carácter de bien social. De hecho, los canales culturales tienen seguramente el mejor catálogo de materiales culturales. En conjunto, los sistemas de radio y televisión de los estados, así como las estaciones culturales, tienen la mayor y más variada producción cultural.

Sin embargo, los medios gubernamentales no se han dedicado sólo a la producción cultural. Prácticamente todos han tenido, desde tiempo atrás, espacios informativos que en determinadas circunstancias han resultado polémicos o han sido “denunciados” ya como “comparsas del régimen” por las fuerzas de oposición, ya como “entreguistas a la oposición” por las fuerzas del *status quo*.

Además de los espacios informativos en radio y televisión de muchos canales o estaciones de radio estatales o regionales, la existencia del diario *El Nacional*, la revista *Tiempo*, ambos desaparecidos, y la agencia informativa *Notimex* han sido impugnados en términos semejantes a los señalados arriba. Tal cuestionamiento ha respondido a momentos políticos o utilizados para rechazar determinadas políticas en relación con los medios.

A la luz de la transición política que vive México, se puede afirmar que los medios estatales no tienen por qué cancelar las tareas informativas sino al contrario, fortalecerlas. Del mismo modo que en los medios privados, se establece una política editorial en materia informativa acorde con el quehacer gubernamental. Informar lo que hacen los gobiernos no es objetable. Con reglas claras sobre el manejo de la producción, el público no tendría dudas sobre el origen de la información que consume, lo cual tampoco sucede con los medios privados. Los medios gubernamentales para volverse públicos, en lo que se refiere a la información política, deben impulsar la apertura de espacios equitativos a distintas voces e identificarlas con claridad. Tal aspecto, que es el más debatido, no se ha discutido con el detalle que requeriría.

La ausencia de un marco legal ha motivado no sólo lo que ya se anotó –el que los gobiernos informen sobre su quehacer–, sino abusos en la propaganda política. Sin embargo este

fenómeno no puede revisarse aisladamente, pues tales abusos se han producido fundamentalmente en contextos en los que prevalece el control de medios y un clima de intolerancia general, que favorecen los excesos en los medios gubernamentales.

Visto desde esa óptica, lo importante es que los medios, independientemente de su origen, se presenten ante sus clientes potenciales con definiciones editoriales –que pueden incluir las políticas- de tal claridad que permita a los consumidores de medios elegir. No será el único factor que determine los niveles de audiencia, pero abonará en la transparencia de la relación del gobierno con sus gobernados y en última instancia del Estado con los medios y de los medios con sus consumidores.

La calidad de los productos será otro elemento que determinará las preferencias del público y uno más el contenido. Una de las consecuencias de la globalización ha sido la diversificación de productos. De hecho, el éxito de una gran cantidad de empresas ha residido en la producción para nichos de mercado específicos. Del mismo modo, los productos culturales se han diversificado e incluso han formado públicos. El consumo de productos culturales actual dista mucho del de hace 20 o 30 años. En este rubro existe cada vez más público, más exigente y más discriminador para elegir los contenidos que más le convencen o más le conviene. En definitiva, se ha creado una demanda importante de cultura en diversas manifestaciones. Los medios públicos deben aprovechar dicho filón: su mayor reto es atraer a ese público con productos de calidad.

En efecto, un cambio legislativo no generará de manera automática programas de alta calidad, pero será un buen comienzo para evaluar, desde perspectivas distintos, los productos finales de los medios públicos. Finalmente, el trabajo de valoración provendrá de sectores más amplios que podrán sentir que los medios realmente son suyos, que el interés público puede y debe convertirse en participación para contar con medios de calidad creciente.

## **Referencias**

- Escobedo, Juan Francisco. “Espacio público y cambio político”, p. 34, en Escobedo, Juan Francisco (coord...) *Los cambios en la comunicación los medios y la política*. Fundación Manuel Buendía, México, 2001.
- Fernández Christlieb, Fátima. “¿Cabe la democracia en la televisión?”, p. 209, en Cordera Campos, Rolando, Raúl Trejo Delarbre y Juan Enrique Vega (coords.). *México: el reclamo democrático*, Ed. Siglo XXI, México 1988.
- Torreblanca Jacques, Eduardo. “Por una democracia con televisión”, p. 295-296, en Notimex, *Medios, democracia, fines*, México, 1990.

## Derecho a la información y libertad de expresión

El tema del derecho a la información aterrizó de nuevo en la agenda política mexicana. Periodistas, académicos, políticos, dirigentes de agrupaciones cívicas y en forma lamentablemente más escasa, integrantes de lo que genéricamente llamamos *sociedad civil* han vuelto a opinar sobre este tema.

Son variados y diversos los temas relacionados con el derecho a la información que de nueva cuenta están en escena, como si las intensas discusiones del pasado no hubiesen tenido lugar: la información y el papel de los medios, la desvelación y flujo de la información gubernamental u “oficial”, la libertad de expresión y la libertad de información, entre otros.

Esta revisión de cuentas pendientes en lo que se refiere a las libertades de expresión, información y acceso a la información no se antoja nada fácil. Sin embargo, los cambios recientes en el país y su correspondiente impacto en la sociedad propiciaron un clima muy favorable para que, entre muchos otros temas, la libertad de información sea vista como un derecho que exige ya el reconocimiento de su madurez política. Me refiero en primer lugar, aunque no exclusivamente, a la alternancia política alcanzada en el 2000 y el impacto emocional que trajo consigo el reconocimiento de que el electorado sí puede propiciar los cambios...y que los cambios no traen consigo tormentas y derrumbes sociales.

Una vez aprobada, la administración foxista caracterizó a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental como un esfuerzo por atender el reclamo de la sociedad, en el sentido de transparentar la función pública. Ciertamente, la ley es un paso adelante –aunque insuficiente- para la precisión de las reglas del juego en el flujo de la información que se genera en las instituciones de gobierno. Pero no debe ocultar el hecho de que en esta materia nuestro país llega tarde a ese compromiso con la democracia.

Mientras en México se aprueba una ley que garantiza a los ciudadanos el acceso a la información que se genera en las oficinas de gobierno en el 2002, los ciudadanos de Estados Unidos o Canadá gozan de tal garantía desde hace años. Incluso países de América Latina como

Paraguay, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y República Dominicana han legislado en materia de derecho a la información antes que México.

Sin duda, el Ejecutivo atendió un reclamo social. Pero es evidente que fue resultado del activismo de esa misma sociedad. Quienes propiciaron la alternancia difícilmente permitirían la postergación de un derecho por años negado *-ahogado* en un mar de simposia, encuentros, reuniones, congresos, toneladas de papel y ríos de tinta...sin olvidar las miles de horas palabra consumidas en el proceso.

La Ley de Acceso a la Información garantiza la posibilidad de solicitar información que se genera en los ámbitos gubernamentales, hasta ahora por lo menos en el gobierno federal, aunque la tendencia de la discusión sobre el tema indica que los estados se irán sumando en la promulgación de leyes que permitan a sus habitantes solicitar y tener el derecho legal de obtener respuesta a peticiones de información que se produce en las oficinas de gobierno. Dado que el país está ingresando al ejercicio de un derecho que en otras latitudes es una realidad hace ya tiempo., se han creado expectativas, quizá más allá de lo razonable, acerca de la puesta en marcha de las acciones para cumplir con la ley. Los primeros problemas y obstáculos ya salieron a luz pública, y a eso me referiré en unos momentos.

Primero los mecanismos propuestos. En cada dependencia funcionará una unidad de enlace que será la encargada de atender las solicitudes de información y propiciar que las áreas que dependen de ella actualicen periódicamente los datos o información considerados públicos y susceptibles de ser requeridos.

Además se crearán comités de información encargados de supervisar y coordinar las acciones que se deriven de esta ley y diseñar los procedimientos para lograr eficiencia en la atención de solicitudes. Esos grupos también supervisarán la clasificación de la información en cada dependencia, es decir, serán las instancias encargadas de aprobar o rechazar el que una información se considere o no *reservada*. Cada dependencia de gobierno deberá ofrecer atención al público y tener disponible equipo de cómputo para que los solicitantes puedan consultar la información de las dependencias en los términos que la propia ley marca.

En este contexto, será una nueva dependencia, el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) el que promoverá y difundirá el ejercicio del derecho a la información, así como la responsabilidad de resolver las controversias en la materia. El 24 de diciembre del 2002, en el *Diario Oficial de la Federación* se publicó el decreto por el que se crea

el instituto mencionado, cuyo máximo órgano de dirección está integrado por cinco comisionados. Uno de los aparentes logros alcanzados con esta ley es la constitución de una estructura administrativa cuya finalidad exclusiva es promover y difundir el ejercicio del derecho de acceso a la información, resolver sobre la negativa a las solicitudes de acceso a la información y proteger los datos personales en poder de las dependencias y entidades.

Un repaso así sea breve a la accidentada historia de la materia que nos ocupa basta para dejar en claro la importancia de contar con una institución cuyo trabajo de arbitraje garantice verdaderamente el acceso a los datos de la gestión pública y elimine la discrecionalidad en la entrega de información. Pero también se esperaría que esa nueva instancia de la burocracia, que consumirá importantes recursos, no crezca desmesuradamente sino en correspondencia con la tarea que desempeñe, ya que es necesario hacer notar que esta instancia de arbitraje no cuenta con atribuciones legales para obligar a una dependencia o servidor público a entregar una determinada información en caso de controversia. Se trata de un órgano básicamente conciliador. Incluso, las sanciones a que se hace acreedor un miembro de la burocracia por violar la ley de acceso a la información no están contempladas dentro de las facultades del Instituto señaladas en su decreto de creación, sino en la ley de responsabilidades del servicio público.

Un elemento adicional que empaña la transparencia que se persigue con la nueva ley es el hecho de que el IFAIP es una dependencia del Ejecutivo. Fuera de la aprobación de los comisionados por parte de la cámara de Senadores, la injerencia de los otros poderes es nula. Del mismo modo en que la ley abre un espacio para la rendición de cuentas del gobierno a la sociedad, la institución encargada de velar por esta ley debería estar obligada a hacer lo propio y presentar informes ante el Poder Legislativo lo cual no está previsto.

Por lo que se refiere a la operación cotidiana para atender los requerimientos de información en las diversas áreas de gobierno, existe una duda razonable en cuanto a cierta duplicidad de funciones entre las nuevas áreas que, de acuerdo con la ley, darán atención al público en los requerimientos de información y las que se realizan en las áreas de comunicación social.

Si las oficinas de comunicación proveen de información a los medios, ¿por qué no habrían de hacerlo a los ciudadanos? No queda claro si con esta distinción administrativa se

modifica la naturaleza de la información que se proporciona a los medios de la que se ofrecerá a la sociedad.

Incluso tomando en cuenta que la información que demandan los medios tiene siempre el sello de la urgencia, a diferencia de la que se solicite al amparo de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Gubernamental –que podrá ser entregada en plazos de veinte días hábiles- la función de entregar información es exactamente la misma. Podría ser canalizada a través de las oficinas ya existentes y los contribuyentes se ahorrarían el costo de la creación de nuestras estructuras administrativas.

Pese a ello, puede esperarse que sean los medios informativos los principales beneficiarios de la ley. Resulta pertinente considerar que los datos, cifras y nombres que durante mucho tiempo solicitaron los medios y sólo se obtenían según la conveniencia de los servidores públicos o por filtraciones, podrán ahora, en teoría, ser recibidos al amparo de la ley. Siendo así, los reporteros deberán acudir a una ventanilla distinta para solicitar la información.

Existe también una diferencia de concepto en el funcionamiento de un área esencialmente jurídica al de un área informativa. Es posible que esta rigidez responda también a la falta de experiencia en la apertura informativa. Después de todo, durante muchos años,. La información de las oficinas gubernamentales se consideró patrimonio de quienes ocupaban los cargos públicos.

De cualquier modo, el reto hoy es que las oficinas encargadas de atender las solicitudes de información funcionen eficientemente como áreas de atención al público y que las tareas de promoción de este derecho se lleven a cabo eficazmente, pues de otro modo la ciudadanía no acudirá sino como lo hace hoy día, para pedir datos derivados de una diligencia específica, y no como parte de la rendición de cuentas que el gobierno debe ofrecer a sus ciudadanos. Esto es especialmente importante porque al día de hoy los propios trabajadores de gobierno desconocen la existencia de la ley y por lo tanto de la responsabilidad institucional de atender los requerimientos de información que presente la ciudadanía.

No deja de ser cuestionable que los inicios del IFAIP hayan sido accidentados. Después de la aprobación de la Ley de Acceso a la Información, hubo críticas a la disposición de que los comisionados fuesen nombrados por el Poder Ejecutivo, dejando de esta manera un papel menor al Poder Legislativo, dado que la Cámara de Senadores tendría la atribución, también menor, de aprobar u objetar las propuestas del presidente de la República. La propuesta del Grupo Oaxaca

fue en el sentido de que el nombramiento de los comisionados debía estar a cargo de la Cámara de Diputados, pero en el proceso de elaboración de la ley se impuso el punto de vista del Ejecutivo. Así, una vez en marcha las tareas para darle concreción a la nueva ley, la Presidencia de la república envió a la Cámara de Senadores, prácticamente al final de los tres meses marcados por la ley, la propuesta de los candidatos a comisionados, misma que fue devuelta al Presidente con la objeción de dos nombramientos y la solicitud de información curricular de uno más. Estas diferencias derivaron en la renuncia de José Guillermo Velasco Arza como candidato a comisionado, cuyo lugar tomó, aprobada por el Senado con reservas, el 12 de noviembre de 2002, la socióloga María Marván Laborde. Los otros cuatro comisionados son Juan Pablo Guerrero Amparán, especialista en Administración Pública, José Octavio López Presa, Alonso de la Veracruz Gómez Robledo Verduzco y Horacio Aguilar Álvarez de Alba, abogado con especialidad en derecho canónico, de quien inicialmente se puso en duda su perfil e incluso el Senado objetó su nombramiento, para posteriormente aprobarlo.

Puede decirse, pues, que el proceso para abrir la gestión del gobierno a los ciudadanos no se distinguió ni por su transparencia ni por su presteza, ya que los datos curriculares de algunos de los comisionados no estuvieron fácilmente disponibles y quienes tomarán las riendas de esta nueva estructura administrativa no tienen una amplia y reconocida trayectoria en el ámbito de la información, su manejo o su diseminación. Entre los comisionados prevalecen las formaciones de abogados y administradores, lo cual si bien no es en sí mismo inaceptable, sí evidencia una marginación, deliberada o no, del gremio periodístico que históricamente encabezó la añeja batalla para lograr la apertura y transparencia del gobierno en la información de su gestión.

Resulta evidente que el derecho de acceso a la información gubernamental no producirá en el corto plazo, y quizá tampoco en el mediano, una avalancha de peticiones de información hacia las oficinas de gobierno. Incluso es posible que al amparo de esta nueva ley, antes que los ciudadanos, muchos periodistas soliciten información que les fue negada con anterioridad, sobre todo para trabajos de periodismo de investigación que no tienen el apremio del tiempo. Pero ¿qué pasará con esa información? Los medios noticiosos –prensa, radio o televisión- procesan la información que obtienen de acuerdo con su línea editorial. El lector, el espectador, el público, tienen nula injerencia en estas decisiones. El derecho a estar informado se enfrenta a la realidad ineludible de que el hombre común y corriente necesita a los medios para obtener información.

Ha sido su fuente cotidiana. Lo que la sociedad ha sabido o dejado de saber en buena medida ha sido responsabilidad de los medios. ¿Estos han dado muestras de intentar ponerse al día con una sociedad mas exigente y responder a tales exigencias? ¿La sociedad realmente ha manifestado una necesidad de cambio en los medios? ¿Tiene recursos de los cuales echar mano para garantizar que será escuchada?

### **Defensa de la libertad de expresión**

Entramos en un terreno de gran complejidad. Está por una parte, el tema de la libertad de expresión. Ciertamente es que no se habla ya tanto de ello como en otras épocas de mayor intolerancia, justamente porque los cambios sociales y políticos en México han provocado un debate público de gran intensidad que descansa en buena medida en una información más amplia y diversa, una mayor tolerancia política y, específicamente, una decidida y generalizada actitud en defensa de la libertad de expresión. Aunque por otra parte no podemos decir que hayan desaparecido del todo las agresiones a medios o a periodistas, la censura, la cooptación e intento de control vía asignaciones publicitarias y denuncias judiciales contra medios y sus representantes, en particular en lugares alejados de los centros políticos y de las zonas metropolitanas.

En el momento político actual es claro que la defensa de la libertad de expresión no está a cargo exclusivamente del gremio periodístico —y de hecho nunca fue cruzada exclusiva de este sector, por mucho que afirmaciones temerarias en tal sentido sean aún moneda corriente en algunos círculos. Por una parte, el surgimiento y expansión de la internet ha propiciado vías alternas de obtención de información en beneficio de la sociedad y en cierta forma la ha liberado de la sujeción a los medios locales (medios, que, por otra parte, comienzan a reaccionar al hecho de que la misma *internet* los colocará en desventaja si dejan de informar aquello que es de importancia a sus clientes potenciales). Por otra, la censura sin tapujos que se ejercía antaño en mucho ha perdido eficacia precisamente porque aquello que desde instancias gubernamentales se acallaba, no puede ser objeto de censura en la *red de redes*. Habría que añadir, en materia de transparencia de la información gubernamental, el papel que han desempeñado los corresponsales extranjeros en la apertura de las compuertas para la misma. En numerosas ocasiones hemos asistido a la puesta en escena de altos funcionarios de gobierno que entregan a los enviados de diarios y medios electrónicos del extranjero la misma información que días u horas antes negaron a los reporteros locales.

Muchos de los problemas derivados del ejercicio de esa libertad de expresión que sin excepción los funcionarios públicos y privados dicen fomentar y respetar, se derivan precisamente de la ausencia de un marco legal que ponga a salvo a los medios de las veleidades de actores públicos, provenientes de ámbitos privados o gubernamentales.

Uno de los primeros antecedentes formales que dan marco legal a la libertad de expresión en México es el artículo 40 del *Decreto Constitucional para la Libertad de la América Mexicana*, expedido en Apatzingán el 22 de octubre de 1814, que estableció que “la libertad de hablar, de discurrir y de manifestar sus opiniones por medio de la imprenta, no debe prohibirse a ningún ciudadano, a menos que en sus producciones ataque el dogma, turbe la tranquilidad pública u ofenda el honor de los ciudadanos”.

Este derecho, retomado con diferencia o matices en diversos ordenamientos, careció de eficacia, aunque se le reconoce un importante valor doctrinal. En efecto: en México, la libertad de expresión fue durante muchos años un propósito, mientras en Estados Unidos, para citar un caso cercano, la Primera Enmienda fue un eficaz control sobre los intentos oficiales de censura, tanto en la actuación cotidiana como en casos históricos en los que algunos medios enfrentaron demandas judiciales debido a la información publicada, como el famosísimo *affaire de Los documentos del Pentágono*, en 1971, cuando el presidente Richard Nixon promulgó una acción judicial para impedir que el diario *The New York Times* publicara el ultrasecreto estudio que documentaba la política estadounidense en Vietnam desde la presidencia de Harry Truman y cuya divulgación revelaría una larvada secuencia de engaños al pueblo de ese país. Precisamente en base a la Primera Enmienda, la Corte Suprema falló a favor del periódico y éste pudo publicar la historia, seguido por la gran prensa, notablemente *The Washington Post*, con el resultado de una creciente oposición popular a la guerra en la península asiática.

Sin embargo, en materia de la Primera Enmienda y la fuerza que este ordenamiento dio a la libertad de expresión en el vecino país, la historia reciente pareciera orillarnos a revisar su eficacia a la luz de circunstancias como los atentados del 11 septiembre 2001 en Estados Unidos y las guerras de este mismo país contra Irak, en las que el mundo ha sido testigo de un desempeño de los medios estadounidenses en armonía con los intereses gubernamentales de su país, desempeño calificado por muchos como producto de una clara censura o por lo menos orientados por la autocensura. En la guerra contra Irak en 2003, los corresponsales de guerra

parecen haber asumido el papel de cronistas de la gesta de sus soldados. Los partes informativos han reducido o manipulado las imágenes de la guerra que pudieran promover entre los espectadores una posición adversa a las decisiones del gobierno de Estados Unidos, a tal extremo que –aunque pareciera impensable– el público mexicano pudo con toda libertad sintonizar un noticiario de canal 40 que incluyó información e imágenes de soldados estadounidenses muertos, cuya retransmisión en Washington fue censurada por la empresa *Mhz. Networks*.<sup>1</sup>

Quizás pueda parecer exagerado comparar casos y situaciones entre Estados Unidos y México, en particular porque aquella nación se encuentra en un estado de guerra. Pero las amenazas a la libertad de expresión en cualquier parte del mundo generan infecciones sociales, que, como el SIDA en lo clínico, desarrollan una capacidad de infección que no conoce fronteras. Les aseguro que si les damos la espalda porque no son “asunto nuestro”, más pronto que tarde las tendremos entre nosotros, tal como lo canta Niemöller en el famoso soneto que ustedes seguramente conocen, aquel que comienza –cito de memoria– “Hoy vinieron por los comunistas, pero no hice nada, porque no soy comunista...” y termina con el doloroso “Hoy vinieron por mi...”

Es mi convicción de que en materia de libertad de expresión no hay “situaciones peores” o “situaciones mejores”. En México para citar casos recientes, el diario capitalino *Reforma* enfrentó una demanda judicial de la exjefa de Gobierno del Distrito Federal por haber publicado informaciones que apuntaban a un presunto manejo presupuestal fraudulento. Otro caso memorable más por absurdo que por su clara intención de censura, ocurrió en 1998, cuando cinco vendedores de máscaras fueron arrestados por comerciar con caretas con los rasgos del entonces presidente Ernesto Zedillo, bajo el cargo de “violación a la Ley de Derecho de autor”. El tono zumbón de las críticas que levantó el numerito en los más diversos sectores, principalmente en el de los medios, tuvo el efecto adverso de casi ocultar lo medular del hecho: la amenaza de persecución a cualquier ciudadano por el sólo hecho de vender, comprar o usar máscaras con rasgos semejantes a personajes de la política, prohibición que pareció resucitada de los tiempos de la carpa, cuando los cómicos corrían el riesgo de ser arrojados al calabozo por parodiar, por ejemplo, la obra o el nombre de un héroe patrio.

En estos casos, *Reforma* pareció salir fortalecido más que perjudicado con la demanda, y los cinco vende-máscaras *presidenciales* abandonaron la cárcel 15 horas después de su arresto.

---

<sup>1</sup> Villamil, Jenaro. “Censura Washington a CNI-Canal 40”, en *La Jornada*, 26 de marzo de 2003, p. 17.

Pero el final aparentemente feliz no debe ocultar el hecho ominoso de que la ausencia de un marco regulador propicia que a la menor oportunidad saque la cabeza el autoritarismo y la represión. Hoy es algo jocoso, una máscara y unos genízaros de corta inteligencia y larga iniciativa. ¿Y mañana? ¿Instrumentos legales para que los medios limiten el alcance de la libertad con que se pueden expresar, para que queden a merced de la censura, sean llamados por la autoridad para informar sobre sus fuentes de información, enfrenten demandas judiciales, sean clausurados si así lo dicta un funcionario o incluso sus integrantes corran el peligro de ser asesinados?

Pero quizá más grave que las confrontaciones directas –entre las que están los asesinatos de periodistas presumiblemente a cusa del ejercicio de su profesión y las intimidaciones, los despidos y las agresiones de cuerpos policíacos-, es la confabulación contra la libertad de expresión que se generó por los vínculos retorcidos en la relación del gobierno con los medios para asegurar su control mediante la manipulación de la publicidad oficial además de sobornos y dádivas a propietarios y reporteros, sin olvidar el uso de las columnas, principalmente las políticas, como mazos para golpear reputaciones o detergente para desmanchar vidas cuestionables. ¿En cuántos casos los medios abrazaron, por esas vías, las causas de los poderes públicos y privados? Si hemos de señalar responsabilidades en el deterioro histórico de la libertad de expresión, debemos apuntar a quienes corrompieron y a quienes propiciaron su autocorrupción.

Y me anticipo a una pregunta que seguramente ronda el ánimo de alguno de ustedes. Sí, en materia de libertad de expresión estamos hoy mejor que en los tiempos del echeverriato y su asalto a medios, y mejor que en el país del no pago para que me peguen del lópezportillismo, pero les aseguro que una forma de no volver a esas épocas tiene que ver con atajar a la hidra en donde quiera que asome, así sea para la ridiculez de prohibir el uso de una máscara, porque de ahí probablemente seguirá como ocurre hoy mismo, que la autoridad exija a medios y periodistas que revelen sus fuentes de información o, más grave, que pretendan que sus notas informativas sean accesorios en juicio criminales.

## **Responsabilidad de los medios frente a sus auditorios**

Todavía hoy, en estos tiempos de apertura, transparencia y oxigenación política y social, es impensable –o por lo menos muy poco probable– que un medio mexicano explicité editorialmente sus preferencias y fobias políticas o partidistas. Los lectores pueden razonablemente deducir que un tabloide de la Ciudad de México es el vocero oficioso del “movimiento zapatista”, pero los editores negarán airadamente un señalamiento en tal sentido y sin duda clamarán que su compromiso es sólo con “la objetividad”. La persistencia de este rango en los medios mistifica la relación con los consumidores, porque prácticamente todos los medios propalan a los cuatro vientos que sólo ellos ofrecen *la verdad*, sobre todo en la oferta noticiosa. ¿Y qué sucede cuando ocasionalmente uno, por las razones que sean, revela sus verdaderas inclinaciones políticas? ¿Recuerdan aquel episodio cuando Emilio Azcárraga Milmo, presidente del Grupo Televisa –y padre del actual dueño de la empresa– se declaró en 1990 “soldado del PRI”?

Ante este panorama y con una sociedad que apenas despierta a la exigencia como consumidora de contenidos mediáticos, los medios no se han visto impelidos realmente a replantear su responsabilidad frente a sociedad a la que dicen servir, salvo por la competencia, pues paradójicamente los medios responden más a las estrategias mercadológicas de sus competidores para ganar público, que a un franco compromiso social y ético con su audiencia.

Uno de tales aspectos, por ende, lo constituyen los códigos deontológicos con los cuales deberían normar su trabajo los medios. Códigos o normas de conducta que a lo largo de la historia en otros países, han emergido como una necesidad o exigencia del contexto social y de la iniciativa de medios y periodistas.

Los estudiosos ubican principios recurrentes en los códigos periodísticos: la veracidad informativa, el secreto profesional, el respeto a la vida privada, el respeto a la cláusula de conciencia, la protección de la integridad periodística y el derecho de réplica y rectificación. Tales principios, en la medida en que no están reglamentados ni tienen sanciones en caso de no ser atendidos, se han visto poco atendidos o de plano olvidados en México.

En una revisión de las páginas electrónicas de 17 diarios editados en la Ciudad de México, cuatro de ellos periódicos exclusivamente en línea que han alcanzado repercusión nacional, efectuada en mayo de 2018, se encontró que sólo dos de ellos presentaban un código de ética. Por lo que se refiere a los diarios estatales, en 2009, en un recuento realizado por Omar

Raúl Martínez que recoge en su libro *Códigos de ética periodística en México*, se recuperaron 13 códigos de ética. En 2018, en sus versiones online, sólo uno de ellos lo pone a disposición de sus lectores. El dato es importante porque internet ofrece un mecanismo de comunicación con el usuario que no funciona en la versión impresa. Aun cuando un número mayor de diarios cuente con código de ética y no se haya tomado la decisión de integrarlo en la página web, resulta relevante el reducido número de los que además de seguir un código lo dan a conocer a sus lectores, dado que los códigos de ética representan la asunción voluntaria de ciertas normas de conducta.

En los diarios de la Ciudad de México consultados se observa que cinco de ellos, a los sumo, incluyen un apartado de políticas de privacidad que se relaciona de manera exclusiva con el manejo ético de los datos personales. De los trece diarios estatales con código de ética recuperados en el libro mencionado sólo dos cuentan con un apartado de responsabilidad social referido a acciones altruistas de la empresa, tres que incluyen política de privacidad, dos con una definición explícita del mecanismo para el derecho de réplica –uno de los cuales también expone su política editorial–, y uno más que incluye una sección de defensoría del lector, con muy escasas comunicaciones por parte de sus lectores y referidas fundamentalmente a las normas de escritura.

Lo que se encontró en los códigos de ética revisados es muy variado. Desde la norma de la veracidad, el derecho a guardar el secreto profesional, el respeto a la vida privada y el derecho de réplica que se repite en varios de ellos, pasado por normas como la honestidad, la independencia, el equilibrio periodístico, el servicio a la comunidad, el rechazo al plagio, el respeto al idioma y el enaltecimiento de la familia, e incluso aspectos que parecen normas laborales como la vestimenta de los periodistas, el otorgamiento de becas o la exhortación a participar en actividades profesionales.

A pesar del reducido número de códigos de ética localizados, resulta digno de mencionar que ninguno señala el respeto a la cláusula de conciencia ni la protección de la integridad periodística. Lo primero se refiere a la salvaguarda de la libertad ideológica, el derecho de opinión y la ética profesional del periodista. Por otra parte, la protección de la integridad periodística también previene prácticas encaminadas a desprestigiar socialmente a la profesión. Aunque en los códigos revisados existen varias normas que apuntan en este sentido, no se

plantean explícitamente como protección de la integridad periodística y tampoco se mencionan la recepción de sobornos por publicar o dejar de publicar y permitir la injerencia de personas ajenas en los contenidos periodísticos.

Como vemos, los medios mexicanos aún tienen mucho que decir a su público sobre la forma como se conducen en materia de la profesión periodística, y sobre todo, cuál es el compromiso que establecen con el público que les brinda su preferencia. Quizá haya un cierto trecho de camino andado en lo que se refiere a la prensa, pero en lo que toca a los medios electrónicos, el panorama es aún más pobre.

La opinión de los lectores-espectadores es un factor más en la definición del acceso a la información o en el derecho de información. Este elemento es, sin embargo, el que ha estado más ausente.

Los medios, por ejemplo, se preocupan por aplicar encuestas para saber cuántas personas los ven, los oyen o los leen, pero no aplican encuestas para evaluar su credibilidad entre el público o conocer la opinión del auditorio sobre la calidad de sus productos. No existe ninguna a figura o cargo dentro de los medios que represente a los consumidores, similar a la que existe en algunos medios de Estados Unidos, aunque también hay que decir que en ese país son minoritarios los medios –generalmente impresos- que cuentan con él. Tampoco existe un organismo que, a la manera en que se defiende a los consumidores de otros productos, investigue las quejas contra los medios.

De los diarios revisados, sólo uno tiene una sección denominada explícitamente “Defensor del lector”. Sin embargo, la carencia de esta práctica no ha desarrollado en las audiencias el hábito de plantear sus divergencias con el abordaje de ciertos temas. Cuando los hay, actualmente se siguen canalizando a la sección Cartas del lector, si es que existe y en los periódicos en línea se canaliza de manera un tanto caótica en los comentarios que cada lector puede hacer al final de los textos, aunque esto ocurre más habitualmente en los géneros de opinión. Incluso se pueden encontrar debates entre las opiniones de los lectores sin recuperación o mediación alguna del periódico.

Las organizaciones civiles defensoras de los consumidores de medios suelen tener una actividad concreta y casi ninguna ha tenido representación nacional. La agrupación “A favor de lo mejor en los medios” tiene entre sus integrantes a diversas agrupaciones, recursos financieros, actividades, representación en algunos estados de la República, pero no pudo evitar la tentación

de incurrir en la censura. Tal organización impugnó la transmisión de los *talk show*, producidos por las dos cadenas televisivas más importantes de México –Televisa y Televisión Azteca- y exigió a las autoridades sacarlos del aire, lo mismo que los *reality shows* como “Big Brother”, esgrimiendo argumentos morales más que derechos de los espectadores. Los intentos de censura y la fuerza de la organización se explican por el respaldo empresarial que tiene. Así que lejos de plantearse como una agrupación representante de los espectadores y lectores, surgió como un grupo de poder dirigido a censurar lo que no le gusta en función de criterios que no tienen que ser compartidos por otros estamentos sociales.

La legislación secundaria derivada de la reforma en Telecomunicaciones de 2014 prevé la obligación de los concesionarios de estaciones de radiodifusión de contar con una “Defensoría de audiencia” encargada de “recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia”, así como contar con un código de ética que defienda los derechos de las audiencias. La repercusión que ambos factores pudieran tener sobre el manejo informativo de los medios ha sido prácticamente nula, a juzgar por las prácticas inamovibles del uso y presentación del material informativo.

Los avances de la sociedad mexicana para lograr el ejercicio pleno del derecho a la información son diferenciados, muestran tonalidades distintas entre estado y estado, entre medio y medio y también por sectores sociales. Sin embargo es incuestionable que los cambios se están produciendo, que tenemos una sociedad más exigente que sujeta a escrutinio la actuación de los medios y de la esfera pública, porque está cada vez más consciente de que, aun sin desearlo, ambos segmentos determinan sus vidas.

## Referencias

Granados Chapa, Miguel Ángel. “Opacidad triunfante”, *Reforma* 12 de octubre de 2002

Senado de la República, *Gaceta Parlamentaria*, 10 de octubre de 2002.

Villamil, Jenaro. “Censura Washington a CNI-Canal 40”, en *La Jornada*, 26 de marzo de 2003, p. 17.

## **Historiar a los medios**

Cuando se habla o se escribe sobre la necesidad de hacer la historia de los medios, es muy raro que alguien se pregunte para qué.

No es que el tema no provoque preguntas, o que se conozcan todas las respuestas posibles, sino que la sola y suprema idea de la erudición apaga muchos cuestionamientos que podrían llevar a una mayor reflexión, no sólo sobre este sino respecto de muchos temas que tienen que ver con los medios.

No necesito convencer a nadie de la importancia que tiene consignar los hechos sociales, y la comunicación constituye uno de los más relevantes. Es justamente en esta circunstancia que radica la justificación de historiar a los medios. Desde su concepción, se trata de una tarea que rebasa con mucho los asuntos gremiales o características del desempeño de una profesión. El funcionamiento de los medios tiene que ver con la evolución de toda la sociedad e interesa, por lo tanto, a todos sus integrantes.

Resulta un tanto paradójico que si bien muchas historias tienen su razón de ser en el anhelo de erudición o en el empeño de los historiadores por recuperar el desarrollo del comportamiento humano, el registro académico haya caído, sin embargo, en cierto descrédito, sobre todo en el terreno de las ciencias sociales. A esos estudios se les considera poco serios o escasamente contribuyentes al crecimiento del conocimiento científico si no ofrecen aportaciones teóricas.

Pero esta es una falsa confrontación, un juicio equívoco de los aspectos teóricos y prácticos en cualquier disciplina. La investigación en ambos terrenos ha dado como resultado importantes productos científicos.

En el ámbito de la comunicación tenemos un claro predominio de las investigaciones de carácter teórico, según se ha encargado de demostrar el investigador del ITESO Raúl Fuentes Navarro. Esto bien puede ser una secuela de nuestra herencia antipositivista de mayor arraigo en el campo de las ciencias sociales pero seguramente tiene que ver también con la inquietante tendencia humana, observada por Elías Canetti, hacia lo que le resulta más lejano o ajeno y una especie de menosprecio por lo más cercano.

El hecho es que tenemos mayor inclinación por los estudios teóricos. Mas eso sólo es el qué en los estudios sobre los medios, pero no responde el para qué hacer la historia de los medios.

Los registros históricos nos proveen de los datos de la evolución humana en una actividad específica con un nivel de detalle que nos es mucho más cercano, pero que por esa misma razón, tiene una gran capacidad de envolvernos en la reflexión sobre ese quehacer. Es decir, considero que la utilidad práctica que los estudios historiográficos tienen para la teoría es mucho mayor de lo que se piensa.

Otro aspecto que ya adelanté es el del involucramiento social que existe en el funcionamiento de los medios. Se trata, por decirlo de algún modo, del ejercicio social de la comunicación que no existe sin sus lectores, oyentes o espectadores, e incluso ahora sin sus cibernautas. Así que las características que a lo largo del tiempo van mostrando los medios, nos hablan también de una evolución social, que es la que legitima el funcionamiento de los medios.

Una razón más para hacer la historia de los medios, me parece que debe ser, porque así la he vivido, el placer de hacerla. Todos sabemos que los hechos sociales se producen y se acumulan en el tiempo, pero eso no los hace historia sino simplemente eso: hechos sociales acumulados. Cuando alguien se toma el trabajo de recuperarlos, consignarlos, organizarlos y ofrecerlos como una aportación al conocimiento, se convierten entonces no sólo en objeto de estudio, sino que podemos verlos como una argamasa indispensable para la construcción de los edificios teóricos. Pero en comunicación como en casi todas las áreas del conocimiento, tal proceso de conversión de hechos a objetos de estudio sigue estando regido por el interés individual del investigador, por el placer que le produce investigar precisamente determinado tema y no otro, por la elección científica que responde a los gustos personales más que a dictados de prioridad.

Bien dijo Marc Bloch, el notable historiador francés fusilado en 1944 por los nazis, que “antes que el deseo de conocimiento, el simple gusto, antes que la obra científica plenamente consciente de sus fines, el instinto que conduce a ella”. Yo podría explicar con esas palabras de Bloch el espíritu que ha animado al trabajo que me propuse con la fundación de la *Revista Mexicana de Comunicación*: recoger la teoría y la práctica de los medios en México. Recientemente, ese mismo impulso, compartido con varios colegas, tuvo otro fruto: los dos

tomos de *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, donde lo que más importa es la recuperación de los hechos. A veces con dificultad, tuvimos que despojarnos del calificativo para mostrar los hechos que se han ido concatenando por casi 50 años para construir la televisión que ahora tenemos y que siendo tan reciente, es una historia que no conocemos o que ya olvidamos.

Pero además de saciar nuestro gusto y nuestras inclinaciones intelectuales, nuevamente acudo a Bloch: “Siempre nos parecerá que una ciencia tiene algo de incompleto si no nos ayuda, tarde o temprano, a vivir mejor”.

Es cierto y me parece que uno de los resultados a los que nos llevará atender la construcción de la historia de los medios, será la comprensión de su desarrollo progresivo y de su impacto social. Generalmente estos esfuerzos de recuperación de datos llevan a la clasificación, porque permiten agrupar características y ello conduce al señalamiento de etapas o tendencias. No hay duda de que trabajos de este tipo nos ofrecerán información sobre la producción, consumo y transformación de medios en una sociedad.

En ese sentido, y tomando en cuenta el planteamiento de Bloch, resulta pertinente realizar un mínimo acercamiento historiográfico a los medios de comunicación, que nos permita reflexionar en torno al papel y consecuencias que para la democracia ha generado su evolución en México.

La historia de los medios mexicanos es tan antigua como nuestro país. Coincido con quienes señalan que el periodismo americano nació en México el 10 de septiembre de 1541 con la publicación, bajo el sello de Juan Pablos, de la carta de relación titulada *Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido en la Yndias en una ciudad llamada Guatimala. Es cosa de grande admiración y de grande exemplo para que todas nos enmendemos de nuestros pecados y estemos apercebidos para quando Dios fuere servido de nos llamar.*

Esa carta es más que una relación de hechos. Hoy la podemos leer como un verdadero reportaje en donde el autor recoge los datos, el ambiente, las consecuencias, y en fin todo el listado de sucesos que constituyen la armazón de lo que hoy llamaríamos, más que nota informativa, reportaje de fondo.

Si tomamos la fecha de publicación de esa Carta y arbitrariamente la utilizamos para marcar la génesis del periodismo americano, podemos entonces trazar una vía temporal, un camino que nos conduzca por los territorios de la interesante e intensa historia de la presencia de los medios en nuestro país.

“De las Cartas de Relación a los Satélites Solidaridad” era el título del curso que impartí durante algunos años a universitarios. Lo armé a partir de lecturas, consultas, charlas con estudiosos y mis propias reflexiones. Es un viaje fascinante a lo largo del tiempo mexicano en donde los medios son actores principales y su papel está bien documentado. Basta revisar las notas de, por ejemplo, la *Historia Moderna de México* de Cosío Villegas, para calibrar la importancia que tienen como fuentes. Entonces ¿por qué es tan escasa su historiografía? Una explicación es la que apunté hace unos momentos hay cierto prejuicio o descrédito sobre el registro histórico.

Pero el historiador, así sea un aficionado como yo, puede anticipar momentos de emoción, intensidad y placer cuando se sumerge en el estudio de la historia de los medios desde la citada Carta de Relación y hasta el día de hoy.

Durante la guerra de Independencia y hasta el periodo de la Reforma, quizá los tiempos de mayor inestabilidad social y política en México, los periódicos –no los que hoy llamamos así, sino las pequeñas y breves hojas volanderas de aquella era- no sólo fueron el vehículo para la propalación de las ideas que habrían de minar los cimientos de los poderes del *status quo*, sino que puede decirse que suplieron el lugar que habría correspondido a las organizaciones hoy llamadas partidos políticos.

En esta época tuvimos más de 50 gobiernos y alrededor de 30 presidentes. En un periodo de 15 años, 16 hombres encabezaron 22 gobiernos, y según datos de Humberto Musacchio aparecieron 240 periódicos, la mayor parte de los cuales, dice este investigador, vivieron enfrascados en una feroz lucha de ideas e ideales entre monárquicos y republicanos. Es el tiempo en que se dan las primeras crónicas parlamentarias de los debates del Congreso Constituyente y comienza verdaderamente la era del periodismo político mexicano. La prensa, incluso la oficial u oficiosa, comienza tímidamente a poner en entredicho los fueros religioso y militar; pero también se subsidia a periódicos pro-gobierno para que rectificaran los extravíos de la opinión pública.

Apunto que el número de publicaciones comprende los títulos de los que sobrevivieron ejemplares; así que la cuenta real podría ser mayor.

Si ustedes me lo permiten, los invito a una visita relámpago a por lo menos algunos de los momentos que me parecen claves en el desarrollo de los medios en México. Los datos que cito son de Humberto Musacchio, Florence Toussaint, Fernando Mejía Barquera y otros autores.

Durante la segunda República Federal, se da una gran presencia de los periódicos en la vida nacional. Desde sus páginas los puros, los rojos, los conservadores y los liberales debaten el proyecto de nación; se pide el sufragio universal, se saluda y critica la propuesta del voto a los 18 años, se pide el voto para la mujer, se lucha ferozmente por la igualdad. La prensa política anterior a 1886 se caracterizó por su ánimo polémico y analítico. La llegada de Maximiliano enciende los ánimos periodísticos contra la intervención. El periodismo era concebido fundamentalmente como medio de expresar ideas, manifestar posturas, hacer proselitismo. La ausencia de partidos o la reducción de éstos, hizo de la prensa un buen sustituto de la organización. Los periodistas consideraban su deber criticar al poder desde la prensa y éste a su vez la utilizó para justificarse y dar sustento a sus decisiones. A la prensa se le combatió con la prensa, con el subsidio y con las leyes. Avanzado el Porfiriato, se añadieron la represión y la censura.

Cifras de varios investigadores –muy notablemente de la maestra Toussaint- nos dicen que durante el Porfiriato (1877-1911) vieron la luz, acumulados, 2,576 periódicos: 2,003 en los estados y 573 en la capital. De los periódicos capitalinos, 409 fueron publicaciones políticas.

En materia de nuevas tecnologías de comunicación encontramos también historias fascinantes. En primer lugar documentamos que en cada caso los nuevos medios, desde la imprenta –que en su momento fue una nueva tecnología cuyo impacto social puede compararse al que hoy apreciamos en el caso de la internet- llegaron a nuestro país muy poco tiempo después de su aplicación en otras latitudes, y ya aquí crecieron, para decirlo en términos rancheros, como la verdolaga.

Desde la primera línea telegráfica tendida en 1849 entre la capital de la República y Nopalucan, Puebla –cuya transmisión inaugural fue una crónica para *El Universal* (no el actual)-, a la radiotelegrafía que en 1902 enlaza a Santa Rosalía, Baja California, con Cabo de Haro, Sonora (y crece a once estaciones para 1911) y hasta nuestros días de satélites, fibra óptica e internet, vemos como en una película de alta velocidad el crecimiento de estos medios a lo largo del país hasta formar una red nerviosa cuyos efectos en la sociedad mexicana no han sido, a mi juicio, suficientemente estudiados.

¿Sabían ustedes que después del lanzamiento del Sputnik en octubre de 1957 México puso en marcha un programa espacial con todo y campo de pruebas de combustible sólido y plataforma de lanzamiento? Pues si no lo creen, les tengo otra noticia: el programa lanzó varios

cohetes basados en la tecnología de los misiles alemanes V2, uno de los cuales llegó a una altura de 25 kilómetros. Pero hoy en materia espacial estamos más atrasados que la India o Pakistán. Lo que sucedió después es una de las muchas historias que nos debe la revolución sexenal institucionalizada.

Pero regresemos a nuestro arbitrario recuento.

El 27 de septiembre de 1921, fecha oficial del nacimiento de la radio mexicana –mérito que en realidad debiera corresponder a la transmisión del mes anterior durante el centenario de los Tratados de Córdoba, en la ciudad veracruzana del mismo nombre–, tuvieron lugar dos primeras transmisiones, una del Palacio Legislativo al Castillo de Chapultepec durante la cual los señores Flores y Valdovinos y el reportero de *Excelsior* Arnulfo Rodríguez felicitaron al presidente Obregón con motivo de la Exposición del Centenario, y otra, unas horas después, de los bajos del Teatro Ideal al Teatro Nacional (hoy Bellas Artes), con un concierto de María de Los Ángeles Gómez y José Mojica.

En 1933, la radiodifusora XEFO transmitió en vivo la asamblea que postuló al general Cárdenas a la presidencia y el desarrollo de la campaña política. Así quedaron demostradas las posibilidades de este medio al que Alfonso Reyes habría de llamar “la nueva Paideia”. Después organiza los primeros controles remotos noticiosos, entre ellos la llegada de 500 niños españoles enviados por la República, una transmisión desde el nivel 16 de la mina Don Carlos de Pachuca, a 410 metros de profundidad, y una reseña desde los talleres de *El Nacional*.

Hoy nadie pone en duda que el medio por excelencia, el de mayor alcance y penetración, es la radio, aunque pocos recuerden quién fue Constantino de Tárnava y las siglas de su estación experimental, la TND, no sean reconocidas ni siquiera por los actuales empresarios de la radiodifusión.

Frecuentemente se ha cuestionado el modelo mexicano de radiodifusión (radio y TV) mexicano. Hay quienes argumentan que la adopción de un patrón puramente mercantil –contra el ejemplo del modelo inglés original, de utilidad pública controlado por el Estado– fue producto de un “descuido” de los gobiernos revolucionarios. Pero según ha dejado en claro Fernando Mejía Barquea, éste es un mito más en el ámbito de la historia de los medios electrónicos, pues el Estado mexicano nunca desatendió a la radiodifusión, además de que las organizaciones políticas de la izquierda –que eran las que hubieran podido promover la adopción de otro patrón–, nunca

demonstraron mayor interés en esa industria. Si alguno de ustedes tuviese dudas sobre la utilidad social de conocer la historia de los medios, he aquí una joya.

Además, puedo afirmar, aunque suene ingenuo, que antes que televisión comercial hubo un intento de televisión educativa. Con la misma arbitrariedad con que tomé la fecha de la Carta de Relación para establecer la génesis del periodismo en América, propongo que las transmisiones llevadas a cabo por el ingeniero González Camarena durante la VIII Asamblea Nacional de Cirujanos en el Hospital Juárez de la Ciudad de México en 1948 marcan el nacimiento de la televisión cultural mexicana, tres años antes del “nacimiento” oficial del modelo comercial que conocemos. Es decir, la radiodifusión fue deliberadamente impulsada dentro del modelo privado.

En síntesis: mientras que la prensa escrita nace con la historia de nuestro país, la radio y la televisión acompañan la evolución de la sociedad desde el siglo XX, y no sólo la acompañan sino que la modifican ellos mismos. Porque la historia de México -¡y de la humanidad!- sería totalmente distinta, me atrevería a decir que impensable, sin la presencia de estos dos medios masivos.

Historiar los medios, en suma, significa una tarea necesaria no sólo para entender su presente y el de la sociedad donde están insertos sino, mejor aún, fundamentalmente para ir construyendo un presente mediático y, por ende, democrático y más esperanzador.

## **Referencias**

Hanser Roger D., *La política del desarrollo mexicano Siglo XXI Editores*, México DF, 1975

INGI, *Estadísticas históricas de México*. México, 1994

Mussacchio Humberto “Periodismo” en *Diccionario Enciclopédico de México*, Andrés León Editor, México DF, 1989

Robles Martha, *Educación y sociedad en la historia de México*, Siglo XXI Editores, 3ª. Edición México DF, 1973.

Toussaint Alcaraz, *Escenario de la prensa en el Porfiriato*, Fundación Manuel Buendía, México DF., 1989

## Cultura y comunicación organizacional

La palabra *comunicación* proviene del latín *communis* que significa común. También en castellano el radical *común* es compartido por los términos comunicación y comunidad.

Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre *comunicarse* y *estar en comunidad*. En pocas palabras, *se está en comunidad* porque *se pone algo en común* a través de la *comunicación* (Márquez, 2006).

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos (Fernández, 2002).

En cuanto a su propósito, ya Aristóteles en sus tiempos dejó claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista.

Es útil dejar sentadas estas definiciones para no caer en el error de que el estudio de la comunicación, en este caso la *comunicación organizacional* y su relación con la *cultura organizacional*, se constriñe al aparato mecánico emisor-receptor y los flujos de mensajes, lineales o de dos vías, que suelen informar a ciertas obras del ámbito de la comunicación social.

Existe una corriente relativamente nueva que echa mano de diversas disciplinas tanto de las ciencias sociales como biológicas para demostrar la existencia de una *cultura organizacional* (González, 1998) que norma y conduce la vida de las empresas de forma muy semejante a como se da en las culturas sociales. Es pertinente utilizar un enfoque multidisciplinario para el estudio de las organizaciones empresariales, que como conjuntos humanos son sujetos de estudio de la sociología, la historiografía, la antropología e incluso la paleontología, quizá anteponiendo el prefijo *micro* a cada especialidad.

Esta corriente de estudio de las organizaciones empresariales se encuadra en la descrita por Nosnik (2005) para revalorar y promover la dignidad de la persona humana en tanto colaboradora de las organizaciones:

La empresa como organización social, además de la económica de la primera etapa, surge como una realidad desde los inicios de los años treinta a mediados de los años cincuenta del siglo XX. Los actores no sólo son racionales (es decir, manejan información y deciden con base en ella la aplicación óptima de recursos para lograr resultados económicos) sino también sociales (se incluyen unos a otros para lograr avanzar tanto sus propios intereses y metas como individuos y equipos como aquellos objetivos previamente planeados referidos a la totalidad de la empresa).

El mismo autor distingue cuatro etapas en el estudio de las culturas organizacionales:

*Etapla clásica en la que surgen los nuevos modelos productivos industriales que requieren nuevas formas de control que en su conjunto llamamos administración.*

*Etapla del desarrollo administrativo en donde se entiende que además de la jerarquía administrativa, los individuos y los grupos influyen sobre otros grupos e individuos en los procesos de producción.*

*Etapla del surgimiento del pensamiento sistémico en administración que concibe a las empresas como sistemas abiertos operados por actores racionales.*

*Etapla actual, de la administración del cambio.*

En este sentido, quizá no sea un despropósito hablar de una “antropología de la organización empresarial”. Ya en el pasado se han utilizado las herramientas de análisis de esta disciplina para entender las relaciones y jerarquías que se dan al interior de grupos y organismos (Lomnitz, 1975). González (ibídem) parece estar en lo correcto al detectar, como parte de la cultura organizacional, una historia, una forma de hacer las cosas y una visión del futuro, mientras que otros autores hablan de una mitología, de una heráldica e incluso de leyendas, gestas y tradiciones, cuyo estudio y conocimiento son esenciales para entender las razones del crecimiento o desaparición de las organizaciones empresariales, muy a la manera en que mediante el paciente y aplicado escrutinio del *Beowulf*, los viejos lingüistas de Cambridge pudieron encontrar la génesis de algunas estructuras sociales inglesas.

Márquez (2006) explica sucintamente los factores culturales que influyen en el estudio de la comunicación organizacional:

Los individuos, normalmente, desde su infancia ya traen conductas aprendidas de su medio ambiente, hábitos, costumbres, ideologías, reglas de conducta, manejo de diferentes símbolos, valores sociales, morales, tanto individuales como organizacionales, además de una nacionalidad de origen, entre ellos.

Algunos otros autores, como Fernández (ibídem), consideran como variables culturales la influencia del idioma, los códigos no verbales, la concepción del mundo propia de cada individuo, el rol que desempeña en las relaciones y los patrones de pensamiento. Para este autor la concepción del mundo es la representación de la concepción interna de un individuo o un grupo, la cual es moldeada y organizada según las percepciones culturales que reflejan valores básicos, creencias y actitudes.

En una definición formal, *cultura* es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado; la expresión engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden (Encarta, 2004).

En este sentido amplio se entiende que el conjunto de fundamentos teóricos y la batería de herramientas para el análisis de los sistemas internos de una organización empresarial y las relaciones entre los seres humanos en su interior, deben estar sustentados precisamente en un concepto de *cultura*. Los mecanismos de conocimiento de la cultura organizacional no son menos complejos que los requeridos para el estudio de lo que llamamos *cultura* social (fig. 1).



Fig 1. Algunos elementos que influyen en la creación de una *cultura empresarial*.

También parece un acierto incursionar en lo historiográfico y mitológico, que si bien son terrenos resbaladizos, ofrecen herramientas para entender la cultura de las organizaciones y evitar, como quería Santayana (1905), evitar caer en errores del pasado, afianzar el presente y dar certeza al futuro.

Una vez establecido que la organización empresarial es una *cultura*, las herramientas para su estudio pueden ser tan variadas como las empleadas en el estudio de la cultural social. Veamos, a manera de ejemplo, dos aproximaciones: la elitista o autoritaria, y la igualitaria o democrática, para entrar en el análisis de la relación entre comunicación organizacional y cultura organizacional.

La propuesta aristotélica que conocemos como *autocrática* es una filosofía que propone que la conducción social debe estar en manos de los mejores individuos, los más capaces, en tanto que la filosofía platónica o *democrática* sin ser necesariamente el opuesto de la anterior, pone en duda la pertinencia de colocar la conducción social en unas pocas manos y favorece una participación de base más amplia e igualitaria.

Los alcances de estas doctrinas pueden ejemplificarse con dos extremos: un grupo militar y un partido político. En el primero, los integrantes operan en base a una estructura rígida y

autocrática, orientada a la consecución de fines muy poco o nada variables, mientras que en el segundo hay una gran dosis de comunicación e interacción de los individuos que ejerce influencia sobre la estructura, estrategias y metas de la organización.

Entre estos polos se mueven la mayoría de las organizaciones. No hay casos puros. En un mismo grupo o empresa se pueden dar distintos niveles de comunicación autoritaria e igualitaria.

Estas propuestas nos permiten analizar los flujos de comunicación y son base para acciones de diseño comunicacional y organizacional que respondan de manera adecuada a las necesidades particulares de una organización.

La relación entre comunicación y cultura organizacional es fundamental. Por ejemplo, la administración científica y burocrática pone énfasis en flujos de comunicación unidireccionales empataados a la especialización de tareas. La administración participativa promueve flujos de comunicación bidireccionales y el intercambio de roles de trabajo. Poner el acento en metas de producción resulta en una comunicación más orientada al trabajo, en tanto que el énfasis en las necesidades individuales da como resultado flujos comunicacionales ricos en contenidos personales (Cummings et al., 1987).

Así, la planeación estratégica de la comunicación debe ser coincidente de principio a fin con las metas organizacionales. La comunicación organizacional es un elemento facilitador para los logros de la organización, como lo plantea Greenbaum (1974) en cuatro categorías: regulativas, innovativas, integrativas e informativas.

De acuerdo a este autor, estas redes tienen los siguientes propósitos o consecuencias:

*Las regulativas, para el control.*

*Las innovativas, para la adaptación.*

*Las integrativas, para elevar la moral.*

*Las informativas, que facilitan el control, la adaptabilidad y la moral, al mismo tiempo que inducen la conformidad.*

Ahora bien, hablar de procesos de comunicación con las características descritas y en las redes apuntadas, lleva a la consideración y estudio de los contenidos comunicacionales. La proporción simbólica entre los contenidos orientados al trabajo y los contenidos orientados a la persona permite elaborar un índice del contenido comunicacional. Por ejemplo, un diseño

sociotécnico estimula el equilibrio de los roles comunicacionales tanto personales como de trabajo. Una aproximación desde el punto de vista de las relaciones humanas pone énfasis en el contenido personal en la comunicación, y la administración científica se enfocará a mensajes orientados al entorno laboral (Cummings, *ibídem*).

Esto nos lleva al siguiente escalón: la brecha entre contenidos comunicacionales personales y laborales, que pueden ser insertados en tres categorías generales de ambiente: 1) alto contenido laboral y bajo contenido personal, en donde las metas tienen que ver principalmente con el cumplimiento de tareas; 2) bajo contenido laboral y alto contenido personal en donde los mensajes privilegian las necesidades de los empleados y 3) equilibrio personal y laboral en donde los individuos dividen sus relación equitativamente entre la comunicación laboral y la personal.

Esta propuesta permite graficar las tendencias comunicacionales de las organizaciones en esquemas que oscilan entre la orientación a las personas y la orientación al trabajo o el cumplimiento de las metas. El flujo de la comunicación en estas gráficas está asociado al concepto de comunicación autoritaria y comunicación igualitaria o democrática expuesto líneas arriba.

Al igual que en los procesos de producción, en el flujo de la comunicación también se puede distinguir una división de trabajo, cuya nomenclatura es, según Cummings (1987) “grupal” (groupness) y “organizacional” (organizationness):

Lo grupal y lo organizacional representan los extremos de un continuo y como extremos raramente podemos observarlos en la realidad. Son conceptos representativos de características significativas del flujo comunicacional en las organizaciones y permiten contrastar unas con otras. Las propiedades descriptivas de cada extremo ayudan a comprender cómo una misma organización se transforma al paso del tiempo (descripción diacrónica) o cómo dos o más organizaciones se comparan entre sí en un periodo determinado (descripción sincrónica). La especialización y el intercambio de roles son las operaciones correspondientes respectivamente a lo grupal y a lo operacional y son condiciones que pueden darse en las organizaciones por diversas razones (algunas tareas requieren capacidad de escucha y otras no, etc.). La división del trabajo que lleva a la división de los roles comunicacionales trae beneficios y problemas según haya o no empatía entre ambos.

En una organización autocrática se tiende a una distinción de status entre los empleados y algunos roles se perciben como más deseables que otros, lo que desata una competencia y puede llevar a un ambiente de tensión organizacional.

Los especialistas en comunicación organizacional han desarrollado mecanismos diseñados para enfrentar los problemas derivados de la especialización de roles. Uno de ellos consiste en grupos de trabajo en donde hay interdependencia e intercambio de roles, lo cual reduce el aburrimiento e incrementa la participación organizacional, es decir, la aplicación de una herramienta de comunicación organizacional.

### **Cultura, comunicación y globalidad**

Que hoy vivimos en una sociedad globalizada es un aserto que nadie cuestiona, aunque determinar cuándo exactamente comenzó esta *globalidad* puede provocar animados debates. No es fácil encasillar periodos. En la historiografía se fijan arbitrariamente puntos de comienzo para delimitar objetos de estudio. Quizá lo global comenzó en 1844, con la transmisión del primer telegrama público, o cuando Alexander Graham Bell presentó el teléfono en 1876 durante la Exposición del Centenario en Filadelfia -y los asistentes se preguntaban qué utilidad podría tener hablar con otros a grandes distancias si la comunicación escrita era confiable y cómoda. Alguien más podría sostener que fue el 17 de diciembre de 1903, cuando el avión de los hermanos Wright se mantuvo en el aire durante 12 segundos sin que nadie, ni aún los más audaces, pudiese anticipar lo que ese invento significaría para la globalidad. Hay quien propone que la globalización comenzó con la puesta en órbita del *Sputnik* en 1957, o con la transmisión en vivo de las Olimpiadas de Tokio en 1964, o con el Mundial de Inglaterra en 1966 e incluso con las transmisiones en tiempo real de la Guerra del Golfo.

Algunos científicos sociales ubican la fecha a mediados de la década de los sesenta cuando se desarrolló la red “Arpanet”, madre tecnológica de la *Internet*, desarrollada por la Advanced Research Projects Agency (División de Proyectos Avanzados de Investigación, ARPA por sus siglas en inglés) del Departamento de Defensa de Estados Unidos, para mantener las comunicaciones en caso de un ataque nuclear.

Otra corriente liga el surgimiento de lo *global* al desarrollo de las computadoras y sostiene, con lógica, que la *conectividad*, instrumento de la Internet y por ende de la *globalidad*,

no pudo haberse dado en ausencia de aquellos aparatos de relativamente reciente aparición: *Robinson*, la primera, entró en operación en 1940 en la Gran Bretaña.

Se tiene el registro de que en 1983, ya con Internet en operación, el número de computadoras *personales* en Estados Unidos era de seis millones, un crecimiento de mil veces en 23 años. Esta cifra la presentan algunos como soporte medible para fijar el nacimiento de la *globalización* a mediados de los sesenta. El hecho es que Internet hoy enlaza a millones de personas y a cientos de miles de organizaciones en los cuatro continentes. La transformación del *Arpanet* en *Internet* fue, además de sus implicaciones científicas, un cambio cultural que algunos han equiparado al que provocó en su momento la imprenta de Gutenberg. Quizá nunca antes un sistema tecnológico había sido una palanca de cambio tan decisiva como fue la Internet, que obligó a redefinir, entre otros conceptos, los de distancia, fronteras nacionales y... organizaciones empresariales.

Si las organizaciones empresariales son una *cultura*, de ahí se sigue que son entes socialmente *vivos* que responden, negativa o positivamente, a los cambios de su entorno. La llamada sociedad de la información y su nave emblemática, la Internet, han transformado la forma de hacer negocios, de crear riqueza y, aparentemente, también han hecho sentir su influencia en la cultura organizacional. Nosnik (2005) reflexiona:

A nivel mundial la turbulencia o el nuevo orden global se manifiesta por la llamada “globalización de los mercados” que se evidencia en una doble tendencia. Por un lado, muchos de los líderes mundiales que producen y/o distribuyen productos, y ofrecen servicios, llegan a mercados locales; y por otro, empresas de todo giro y tamaño pueden, en principio, expandir sus horizontes y salir a competir mundialmente. De ahí que una forma común de hablar de las posibilidades que ha traído la Aldea Global a las empresas es ver el mundo como un mercado. Esta visión comunicada mercadotécnicamente por algunos proveedores forma la atractiva frase “pensamos globalmente, actuamos localmente” que implica que hoy por hoy aparentemente existe sólo una calidad que satisface a todo mundo, la (calidad) mundial.

Esta *globalidad* de los mercados derivada de la conectividad que nos dieron las nuevas tecnologías de comunicación e información (TIC) provocó a fines de los setenta y durante los

ochenta una *avalancha* de empresas llamadas *dot.com*, descarga de energía semejante al “gold rush” que llevó oleadas de aventureros al viejo oeste norteamericano con la certeza de que sacarían el oro a cucharadas de cualquier arroyo.

Y como en el viejo oeste, muchos fueron los perdedores y unos pocos los afortunados. El hecho desató una escuela de investigación y surgieron voces sabias que convocaron a la reflexión y que alertaron contra los mitos del nuevo mercado global. La de Porter (2001) fue una de las más lúcidas:

Atrapados en el fervor generalizado, muchos asumieron que la Internet cambiaba todo y hacía obsoletas las antiguas reglas de la competencia y el comportamiento empresarial. Esa puede ser una reacción natural, pero es peligrosa. Ha llevado a muchas empresas, *dot.com* y recién llegadas por igual, a tomar decisiones erróneas que han erosionado el valor de sus organizaciones y minado sus ventajas competitivas.

No sólo las empresas se han visto atrapadas en la globalidad. Las naciones también. Destaca el ejemplo de China, que en menos de 50 años transitó de la convulsión de una revolución marxista, a ser una de las economías de mayor crecimiento en el mundo, crecimiento aparejado con el de usuarios de Internet, que pasaron de 620 mil registrados en 1997 a cerca de 120 millones a fines del 2005. No es fácil imaginar un mercado que llega a tales niveles en el uso de la red cuando menos del cinco por ciento de su población tiene hoy acceso a ella, y de inmediato surge la pregunta: ¿qué sucederá cuándo, digamos, el 32 por ciento de la población esté *conectada*? ¿El paraíso de los inversionistas del mundo, o retos de dimensiones no previstas para la infraestructura mundial de las comunicaciones como hoy la conocemos?

La comunicación organizacional, pues, es estratégica para la organización empresarial, sea chica, mediana, grande o global, y una herramienta insustituible para fijar la cultura de la organización.

## **Conclusiones**

¿Por qué entonces la comunicación organizacional sigue siendo materia de preocupación y análisis entre los cuerpos directivos de las empresas?

No hay una respuesta única. Tres reflexiones y consideraciones básicas serían:

*En manos de quién está el programa de comunicación interna.*

*Cuáles son los instrumentos de que dispone.*

*Qué resultados reales puede ofrecer respecto a una estrategia de comunicación interna.*

Tradicionalmente, el programa de comunicación interna es puesto bajo la responsabilidad del área administrativa (con las variantes de nomenclatura que puedan existir) y su ejecución puede recaer en un departamento de recursos humanos o de desarrollo de personal.

Se puede esperar razonablemente que los instrumentos sean: periódico interno o *house organ*, periódico mural o pizarrón de comunicaciones, programa de cartas y telegramas por aniversario, natalicios o fallecimientos, recorrido de inducción para el personal de nuevo ingreso, premios y obsequios, reuniones y fiestas, entrevistas cara a cara para la detección y solución de problemas, etc. Poco que no esté contenido en los manuales o que no haya sido suficientemente probado.

Hablar de *resultados* puede ser un ejercicio interesante. ¿Tiene la empresa herramientas eficientes y suficientes para medir la penetración de sus medios internos? ¿Existe un sistema de retroalimentación?

Algunas acciones para una política de comunicación interna:

*¿Cuáles y cuántos medios internos hay en la empresa?*

*Un inventario debe ser la primera acción. Con frecuencia estos programas se dejan en manos de unidades departamentales entusiastas y proactivas. En una empresa grande, donde pueden coexistir numerosas capas de autoridad, los programas tienden a duplicarse. ¿Sabe una empresa grande cuántos órganos internos de comunicación realmente tiene?*

*La multiplicidad de órganos internos puede en efecto contribuir a la desorientación y a la confusión.*

*Es muy útil proceder a la revisión integral de los formatos, contenidos y periodicidad de los diferentes instrumentos de comunicación interna para darles una intención acoplada a los programas de la empresa y evitar*

*duplicidades o contradicciones.*

*Revisar cuál es la línea de mando sobre los programas de comunicación interna.*

Tal como lo han comprobado empresas exitosas en todo el mundo, las estrategias de comunicación interna funcionan mejor en la medida en que dependen directamente de la Presidencia o Dirección General.

No es que sea el director general quien personalmente deba dedicar tiempo al diseño y aplicación de esos programas (aunque Welch –2001- demostró que éste es un paradigma a revisar), sino que pueda *directamente* instrumentar, con un responsable de alto nivel, los mecanismos de comunicación interna que mejor se acoplen a sus estrategias empresariales.

Un ejercicio útil es analizar críticamente los contenidos.

*¿Aparecen los funcionarios o los trabajadores en las portadas y en las historias y fotografías?*

*¿Hay una política editorial de apertura en los medios internos de la empresa?*

*¿Los medios internos dicen que todo va muy bien cuando todos saben que vamos mal?*

*Las consignas “información es poder” y “gobernar es comunicar” dejan de ser lugares comunes cuando se aplican al mundo cerrado de una empresa.*

*Considerar la pertinencia de un estrategia de comunicación personal o “cara a cara” por parte del D.G.*

La asistencia del presidente o director general a reuniones de mandos medios, con las bases y con grupos de igual nivel en las empresas afiliadas, es el mejor mecanismo para hacer llegar el mensaje adecuado.

Este mecanismo puede parecer un atentado al tiempo ya de por sí reducido de quien dirige la empresa, pero está comprobado que es una inversión de alto rendimiento, siempre que se lleve a cabo mediante una cuidadosa estrategia.

En resumen, la comunicación organizacional es un *proyecto estratégico*, que debe tener el mismo nivel y consideración que otras herramientas, tales como las juntas de dirección, los seminarios de análisis y las discusiones sobre nuevos proyectos.

La comunicación organizacional debe tener como meta principal el hacer de cada uno de los integrantes de la empresa, sin importar ubicación o responsabilidad, *un socio estratégico y proactivo* de los programas de la empresa.

## **Referencias**

- Cummings, H. Wayland Larry W. Long, Michael L. Lewi (1987) *Managing Communication in Organization: An Introduction*, 2<sup>nd</sup> Ed. Arizona: Gorsuch Scarisbrick Publishers.
- Encarta* (2004), enciclopedia electrónica. Microsoft Corporation.
- Fernández Collado, Carlos (2002). *La comunicación en las organizaciones*. México: Ed. Trillas.
- González Cornejo, Aurelio (1998). D.O. Desarrollo Organizacional. La alternativa para el siglo XXI.. México: Ed. PAC
- Lomnitz, Larissa (1975). “Antropología de la investigación científica en la UNAM”, en *Ciencia y Desarrollo* 6. México: CONACYT.
- Márquez R. Jorge E. (2006). *Introducción a la comunicación organizacional*. Puebla: Aprendizaje Global, S. C.
- Nosnik Ostrowiak, Abraham (2005). *Culturas organizacionales: origen, consolidación y desarrollo*. Madrid: Netbiblo, S.L.
- Porter, Michael E. (2001, March). Strategy ant the Internet. *Harvard Business Review*. Cambridge: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Santayana, George (1905). *The Life of Reason*, Volume 1. Cambridge: The Harvard Press.
- Welch, Jack (2001). *Straight From the Gut*. New York: Warner Business Books.

El ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, son elementos que van conformando lo que se denomina clima organizacional (Bustos, Miranda, Peralta, 2006) o laboral. Es la percepción que los colaboradores de una organización tienen de la empresa a la que pertenecen y es quizá el factor con mayor peso para determinar el desempeño del conjunto.

La metáfora *clima* es particularmente apropiada para hablar del *ambiente laboral* de una organización empresarial. Se inserta en la corriente de *ecología cultural* en boga desde los setenta y potenciada con la aparición del señero estudio de la Fundación Hoso Bunka (1994). La *ecología cultural* toma herramientas de la antropología y de la biología para aplicarlas al conocimiento de las organizaciones sociales mediante el análisis de la interrelación de las fuerzas que las conforman:

La ecología cultural determina y analiza las adaptaciones al medio ambiente teniendo en cuenta otros procesos de cambio. Distingue diferentes formas de sistemas e instituciones socioculturales y reconoce la competencia y la cooperación como procesos en continua interacción. Uno de sus principios es que las adaptaciones al medio ambiente dependen de su propia naturaleza, de la estructura y necesidades de la sociedad, y de la tecnología.

En este contexto, Gouillart (1996) sostiene que hay una *revolución empresarial* que está transformando a las organizaciones productivas:

La premisa fundamental (...) es que la complejidad de una corporación moderna desafía cualquier descripción mecanicista, que una corporación es el equivalente de un organismo viviente: la corporación biológica. Pensamos en las empresas como si fueran seres vivientes y volitivos –igual que las personas–, completas con cuerpo, mente y espíritu. Las empresas nacen, crecen, se enferman, se recuperan, maduran y envejecen. Además las empresas piensan, eligen, aprenden, trabajan y sienten (...) Algunas tienen una poderosa identidad, creada sobre valores claramente definidos. Otras padecen una “crisis de identidad”, ya que sus valores están ausentes o están mal definidos. Y lo mismo que las personas, las empresas son mortales, pueden

morir. Sin embargo, a diferencia de nuestro propio fallecimiento, el de éstas no es inevitable.

Existen factores internos y externos que contribuyen a la conformación del clima laboral. En lo interno, un ambiente en donde los individuos se encuentren satisfechos e incluso orgullosos de las condiciones culturales y físicas de la organización, la integración de los equipos de trabajo, la historia, valores y tradiciones, el liderazgo, la misión de servicio a la comunidad, etcétera, propiciará el logro de metas y además desatará energías creativas. Por el contrario, un ambiente caracterizado por un clima de tensiones, de frustración profesional, de ausencia de incentivos, con liderazgo autoritario y falta de claridad en las metas empresariales y sociales, disminuirá la productividad y aumentará los costos.

En lo externo, existen diversos factores que ejercen influencia sobre el clima laboral. La colocación de la empresa en los mercados, el prestigio (o carencia de) local, regional, nacional e internacional; los valores (o la ausencia de) y cómo son percibidos por la sociedad, la amenaza de compras hostiles, el desempeño en la bolsa de valores, la aplicación de reglamentaciones, la amenaza de competidores, etcétera, son situaciones que influirán en el ambiente laboral de la organización. Así, el clima tiene una importante relación en la determinación de la cultura organizacional de una empresa.

Para algunos autores, el clima describe el conjunto de características que explican una organización o una parte de ella, en función de lo que perciben y experimentan los miembros de la misma (Gibson, 1992). Está fuertemente vinculado con la interacción de las personas ya sea actuando grupalmente o de forma individual, con la estructura de la organización y con los procesos; y por consiguiente influye en la conducta de las personas y el desempeño de las organizaciones.

Las características del sistema organizacional generan un determinado clima y éste repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento (Martínez, 2006). Este comportamiento tiene obviamente una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación, adaptación, etc.

Litwin y Stinger (citados por Martínez, *ibíd*) postulan la existencia de nueve dimensiones que explicarían el clima existente en una determinada empresa. Cada una de estas dimensiones se relaciona con ciertas propiedades de la organización, tales como:

1. *Estructura*. Representa la percepción que tienen los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desarrollo de su trabajo. La medida en que la organización pone el énfasis en la burocracia, versus el énfasis puesto en un ambiente de trabajo libre, informal e inestructurado.
2. *Responsabilidad o empowerment*. Es el sentimiento de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Es la medida en que la supervisión que reciben es de tipo general y no estrecha, es decir, el sentimiento de ser su propio jefe y no tener doble chequeo en el trabajo.
3. *Recompensa*. Corresponde a la percepción de los miembros sobre lo adecuado de la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo.
4. *Desafío*. Corresponde al sentimiento que tienen los miembros de la organización acerca de los desafíos que impone el trabajo. Es la medida en que la organización promueve la aceptación de riesgos calculados a fin de lograr los objetivos propuestos.
5. *Relaciones*. Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados.
6. *Cooperación*. Es el sentimiento de los miembros de la empresa sobre la existencia de un espíritu de ayuda de parte de los directivos, y de otros empleados del grupo. El énfasis está puesto en el apoyo mutuo, tanto de niveles superiores como inferiores.
7. *Estándares*. Es la percepción de los miembros acerca del énfasis que ponen las organizaciones en las normas de rendimiento.
8. *Conflictos*. Es el sentimiento del grado en que los miembros de la organización, tanto pares como superiores, aceptan las opiniones discrepantes y no temen

enfrentar y solucionar los problemas tan pronto surjan.

9. *Identidad*. Es el sentimiento de pertenencia a la organización, un elemento importante y valioso dentro del grupo de trabajo. En general, es la sensación de compartir los objetivos personales con los de la organización.

El conocimiento del clima organizacional proporciona retroalimentación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales, permitiendo además, introducir cambios planificados, tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional o en uno o más de los subsistemas que la componen.

### **Comunicación y clima laboral**

La comunicación organizacional juega un papel clave para promover un mejor clima laboral y cumple tareas tanto en lo interno como en lo externo.

Sobre las necesidades de comunicación en la organización, Andrade (2002) apunta:

Diversas investigaciones han comprobado una y otra vez que existe un amplio rango de asuntos que a los empleados les interesa conocer, los cuales básicamente pueden agruparse en tres categorías: información relacionada con la organización, información acerca del trabajo e información sobre asuntos que afectan a la vida personal y familiar.

Serían cuatro preceptos los requeridos para lograr esto:

*Propiciando que todos los integrantes de la organización reciban la información completa, confiable y oportuna sobre el entorno, sobre la empresa y sobre el trabajo.*

*Propiciando la identificación de la gente con la organización, y por lo tanto, el orgullo y el sentido de pertenencia.*

*Favoreciendo la integración de la organización con y entre sus colaboradores.*

*Facilitando la creación de una imagen favorable y consistente de la organización entre su público.*

Y respecto al papel que debe cumplir el profesional de la comunicación en el ámbito organizacional, el mismo autor (Andrade, *ibíd*) propone:

*Contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales.*

*Basar su trabajo en cuidadosas investigaciones.*

*Partir de una estrategia.*

*Facilitar, apoyar y promover una comunicación eficiente en la organización.*

*Asegurar la congruencia entre lo que se dice a través de los distintos medios empleados y los mensajes que se transmiten.*

*Utilizar todos los medios existentes para potenciar el nivel de comunicación de la organización.*

En lo interno, la comunicación organizacional es la herramienta para propalar y hacer penetrar los valores de la organización. En lo externo, es el vehículo para posicionar a la empresa y sus valores en la sociedad (fig. 1).

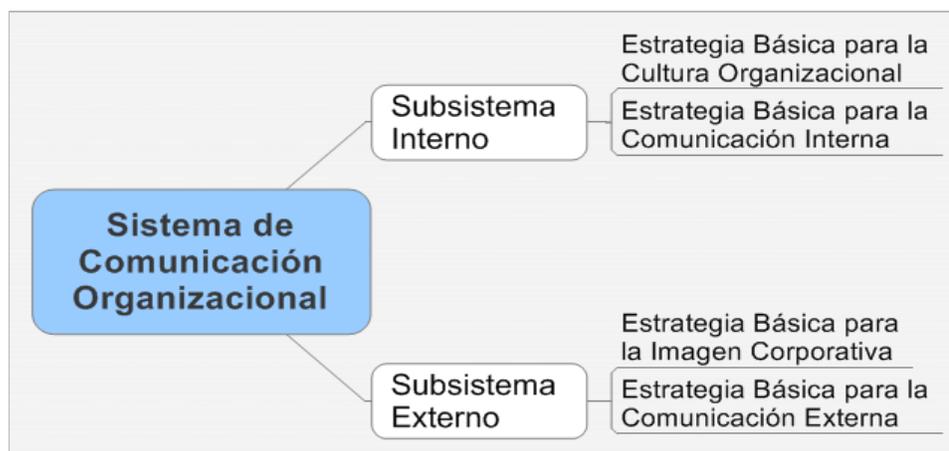


Fig. 1. Factores internos y externos de la comunicación organizacional.

La comunicación organizacional debe tomar en cuenta que el clima laboral en mucho tiene que ver con la actuación y dinámica de los grupos al interior de la organización. Desde que Kurt Lewin demostró en la década de 1930 que los grupos pueden ser estudiados de manera

sistemática y con rigor científico, los investigadores de todo el mundo han generado una enorme cantidad de información acerca del tema (Fernández, 2002). La comunicación organizacional, y en particular la de los grupos de trabajo, ha sido estudiada ampliamente por diferentes especialistas. Algunos de ellos, como Herbert Simon (citado por Fernández, *ibíd*), han llegado al extremo de definir a la organización como un *grupo de grupos*.

¿Qué es un grupo? Un conjunto de dos o más personas que interactúan entre sí y comparten un destino común, poseen estructura organizacional y se comunican a través del tiempo para lograr los objetivos establecidos. A partir de esta definición se pueden identificar una variedad de grupos según sus características o propiedades: primarios y secundarios, formales e informales y de tarea y experienciales.

Al interior de los grupos se dan redes, que pueden ser formales o informales, entre los integrantes. Estas redes a su vez han sido objeto de estudio por diversos teóricos de la comunicación organizacional, entre ellos Leavitt (Fernández, 2002), quien para grupos de cuatro y cinco personas identifica relaciones que llama de *rueda*, de *cadena*, de *tajo diagonal*, de *todos con todos*, de *Y griega* y de *círculo*. Para lograr una mayor efectividad, la comunicación organizacional debe tomar en cuenta esta estructuración al diseñar sus estrategias.

Los grupos surgen cuando una o varias personas descubren una meta deseable o una tarea que sólo podría ser realizada, o que se lograría de un modo más práctico, mediante la acción de un grupo. Las metas y tareas pueden surgir del mismo grupo o de una autoridad externa, pero Fernández (*ibíd*) precisa que meta y tarea no son sinónimos:

Una *meta* de grupo puede ser definida como un estadio final deseado por la mayoría de los miembros del grupo, y la *tarea* de un grupo puede definirse como aquello que debe llevarse a cabo para poder llegar a la meta.

### **Un caso de estudio**

La transformación de General Electric en una corporación planetaria (Welch, 2001) es ilustrativa por cuanto ofrece un caso exitoso de aplicación de herramientas de comunicación organizacional que tomaron en cuenta la acción y peso de los grupos y sus cadenas en el ámbito laboral. Alguna vez una de las grandes revistas de negocios norteamericana definió a Welch como “un icono estadounidense”, pero en privado el Presidente de GE siempre sostuvo que el

único éxito que podía reclamar era de haber logrado que los cientos de miles de empleados de la empresa pusieran sus ideas y energía al servicio de una causa. Welch comprendió que la diferencia entre una organización que sólo mantiene su nicho en el mercado (sin importar las dimensiones) y otra que parece correr hacia delante y saltar sobre sus competidores, es que en la primera se atiende sólo a la fuerza de trabajo y los recursos de capital (producimos cueste lo que cueste) mientras que en la segunda se crea una *mística*, se sigue un *ideal*, hay un espíritu ecuménico que convoca a sus integrantes en comunión de objetivos superiores, sí, que son a la vez metas personales. Es la consecuencia de un buen clima laboral.

Welch logró esto apoyándose fuertemente en adecuadas políticas de comunicación organizacional. Cuando asumió la presidencia ejecutiva de la empresa, General Electric era una añosa, respetada y gigantesca organización -hija nada menos que del genio de Tomás Alva Edison- pero limitada a los mercados domésticos.

Para transformar a esa “vieja señora” en una “colonizadora mundial” que diversificara su producción en consonancia con el concepto global de los nuevos mercados, Welch propuso dar a la comunicación organizacional carácter estratégico con el mismo nivel y consideración que otras herramientas, tales como las juntas de dirección, los seminarios de análisis y las discusiones sobre nuevos proyectos, pues la comunicación debe tener como meta principal el hacer de cada uno de los integrantes de la empresa, sin importar ubicación o responsabilidad, *un socio estratégico y proactivo* de los programas de la organización. En otras palabras, la comunicación es el detonador de un mejor clima laboral.

Diseñada y puesta en marcha tal estrategia, el siguiente paso fue impulsar un concepto conocido como *Six Sigma* -iniciado por Motorola en 1986- que en esencia es un sistema para *comunicar* políticas de calidad. Con esta herramienta, y otros avanzados conceptos de administración y organización, Welch pudo impulsar la diversificación de General Electric mediante nuevas adquisiciones, fusiones, ventas de activos no empatados con las metas globales e incursión en terrenos que hasta entonces no habían estado en el marco de la cultura de la organización, como la información y los servicios noticiosos y financieros.

Mover la cultura empresarial hacia nuevos terrenos no es sencillo. En GE, como en muchas grandes corporaciones, el clima laboral no siempre favorece el apartarse de las

tradiciones; la historia, las leyendas, los mitos y el temperamento mismo de la organización propicia el *status quo* y desestimula las *aventuras*.

La novedad en este proceso fue entender que las herramientas para la administración, en particular los nuevos conceptos de calidad total, satisfacción al cliente, cero defectos, etcétera, pueden verse como instrumentos de la comunicación organizacional que contribuyen a la formación del ambiente laboral. No basta proponerse metas para la diversificación de los procesos productivos y la captura de nuevos mercados; es menester generar un ambiente que propicie el espíritu de equipo y la convicción comunitaria de que ello es posible si las energías individuales se funden en un propósito comunitario, es decir, si se genera *el ambiente adecuado*.

*Six Sigma*, la herramienta seleccionada, es un proceso altamente disciplinado que permite orientar las fuerzas hacia el desarrollo de productos y servicios casi perfectos (Welch, *ibíd.*, López 2002):

Todos los días un defecto es creado durante un proceso (etapa), esto toma un tiempo adicional para la prueba, análisis y reparación. Estas actividades no-adicionales requieren espacio, equipo, materiales y gente. Existen metodologías que ayudan a la prevención de errores en los procesos industriales, siendo una de ellas la Six-Sigma ( $6\sigma$ ), que es una metodología de calidad de clase mundial aplicada para ofrecer un mejor producto o servicio, más rápido y al costo más bajo. La Sigma ( $\sigma$ ) es una letra tomada del alfabeto griego utilizado en estadística como una medida de variación.

La metodología  $6\sigma$  se basa en la curva de la distribución normal (para conocer el nivel de variación de cualquier actividad), que consiste en elaborar una serie de pasos para el control de calidad y optimización de procesos industriales. En los procesos industriales se presenta el costo de baja calidad, ocasionado por:

*Fallas internas, de los productos defectuosos; retrabajo y problemas en el control de materiales.*

*Fallas externas, de productos regresados; garantías y penalizaciones.*

*Evaluaciones del producto, debido a inspección del proceso y producto; utilización, mantenimiento y calibración de equipos de medición de los procesos y productos; auditorías de calidad y soporte de laboratorios.*

*Prevención de fallas, debido al diseño del producto, pruebas de campo, capacitación a trabajadores y mejora de la calidad.*

En el caso que nos ocupa, Welch añadió a sus responsabilidades de Director General la de comunicador organizacional o, si se prefiere, primer vocero de la campaña del cambio. Visitó constantemente los domicilios de la corporación y se propuso motivar a los mandos medios y bajos, a los gerentes y operativos, para unirse a la misión propuesta y echó mano de todas las herramientas de la comunicación organizacional para crear el clima propiciatorio: revistas internas, grupos de trabajo, programas de radio y televisión, folletos, libros, seminarios y eventos, campañas externas en medios masivos, premios y distinciones, etcétera. El resultado fue el éxito: GE se colocó como una corporación planetaria.

### **Medir el clima laboral**

Gibson (1992) plantea que el clima organizacional es uno de los términos utilizados para describir el grupo de características que describen una organización o una parte de ella, en función de lo que perciben y experimentan los miembros de la misma. Está fuertemente vinculado con la interacción de las personas ya sea actuando grupalmente o de forma individual, con la estructura de la organización y con los procesos; y por consiguiente influye en la conducta de las personas y el desempeño de las organizaciones. Las características del sistema organizacional generan un determinado clima organizacional (Martínez, 2006). Éste repercute sobre las motivaciones de los miembros de la organización y sobre su correspondiente comportamiento. Este comportamiento tiene una gran variedad de consecuencias para la organización como, por ejemplo, productividad, satisfacción, rotación y adaptación.

El estudio de este aspecto proporciona retroinformación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales, permitiendo además, introducir cambios planificados tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional o en uno o más de los subsistemas que la componen. La importancia de esta información se basa en la comprobación de que el clima organizacional influye en el comportamiento manifiesto de los miembros, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad y condicionan los niveles de motivación laboral y rendimiento profesional y por lo tanto afectan a la organización.

La encuesta de clima organizacional, como instrumento de comunicación interna, permite pulsar el ambiente laboral, el sentimiento de pertenencia a la organización, cómo percibe los valores el grupo de trabajo y el nivel en que se comparten los objetivos personales con los de la organización.

El conocimiento del clima laboral proporciona retroalimentación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales y permiten introducir cambios planificados, tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional o en uno o más de los subsistemas que la componen. La importancia de esta información se basa en la comprobación de que el clima influye en el comportamiento de los miembros, a través de percepciones estabilizadas que filtran la realidad y condicionan los niveles de motivación laboral y rendimiento profesional.

El clima se puede medir por medio de las siguientes dimensiones:

*Actitudes hacia la compañía y la gerencia de la empresa.*

*Actitudes hacia las oportunidades de ascenso.*

*Actitudes hacia el contenido del puesto.*

*Actitudes hacia la supervisión.*

*Actitudes hacia las recompensas financieras.*

*Actitudes hacia las condiciones de trabajo.*

*Actitudes hacia los compañeros de trabajo.*

## **Conclusiones**

GE es un ejemplo de uso estratégico de comunicación organizacional para crear ambientes laborales propicios y constituye un caso de estudio obligado. Pero esto nos lleva a otra consideración: uno de los problemas en el estudio de la comunicación organizacional y su relación con los climas o ambientes laborales es que frecuentemente se llegan a conocer mejor y en detalle los problemas en poderosísimas empresas multinacionales, como la citada General Electric, la CNN o British Petroleum, pero al analizar la realidad propia, en un ambiente organizacional teñido por la idiosincrasia vernácula y las peculiaridades socioeconómicas de

nuestro país, los expertos se encuentran con que deben reprogramarse o convertirse en “expertos” de poca utilidad.

Los ejemplos mejores (y alarmantes) de esto se han dado, desde la óptica del autor de estas líneas, en el terreno de la llamada “comunicación de crisis” –que algunos llaman “administración de la crisis”. Los expertos formados con experiencias de allende las fronteras prontamente descubren que las teorías, las técnicas, las acciones y los mecanismos que fueron diseñados para, digamos, la sociedad norteamericana, aquí carecen de sentido.

Hace algunos años un gran despacho de Madison Avenue llevó a cabo en México un *road show* de su producto para el manejo de crisis, un *kit* de varios manuales y formatos con un CD de apoyo en donde incluso había formatos para acciones legales contra los medios que incurrieran en difamación. Al término del recorrido, los expositores se preguntaban con desazón por qué ni las más grandes empresas se habían interesado en su producto, que se vendía por menos de 25 mil dólares. Alguien les dijo: “Su paquete se va a vender en México cuando *Excelsior*, *Televisa* y *Novedades* sean iguales al *New York Times*, *CBS News* y *The Washington Post*. Es posible que no hayan captado la ironía.

## Referencias

- Andrade, Horacio (2002). “Alcance de la comunicación organizacional”. En Fernández Collado, Carlos (2002). *La comunicación en las organizaciones*. México: Ed. Trillas.
- Bustos, Paulina, Mauricio Miranda, Rodrigo Peralta (2006). *Concepto de clima empresarial*. www.gestiopolis.com. Recuperado el 16 de junio de 2006 de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/trhh/clio.htm>
- Fernández Collado, Carlos (2002). *La comunicación en las organizaciones*. México: Ed. Trillas.
- Gibson, James (1992). *Organizaciones*. México: Ed. McGraw Hill.
- Gouillart, Francis J., James J. Kelly (1996). *Revolución empresarial, cambie su organización*. Londres: Ed. McGraw Hill.
- Hoso Bunka Foundation (1994). *Studies in Cultural Ecology*. London: IIC Press.
- López, Gustavo (2002). *Metodología six-sigma: calidad industrial*. Mexicali: Neoediciones JP&A.
- Martínez, Luis (2006). *Clima organizacional*. www.monografias.com. Recuperado el 4 de Julio de 2006, de <http://www.monografias.com/trabajos6/clior/clior.shtml>.
- Welch, Jack (2001). *Straight From the Gut*. New York: Warner Business Books.

## **En defensa del periodismo**

Nada hay tan poderoso como una idea cuyo tiempo ha llegado, dice la sentencia. En un memorable ensayo de 1938, Archibald MacLeish habla de cómo la poesía y la revolución política encuentran terreno común en un mundo cambiante. En 1949, Peter Hinzen inició su ensayo sobre el rearme moral con la reflexión de que “el mundo nunca conoció un ritmo tan acelerado como el actual. Y este ritmo se vuelve cada año más veloz. No conseguimos mantenernos al tanto. A menudo queremos escapar del exceso de impresiones que continuamente nos causan impacto, pero no es posible. Tampoco logramos protegernos de las contradicciones del mundo moderno. Todo esto nos hace sentirnos inseguros y amenazados.”

Ante el cambio, espíritu abierto. Las líneas Maginot (mentales) del *status quo*, las murallas chinas (mentales) del *establishment* y los muros de Berlín (mentales) del *no se vale*, sólo tranquilizan a la clase política que tan bien caracterizó Jesús Hernández Toyo. Entiéndase por “clase política” a la que tiene un grado de representación: la empresarial, la eclesiástica, la sindical, la electoral y la burocrática.

Uno de los “muros” edificados por esa clase tiene que ver con el rol de los medios de comunicación. Culpar al mensajero es un cómodo ejercicio. Preocupa registrar que con creciente frecuencia, en el discurso público hay un lavamanos de fallas propias y un traslado de responsabilidad a los medios que no ayudan, que no están con los buenos. “Si lo que publico es información de la carpa es porque el circo, con pésimos actores, está ahí en la realidad”, dice un personaje de Gore Vidal en *Los años dorados*. A fines de los treinta, *Rotofoto* publicó en portada una imagen de Vicente Lombardo Toledano (el demócrata) con el brazo derecho extendido, la palma hacia la cámara, y la leyenda: “El licenciado Lombardo Toledano intenta detener la circulación de *Rotofoto*”. Unos días después, huestes de la CTM, en “legítima defensa” de la clase trabajadora, destruyeron el taller en donde se imprimía la revista.

No hablo sólo de México ni de los tiempos que corren. En Rusia -antigua URSS- hoy la prensa y la televisión son chivos expiatorios. En los EUA la clase política cree que no ha logrado instaurar la felicidad universal a causa de las injustas críticas impresas y radiadas. John F. Kennedy (el demócrata), exigió a una convención de editores en 1961 una mayor dosis de

patriotismo a la hora de ir a prensas. Hace 300 años el Parlamento inglés prohibió a los gacetilleros transcribir sus sesiones. A mediados del siglo XVIII, en la naciente república del norte, las tensiones entre la política y la prensa eran de tal magnitud que Benjamín Franklin publicó en *The Pennsylvania Gazette* el 27 de mayo de 1731, *An Apology for Printers* (*En defensa de los impresores* -hoy periodistas), proclama que a continuación reproduzco en sus partes centrales:

“Por ser frecuentemente censurado y condenado por diferentes personas al imprimir cosas que según ellos no deben ser impresas, he considerado en algunas ocasiones ofrecer una defensa, y publicarla una vez al año para que se lea en todas esas ocasiones. [...] Les pido a todos los que están enojados conmigo por los impresos que no les agradan, que consideren detenidamente estos detalles:

Las opiniones de los hombres son tan variadas como sus rostros; una observación bastante general como para ser un proverbio: hay tantos hombres como ideas.

El negocio del impresor tiene que ver sobre todo con la opinión de los hombres; la mayoría de las cosas impresas tienden a promover a algunos y oponerse a otros.

He ahí la peculiar desdicha de este negocio. Los impresores apenas pueden ganarse la vida con una actividad que probablemente no ofenda a algunos o quizás ofenda a muchos, mientras que el herrero, el zapatero, el carpintero, o el hombre de cualquier otro oficio puede trabajar de modo indiferente para personas de cualquier religión sin provocar ofensa alguna: el comerciante puede comprar y vender a los judíos, a los turcos, a los herejes e infieles de todo tipo y obtener dinero de ellos, sin ofender de modo alguno al más ortodoxo, o sufrir censuras u hostilidades.

Es tan ilógico para cualquier hombre o grupo de hombres, esperar sentirse satisfecho con todo lo que se publica, como pensar que nadie debe sentirse satisfecho sino el que lo imprime.

Los impresores son formados en la creencia de que cuando los hombres difieren en sus opiniones, ambas partes deben tener la misma oportunidad de ser escuchados, y que cuando la verdad y el error están en igualdad de condiciones, la primera es siempre superior al segundo [...].

No es razonable pensar que los impresores deban aprobar cada cosa que imprimen, y por lo tanto censurarlos por cualquiera de esas cosas [...] Del mismo modo es ilógico lo que algunas personas afirman, que los impresores sólo deberían imprimir lo que ellos aprueban, ya que si se tomara tal resolución, y se pusiera en práctica, sería el fin a la libertad de escribir y el mundo no tendría nada que leer, salvo la opinión del impresor [...].

“[Sin embargo] los impresores continuamente rechazan buen número de cosas malas [...]. Yo mismo me he negado a imprimir lo que justifique el vicio o promueva la inmoralidad, aunque dando satisfacción al gusto corrupto de la mayoría, pude haber ganado mucho dinero. También me he negado a publicar algo que pueda causar daño real a cualquier persona, sin importar cuánto me hayan tentado con ofertas de buena paga, y sin importar cuánta enemistad me he ganado con aquellos que me hubieran podido emplear. Muchos hoy me ven con resentimiento por haberme negado a publicar sus reflexiones personales o partidistas. En este asunto he hecho muchos enemigos, y la fatiga constante de negarme a sus peticiones es casi insoportable. Sin embargo el público que no está al tanto de todo esto, cuando el pobre impresor llega a hacer algo, ya sea por ignorancia o persuasión, que amerite ser culpado, no lo recibe con solidaridad o aceptación, como si no hubiera mérito alguno en su trabajo.

“Concluyo con una fábula: Un hombre justo y su hijo viajaban al mercado de la ciudad para vender un asno. El camino estaba en malas condiciones, por lo que el señor iba montado en el asno pero su hijo marchaba a pie. El primer viajero que encontraron en el camino le preguntó al señor si no se avergonzaba de ir cabalgando y hacer sufrir al pobre chico caminando en el lodo; esto lo hizo subir al chico en la montura con él. No habían andado mucho cuando se encontraron con otro viajero que les dijo que eran dos tontos malagradecidos por montarse sobre aquel pobre asno en un camino tan malo. Después de esto el señor se bajó y dejó a su hijo cabalgar solo. El siguiente viajero que encontraron le dijo al chico que era un desvergonzado ventajoso por cabalgar de ese modo, y dejar a su padre andar a pie, y dijo además que el señor era un tonto por permitirlo. Entonces el señor le pidió a su hijo que se bajara y que caminaran juntos, y así continuaron hasta que encontraron a otro viajero que los llamó imbéciles por ir los dos caminando en un camino tan malo cuando llevaban con ellos un asno que podían montar. El señor ya no pudo más y le dijo a su hijo: ‘Hijo, siento mucho que no podamos complacer a todas estas personas. Lanzaremos al asno por el próximo puente y ya no nos causará más problemas.’

“Si el señor hubiera llevado a cabo su decisión, probablemente lo hubieran llamado tonto por molestarse con las diferentes opiniones de aquellos que alegremente lo criticaban. Por tanto, aunque creo tener un carácter tan amable como el suyo, no pretendo imitarlo. Si bien respeto la variedad de temperamentos entre los hombres, y lejos estoy de tener la esperanza de complacer a todo mundo, aún así no dejaré de publicar. Continuaré mi negocio. No quemaré mi imprenta ni fundiré mis tipos.”

Hace algún tiempo, en la primera plana de *The New York Times* apareció, a dos columnas, una noticia que me retrocedió a las épocas doradas del periodismo de Estado -*Pravda*, *Granma*, *El Nacional*, *The New York Times* y muchos otros que por falta de espacio no consigno. Fechada en Moscú y firmada por Clifford J. Levy, la cabeza lee: “No es magia: los opositores de Putin son desaparecidos de la TV”.

Resulta que el analista político Delyagin se permitió criticar al camarada Putin en un programa de televisión grabado. Cuando la pieza fue transmitida, ¡milagro!, Delyagin (más bien su efigie) había desaparecido. Y si no fuera porque al borrador de pixeles se le escapó una toma en donde claramente se ven las piernas sin torso del analista, la nota podría haber sido plagiada de un capítulo del orwelliano *1984*.

Por cierto, en la misma idea: cuando yo era un reportero joven, con alguna frecuencia me enteraba de que los ejemplares de tal o cual periódico o revista habían sido “comprados” (vulgo: confiscados con pago de daños) ya en el local del distribuidor, ya en el puesto callejero, para evitar la divulgación de alguna noticia incómoda. Eso era una estupidez a fines de los sesenta y hoy es conducta que la Ley de Imprenta me impide calificar.

¡Ay, Jesús Hernández Toyo, cómo te extrañamos!

## Sobre literatura y medios

**E**l escritor es un artista, un creador que persigue un fin superior. Cuando el escritor se pone al servicio de “causas políticas” o decide convertirse en un “luchador social” sigue escribiendo, pero sus libros no son literatura. Por eso se nos caen de las manos las páginas del realismo socialista y apenas podemos contener la risa al abrir el volumen de un autor al servicio del *amado líder* Kim Il-Sung o cuando escuchamos en versos musicalizados las hazañas de un político contemporáneo. Pero si el escritor es fiel a sí mismo y a su oficio, su obra sí puede tener algunas consecuencias interesantes en el mundo de la política... y de la comunicación, como he querido ilustrar en los cuatro ejemplos a continuación.

### **James Joyce: profeta de la nueva moral**

La importancia histórica de James Joyce y su indiscutible papel en la evolución del género novela le han procurado tanto entre los especialistas como entre los aficionados una especie de veneración que, desde mi punto de vista, ha neutralizado la apreciación sobre el contenido erótico de su *Ulises* por un lado, y por el otro, ha opacado la debida valoración y análisis del uso coloquial del lenguaje en la novela. Ambos aspectos me parecen de gran importancia en el estudio de lo que tenemos actualmente no sólo en la literatura misma, sino en los nuevos lenguajes de los medios.

La censura sufrida por *Ulises* ha pasado a formar parte de los datos de culto de la obra. Esto mismo sucedió, por ejemplo, ya en el siglo XX a Henry Miller, con una obra que defendía en primera instancia el erotismo como parte de la vida y como parte también de la narración fundamental de una experiencia vital. (Alrededor de 1942, en México se abrió un proceso contra Cariatide de Rubén Salazar Mayén. Hasta donde se sabe –me dice el escritor Rafael Antúnez– única vez que nuestro país un libro ha sido “llevado a juicio” su contenido. Salazar Mayén y su obra fueron *absueltos* gracias a la brillante defensa de Jorge Cuesta. Alguien podría incluir el *affaire de Los hijos de Sánchez* en los años setenta, pero creo que se trató de un asunto no literario que francamente sigue dando pena ajena). Joyce, en cambio, conjugó muchos aspectos que revolucionaron el género, a tal extremo que el aspecto del contenido erótico quedó opacado por la contribución del autor a la literatura en general.

El torrente de palabra e imaginación de que hace gala Joyce para narrar un día en la vida de sus personajes queda coronado justamente por el ingrediente de su vida amorosa y erótica, lo que da madurez a la configuración de los personajes y coloca a Joyce en la modernidad de las letras. No se trata más de la vida interior, de la imaginación por la imaginación. Se trata de la vida real de personajes comunes y corrientes, que pueden ser vistos sin la necesidad extrema de ser etiquetados. Éste es, quizá, un elemento que destaca el genio de Joyce. La nueva moral es ambivalente. Ciertamente es que han debido pasar muchos años para ver con nitidez esta aportación de Joyce.

Muchas voces podrían contradecir esta opinión y no sólo eso, sino los abundantes y evidentes fundamentalismos que surgen y resurgen a cada momento. Pero este surgimiento, ese resurgimiento y esa lucha se libra con una humanidad que se desenvuelve naturalmente en la ambivalencia. Una humanidad que para poder escribir su historia y para desarrollarse ha adoptado, enarbolado y defendido fundamentalismos que la describen pero que no la explican y en los cuales siempre ha estado presente la contradicción.

Esto nos lo muestran de manera sencilla y compleja a la vez los personajes de *Ulises*: Molly Bloom es desde luego uno de los más atractivos en este sentido. Este inquieto y libre personaje femenino creado por un hombre maduro y miope en los albores del siglo XX, parece ser el anticipo por excelencia de la nueva moral. Mujer adúltera que puede hablar sin reticencias de sus gustos sexuales, sus sueños, su vida familiar y su vida amorosa, en los que podemos adentrarnos gracias a los cuadros que son sugerencias, descripciones, recuerdos, conversaciones o situaciones incidentales.

Molly Bloom ha parecido reencarnar en otro personaje femenino muy querido: La Maga de *Rayuela*. No resulta ocioso que ambas novelas coincidan en estar contenidas en una estructura compleja, en las que los autores parecen haberse regodeado en los múltiples guiños que harían a sus lectores. En las dos, los personajes femeninos parecen estar descritos por su actuación en las situaciones que se describen o en su relación con otros personajes –La Maga con Oliveira y Molly Bloom con Leopold Bloom y con Blazes Boylan-, más que por su autodescripción.

La percepción del personaje que quiso dibujar Joyce se logra en buena medida a través de Leopold Bloom, a través de sus sospechas, de sus certezas y de su entorno, en el que está presente Molly.

Este lenguaje, que funciona más por la sugerencia, no sólo es un antecedente de la literatura que se produjo en el Siglo XX después de Joyce, sino que es la anticipación de lo que hemos visto en el lenguaje visual, sobre todo el del cine, la televisión y, por supuesto, la publicidad.

Las propuestas visuales que en las décadas de los setenta y ochenta se orientaron a un público más informado, llamado “intelectual” por algunos, a la vez aclamadas por la crítica e ignoradas por el gran público, se fueron integrando a productos más comerciales sin que nos diéramos cuenta, por una razón: el manejo visual, los contenidos y las imágenes que en un momento fueron complejas, incomprensibles o novedosas fueron incluidas en los productos de factura comercial y consumo masivo. Así el público fue educado para consumir este tipo de lenguajes que se volvieron moneda corriente en cine, en televisión o en las imágenes utilizadas para convencernos de adquirir ciertos productos.

¿Quién diría que podemos relacionar la obra cumbre de Joyce con la publicidad que es el pan nuestro de cada día? Podemos afirmar que la publicidad aprendió de sus enseñanzas más de medio siglo después, cuando muchos se encargaron de procesarlas y aplicarlas en otros campos.

La otra cara de la moneda es el lenguaje coloquial de *Ulises*. Gran parte de la seducción que provoca la novela se basa en esta conjugación de grandiosidad y ordinariéz. La complejidad en la concepción de la estructura, las múltiples referencias que imponen la presencia del escritor culto al que no le hace falta el narrado omnipresente para manifestarse a todo lo largo del texto se combinan suavemente con una enorme carga de cotidianidad condimentada por el lenguaje coloquial.

En México por ejemplo, el movimiento de la *onda* reivindicó el “dilo como es”, la invención de palabras y el lenguaje coloquial para producir la continuidad narrativa ininterrumpida. Las primeras novelas de Gustavo Sáinz, José Agustín y las de Parménides García Saldaña tuvieron un gran éxito precisamente por esta razón y se identificaron con ellas los jóvenes. Las técnicas utilizadas por estos escritores daban la impresión de la ausencia de técnicas. Los jóvenes que disfrutaban estas novelas no sospechaban la presencia de escritores como el mismo Joyce, ya convertido en objeto de culto, detrás de los nuevos escritores mexicanos.

“Un nuevo color artístico para nuestros poetas irlandeses: verdemoco. Casi se saborea [...] El mar verdemoco. El mar tensaescrotos...”. Palabras de Buck Mulligan en una

conversación con Stephen. Es el tipo de conversaciones salpicadas de juegos de palabras o vocablos ingeniosos que abundan en las novelas de muchos escritores mexicanos, uso inaugurado por los escritores de la onda, en los que el lenguaje coloquial se convierte en herramienta común.

Si se piensa detenidamente, es otro de los aspectos que distingue a los medios audiovisuales: una pretendida combinación de elegancia y sencillez, intelecto y sentido común, imágenes cotidianas y situaciones estudiadas. No descarto que muchos trabajadores de los medios han bebido casi literalmente las enseñanzas de una gran cantidad de escritores, incluso de muchos que no imaginaron siquiera que su obra sería puesta al servicio de quehaceres que entonces no existían, como sucedió a James Joyce.

### **Por los caminos de Proust o la vigencia de la tradición**

Marcel Proust murió a las cinco y media de la tarde del 18 de noviembre de 1922, hora apropiada para que los diarios del día siguiente pudieran recoger con toda amplitud la noticia. La mañana del mismo día había pedido a Céleste, su fiel sirvienta, que echara de la habitación a una mujer gorda vestida de negro. Céleste dijo que lo haría, pero ni ella ni los demás presentes vieron a la intrusa.

Una de las últimas satisfacciones de Marcel fue saber que moriría a los 51 años, igual que Honorato de Balzac. Cuando expiró, el surrealista Man Ray le tomó fotografías y dos pintores hicieron su retrato mortuario. Cuatro días después fue enterrado en la cripta familiar del cementerio parisino Pere-Lachaise. Cinco años después de su muerte, en 1927, fue publicado el último de los volúmenes de *A la búsqueda del tiempo perdido* y entonces, ya desaparecido, comenzó el lento proceso de su canonización artística.

La vida de Proust es, en pocas palabras, su propia obra. *A la búsqueda del tiempo perdido* ha sido entronizada como una cumbre de la literatura, citada incluso por quienes no la han leído, y declarada la novela de mayor influencia en los siglos XX y XXI.

No resulta fácil enfrentarse a la hoja en blanco para intentar pergeñar algunas palabras no sólo coherentes sino con cierta carga de sentido para hablar de Marcel Proust. Intentar decir algo que no se haya dicho antes, dilucidar primero qué me provoca *En busca del tiempo perdido* a mí, para luego compartirlo con algún posible lector. Qué nos ofrece esta obra a casi cien años de su

aparición. Estas reflexiones, que no duraron poco, y que me llevaron a releer pasajes enteros del primer tomo, aterrizan en una primera conclusión que realmente estaba allí desde hace mucho tiempo: Proust fue un gran revolucionario del género. Su obra marcó nuevos derroteros a la literatura universal y a la novela como género, pero noventa años después de su aparición y cerca de cuarenta de mi primera lectura de *Por el camino de Swann*, ya no es una obra revolucionaria. Lo fue y marcó precedentes. Hizo escuela. Después de Proust muchos artistas recorrieron el mismo camino –aunque a decir verdad considero que la ruta de la creación tiene siempre apariencias distintas–, unos con más fortuna que otros. De esos resultados es de los que debemos congratularnos hoy en día.

Al respecto puedo citar un ejemplo de una obra poco conocida de un autor no valorado en su justa dimensión: *Por caminos de Proust* de Edmundo Valadés. En este breve libro publicado por primera vez en 1974 por la desaparecida editorial SAMO (acrónimo de Sara Moirón, la acreditada periodista mexicana), Valadés desensambla como relojero la obra proustiana y coloca a nuestra vista las piezas para que se pueda apreciar mejor su belleza, a la manera de aquel emperador chino que sólo pudo reconocer el encanto de la pequeña piedra tallada que le obsequiara el filósofo cuando la miró a través de una rendija en un muro.

El 10 de julio de 1871 hay alba literaria –escribe Valadés–: nace Marcel Proust. Leyes misteriosas que distribuyen gracias determinan su destino: una vocación en busca de cumplir una gran obra de arte. El proceso de su revelación y maduración tardará 38 años, después de larga, perseverante, creciente fidelidad a su voz interna.

Por venir al caso porque liga a dos de los autores comentados, de ese libro tomo una cita del capítulo “Del adjetivo en Proust y en Faulkner”:

¿Qué vasos comunicantes podrían establecerse entre dos escritores de pronto antípodas: entre Marcel Proust y William Faulkner? Un hilo finísimo: el uso reiterado del adjetivo y la insistencia del comparativo. La precisión analítica y estilística de Proust lo lleva a extender el adjetivo, uno sobre otro, como un pintor recrea un volumen superponiendo varios colores hasta inventar el de su realidad [...]. Faulkner es asiduo también a la reiteración del adjetivo, pero en él relampaguea como un estallido, como un látigo, y es admonitorio, acusatorio, justiciero y hiere,

raja, golpea con una rectitud implacable. (En Proust es también un estilete para diseccionar un carácter, una actitud, una mirada).

La competencia de la vida moderna, en la que las obras artísticas son objetos de consumo, ha producido una compulsión por hacer cosas *diferentes, únicas, geniales, productos pionero en el género*, que con harta frecuencia nos hacen olvidar que una fórmula o un procedimiento ya probados pero utilizados ingeniosamente o creativamente pueden dar frutos disfrutables, de gran valor artístico e incluso inéditos.

Cierto que tuvo que haber un primero. Proust, ya no hace falta decirlo, lo fue. La tríada Proust, Joyce y Kafka revolucionó y marcó los derroteros en la forma de hacer novela. ¿Podemos afirmar que Faulkner se nutrió y benefició de estos antecesores, a la manera en que Newton decía que pudo ver más lejos y más claro porque trabajó sobre los hombros de los *gigantes* que le antecedieron, Kepler, Copérnico y Brahe? Sí. ¿Podemos probarlo? No creo que importe. Quizá los devotos de la literatura comparada encontraran placer y utilidad en ello. Aquí sólo lo apunto a manera de intuición surgida durante la redacción de estas líneas.

Mientras que Proust se inserta en el interior de un personaje y demuestra que cualquier elemento es válido para producir un discurso literario –los recuerdos, un aroma, un sonido, el más leve sentimiento que se puede desdoblar hasta el infinito para describirnos y descubrirnos en nuestra calidad de humanos-, Joyce multiplica las imágenes.

Mientras que Proust arma un enjambre discursivo desde el interior, Joyce hace un calidoscopio de situaciones. Algunos incluso han considerado que es relativa su aportación en la revolución de la prosa narrativa, pues no es más que otra forma de la novela de caracteres. Lo cierto es que la existencia misma de la discusión en torno al tema coloca a ambos autores en un nivel distinto respecto de los autores de su época y en un lugar diferente en la historia de la literatura.

Esta intención distinta de abordar la narración es lo que les da singularidad a los escritores. Joyce parece hacer un guiño a la obra de Proust, concretamente a *En busca del tiempo perdido*. En el párrafo inicial de *Por el camino de Swann*, el narrador hace una larga reflexión sobre lo que le sucede en el tránsito de la vigilia al sueño y comenta que una cierta situación comienza a hacersele ininteligible. “Lo mismo que después de la metempsicosis pierden su sentido los pensamientos de una vida anterior”. Este párrafo es el preámbulo de lo que nos espera

al adentrarnos en la novela. En *Ulises* en cambio, Molly Bloom señala con una horquilla la hoja de un libro en el que leyó la palabra *metempsychosis* para preguntarle a su marido con qué se come eso. Leopold Bloom comienza una suerte de explicación, que abandona ante la incapacidad de Molly para ofrecer la suficiente atención y desde luego para comprender un concepto tan poco terrenal.

Recuérdese que *Por el camino de Swann* apareció en 1913 y *Ulises* en 1922.

Coincidencia o no –ya que se dice que estos dos escritores tuvieron un encuentro fallido a causa del idioma-, pero Joyce parece haber asimilado la innovación de Proust y presentado su propia propuesta.

Esto me remite a mi reflexión inicial: la genialidad no se encuentra por buscarla sino por trabajarla. Si se asume lo que está hecho, y sobre todo lo que está bien hecho, los productos subsecuentes necesariamente serán distintos. Reconocer y adentrarse en la innovación de otros da a las nuevas creaciones un sello particular. Claro está que en ese caudal creativo habrá productos literarios que se conviertan en hitos como parece reconocerlo el mismo Proust en el prólogo a *Jean Santeuil*: “Este libro no ha sido jamás hecho: ha sido cosechado”.

La existencia de *En busca del tiempo perdido* como representante de una de las formas de prosa narrativa del siglo pasado y en forma más concreta *Por el camino de Swann*, derivó en una gran diversidad de manifestaciones en las que Proust estaba asimilado como parte de la herencia de la época.

Una autora poco reconocida que nos hace presente a la novela sobre el novelista que escribe una novela, a manera de Proust, es Josefina Vicens en *El libro vacío*. Muchos años después podemos identificar en Vicens varios elementos que encontramos en *El camino de Swann* pero en un contexto más latinoamericano que mexicano, en el que a diferencia de la catarata de imaginación que es el narrador proustiano, el personaje de Vicens tiene cavilaciones alrededor de un solo tema: su capacidad literaria.

La narrativa psicológica ha tenido afortunadas derivaciones tanto en la literatura como en otras manifestaciones artísticas. Una de las más apreciadas por mi es el cine. Habría que buscar el parentesco entre las dos artes precisamente en el tratamiento del tiempo, pues como alguien ha observado, Proust trató el tiempo como un elemento al mismo tiempo destructor y positivo, sólo aprehensible gracias la memoria intuitiva. Percibe la secuencia temporal a la luz de las teorías de

su admirado filósofo francés Henri Bergson: es decir, el tiempo como un *fluir* constante en el que los momentos del pasado y el presente poseen una realidad igual.

Otra manifestación de lo que la enseñanza de la narrativa de Proust nos ha dejado, es la que ejerció sobre el oficio periodístico. Esta es, desde luego, una apreciación subjetiva sólo ejemplarizada en la experiencia individual. Para no autocitarme, recuerdo a manera de ejemplo que Edmundo Valadés, al acudir en algún momento a mediados de los años cuarenta a la sierra de Puebla limítrofe con Veracruz a recabar material para la serie de reportajes sobre *El Cuatro Vientos* publicados para su fama periodística en la revista *Hoy*, descubrió por aazar a Proust al procurar en la estación de Buenavista material de lectura. “Aquella noche en el tren no dormí”, me diría en nuestras *Conversaciones* en 1985. “¡Y me hice proustiano!” Al revisar los textos publicados, creo que no es aventurado afirmar que la lectura de Proust transformó el estilo periodístico de Valadés, y no es absurdo suponer que éste a su vez ejerció una influencia en la redacción de reportajes de su época, cuando los medios impresos eran relativamente escasos y el suyo el de mayor prestigio, el que bajo el mando de Regino Hernández Llergo había revolucionado el periodismo en México y se había convertido en punto de referencia, pues sabido es que durante su exilio en Los Ángeles como director de *La Opinión* pudo empaparse de las técnicas del periodismo yanqui que trajo consigo a México, entre ellas y notablemente, un nuevo uso de la fotografía. Luego de la publicación de la serie, cuando Valadés se presentaba en los cafés de moda, los parroquianos murmuraban entre sí con admiración: “Mira, ya llegó el del *Cuatro Vientos*”.

Existe una corriente e incluso una moda argumentativa sobre la tarea periodística que defiende la objetividad del periodismo y de los periodistas, la obligación de informar sobre lo que sucede en “la realidad”. Lo que algunos periodistas nos preguntamos cuando se habla del tema es: ¿la realidad de quién? ¿La realidad en qué momento? Al igual que la narrativa psicologista, el periodismo tiene como primer sustento la selección. Esta es una de las enseñanzas que todo reportero debe aprender para reportear. Sobre un hecho concreto, selecciono de entre lo que anoté, escojo qué narro de lo que vi y doy mi opinión sobre ello.

En el periodismo, como en las ciencias sociales, no existe la *objetividad*. A cada momento se recrea una parte de la realidad sobre la base de un contexto, de una carga de información y

cultura, de la relación con los protagonistas de los hechos informativos y de la selección que de todo ello se hace en los propios medios.

He escuchado decir a un lector de *En busca del tiempo perdido* que una de las dificultades que ofrece la novela es la lectura de capítulos largos y con una notable ausencia de diálogos. Y resulta que esto es materia común para la redacción de los periodistas más que en otro tipo de textos: la cotidianidad vertida en una secuencia narrativa. No se trata de textos de historia sino de pequeñas historias que se plasman día a día en los medios de todo el mundo o de las mismas pequeñas historias que recuerda el narrador de *Swann* y que va hilvanando para contar la sola y simple historia del señor Swann

Tengo la certeza de que aún quienes no han leído a Proust lo han conocido por su presencia en obras posteriores de diversos autores que simplemente han seguido el dictado de la evolución artística y han producido obras que en diferentes momentos condensan la historia y las enseñanzas de historia de la literatura. Como en el registro eléctrico del funcionamiento de un corazón, la historia de la literatura muestra crestas que son ineludibles, que avasallan y deben ser conocidas por todos. Quien las ignore, si a la producción artística se debe, estará en grave riesgo de incursionar en terrenos que otros recorrieron y nos han mostrado para marchar con mayor seguridad y explorar nuevos caminos.

Por eso afirmo que se debe ser cauteloso con la compulsión por la originalidad en la creación literaria y periodística, pues obras centenarias como *Por el camino de Swann* todavía están allí para enseñarnos mucho del alma humana y todavía más sobre cómo conocerla a través de un texto escrito.

### **El castillo kafkiano: el sueño verdadero y la materialidad ficticia**

Un agrimensor que debe llegar a un castillo al que supuestamente ha sido llamado a trabajar. Un castillo inalcanzable y una vida pueblerina que se llena de la existencia de un castillo y sus habitantes, condimentada con la llegada del forastero agrimensor, quien por otra parte, nunca logra llegar al castillo. Este es en síntesis, el argumento de *El Castillo* de Franz Kafka, a quien se le ha considerado el depositario por excelencia de la imaginación... vecina cercana del absurdo según una apreciación bastante generalizada, al extremo de que ha derivado en un adjetivo para describir situaciones incoherentes, despropósitos o extravagancias, así como una que otra obra o decisión del mundo de la política. Los contertulios que se dieron cita viernes a

viernes en la mesa de Manuel Buendía en “Las Mercedes” desde mediados de los años setenta hasta mayo de 1984 utilizaban con frecuencia un cliché para coronar sus análisis de los acontecimientos políticos: “Si Kafka viviera, sería un escritor costumbrista mexicano”

Sin embargo en el extenso y denso prólogo a la novela en la edición española de Porrúa, Theodor W. Adorno recupera la apreciación de Cocteau en el sentido de que “la introducción de lo extraño en una obra bajo forma de sueño quita a lo extraño todo aguijón”

Según Adorno, los pasajes tortuosos y complicados de *El Castillo* y de *América* hacen pensar en esa realidad tomada de sueños “que hacen temer al lector tener que volver a despertar”. Este aspecto complejo de la imaginación de Kafka parece mostrar una sencillez técnica en la que el escritor requiere de un sustrato de realidad para ponerse en contacto con un posible lector.

Sostengo que todos los autores, en mayor o menor medida, escriben para alguien, nunca exclusivamente para sí mismos. Lo sostengo particularmente en el caso de Kafka (aunque para probarlo tendría que adquirir habilidades de *medium*), porque su propio albacea literario nos ha dejado suficientes evidencias de ello.

En efecto, en algún lugar Max Brod relata una conversación con su querido amigo en su lecho de enfermo, en la que éste le da instrucciones precisas sobre el destino de sus textos. Uno o dos pueden ser publicados, le dice, pero otros, la mayoría, deben ser quemados al instante siguiente de su muerte. Brod responde que lo quiere profundamente, pero que en definitiva no piensa cumplir con tal instrucción. Como supongo que Franz no habría estado tan enfermo como para no haber puesto él mismo sus papeles esa noche en la chimenea, deduzco que su verdadero y profundo propósito era limpiar su conciencia y trasladar a su amigo la responsabilidad de dar a conocer la obra.

El simbolismo en la obra de Kafka ha sido ampliamente estudiado. Se ha dicho que *El Castillo* representa la inutilidad del esfuerzo humano a los esfuerzos del hombre por conocer la divinidad. Sin embargo, la percepción de una obra literaria como la de Kafka, desde esta óptica, se ve disminuida según mi punto de vista, porque reduce considerablemente el valor de la creación de una obra tanto en la técnica como en el contenido. Ciertamente existen pasajes que parecen cuadros de fábula, sin embargo, se antoja un tanto ocioso dar rienda suelta al análisis simbólico porque más allá de la teoría literaria, considero que toda lectura debe pasar por el

tamiz del contexto individual y social del lector. Es entonces cuando la parte simbólica de una obra literaria adquiere sentido

Mucho más importante me parece el sentido que adquiere en la obra de Kafka la imaginación, la locura, el sueño, el absurdo o lo surrealista, con un manto fuerte de realidad. Considero que refleja el tipo de creación que la Europa que transita entre los siglos XIX y XX estaba preparada para asumir, aún con la novedad que esta obra significara. Tal afirmación me resulta más afortunada si contrastamos esta literatura con la producción latinoamericana que se inscribe en la corriente de lo “real maravilloso”. García Márquez, Alejo Carpentier o Cortázar no justifican el contexto de lo absurdo, simplemente lo presentan al lector. Un personaje que escupe conejos en el libro de relatos de Cortázar, *Bestiario*, no requiere presentación, justificación o marco, simplemente se hace la propuesta en bruto al lector. A diferencia de *El Castillo*, en “Casa tomada” de Cortázar, que también se incluye en *Bestiario*, la casa va hacia sus moradores, quienes deben ir reduciendo su espacio para cederlo a la amenazante casa. Simbolismo o ejercicio de imaginación, no importa; la forma de presentarlo al lector es sumamente diferente. El alarde del absurdo que significa la vida en Macondo simplemente está allí. Quizá una de las mejores lecciones que nos dio la irrupción de este tipo de exitosa literatura es que las sociedades latinoamericanas tenían el adecuado nivel de maduración como para recibir y apreciar esta evolución de la narrativa.

Los escritores latinoamericanos confiesan ser hijos de la literatura europea y estadounidense, pero supieron dar a sus lugares de origen obras locales con valor universal. Con toda seguridad en este punto reside el valor del mismo Kafka, Joyce, Gide o Proust, quienes hicieron excelente literatura para sus sociedades, que significó al mismo tiempo una revolución en el plano universal.

Refuerzo esa apreciación con los múltiples señalamientos que encuentro sobre Kafka como un ser torturado, enfermizo, solitario, depresivo y con una personalidad ansiosa que, como consecuencia, producía obras angustiosas y opresivas. Sin embargo, la lectura y relectura de la obra de Kafka no parece sostener tales características esencialmente en una individualidad angustiada. Incluso me atrevo a suponer que la reclusión por la enfermedad genera una forzada imagen de solitario y torturado, pero no debe haberlo sido tanto, si sabía disfrutar tan ampliamente de la compañía femenina, lo que no cancelaba ni siquiera la enfermedad.

Resulta más consecuente considerar que la literatura de Kafka fue recibida por una sociedad sombría y angustiada, por una Europa que se debatía en múltiples guerras, internas y externas, hasta adquirir las dimensiones que alcanzó en 1915 con el inicio de la Primera Guerra Mundial.

Mientras Kafka dirige su ejercicio de imaginación hacia una sociedad que puede soñar con castillos en los que se requieren los servicios de un agrimensor, cincuenta años después los imaginativos escritores latinoamericanos se dirigen a una sociedad que lucha contra la pobreza, con su condición de dependencia política y económica, pero que se permite un gran espacio para la risa y la alucinación, incluso para reírse de sí misma.

Mi actividad de periodista ha alimentado mi convicción de que el periodismo, como la literatura, sólo pueden florecer en el *conflicto*. Es decir, y para adelantarme a malentendidos, en las tensiones. Los mejores logros periodísticos se han logrado gracias al antagonismo: la política, el narcotráfico, la violencia, los movimientos sociales, los problemas económicos, etcétera. No hay periódico o espacio noticioso en el mundo dedicado a informar que todo marcha en orden, de la ausencia de novedades o de lo positivo de la vida. Del mismo modo, hemos ganado nuestra herencia literaria gracias al conflicto, tanto en las historias que nos ofrece la narrativa como gracias a la personalidad de los autores que la han producido. ¿Kafka un hombre medio, mediano, tranquilo y buen ciudadano? Con toda seguridad no sería el autor de la obra que conocemos. Solitario por enfermizo, tal vez. Genio creativo heredero del desencanto europeo, con toda certeza. Podemos entonces exclamar desde el periodismo: ¡vivan los problemas!

### **El Faulkner nuestro de cada día**

La extensa e inimaginada vida interior que nos ofrece *En busca del tiempo perdido*, la abundancia de recursos para contar una historia ceñida en el tiempo de *Ulises* de Joyce y el desbordamiento de la imaginación de *El Castillo* de Kafka parecen ser historias de otro mundo comparadas con *El sonido y la furia* de William Faulkner, sobre todo cuando es necesario enfrentarse incluso a las ideas o impresiones que dichas lecturas dejaron años atrás y se deben confrontar con nuevas circunstancias.

Faulkner mismo reconoció la importancia de sus lecturas de una gran cantidad de escritores europeos, especialmente Joyce. Como en todos los casos de la actividad humana que trascienden, importan los antecedentes tanto como la modificación de esta formación e información original en un resultado innovador. Esto es Faulkner. La condensación de una herencia donde tiene cabida de manera importante lo rural, la vida interior, la individualidad, las historias únicas para convertirla en la literatura que atisba hacia la vida de la que seríamos testigos a todo lo largo del siglo XX: la vida urbana múltiples historias que se entrecruzan, el conflicto derivado del contexto social, así como la presencia de un escritor que defiende la tarea de escritor, que cree en la disciplina, lejano del *poeta maldito* del siglo XIX, que reivindica el trabajo de escribir para obtener resultados de interés para ciertos grupos sociales.

Faulkner anticipa con acertados pincelazos el cuadro que más tarde sería la sociedad estadounidense. *El sonido y la furia* (frecuentemente traducido como *El ruido y la furia*) aparece un año después del comienzo de la Gran Depresión, en una crisis económica que afectó a todos los grupos sociales de Estados Unidos, y en definitiva a todo el mundo capitalista, por tratarse de una crisis estructural. La desesperanza que generó tal crisis está presente en esta novela, quizá la más importante de Faulkner. *El sonido y la furia* anuncia los temas que poblarían más tarde no sólo la literatura estadounidense, sino la de todos aquellos países que comparten un destino económico y político: la violencia, las expectativas de los grupos sociales, la vida urbana, los estratos sociales, la guerra, las diferencias raciales, las relaciones personales, la pasión humana. Temas todos que ocuparían y preocuparían no sólo a los yanquis. Pero, sobre todo, por esta misma razón, temas que estarían presentes en la producción literaria de otras latitudes.

Faulkner aparece, con toda su producción, pero especialmente con *El sonido y la furia* como la fuente obligada de los escritores latinoamericanos del *boom*. Fuentes, García Márquez, Onetti y otros reconocen la importancia de Faulkner en su propia trayectoria. Pero aún si así no fuese, está allí la obra de todos ellos para confirmarlo. Borges se ocupó de traducir a Faulkner.

Sin duda, las imágenes que Faulkner propone en sus novelas provocan ambivalencia, porque nuestra relación con la realidad es dual, la deseamos y la rechazamos. La circunstancia humana es así, excelsa o despreciable. Aunque quizá lo mejor de Faulkner es que se ocupaba muy poco o nada de lo que dijera la crítica sobre su obra, incluso de lo que pensarán sus posibles lectores. Esta posición le otorgó una libertad especial y un compromiso consigo mismo, sin olvidar que el único compromiso con el lector era lograr que la obra fuese lo mejor posible.

Las respuestas de Faulkner sobre la técnica y el quehacer del escritor solían ser hoscas. Decía que él era escritor, no literato, de tal modo que no le correspondía ocuparse de analizar su propia obra y menos en términos comparativos. (Alguna vez, Albert Camus, interrogado sobre el simbolismo de *La peste* como las plagas de la sociedad moderna, contestó un tanto sorprendido a su interrogador: “¡Vaya! ¡Nunca se me había ocurrido pensar en ello!”). No podemos dejar de reconocer el valor de la obra de Faulkner como precedente de mucha producción literaria, incluso en el aspecto formal. Aquello que Faulkner menospreciaba en la técnica literaria, marcó un hito en la concepción del género como estructura.

Es obvio que la apreciación de las innovaciones formales va aparejada con el manejo de las historias con las historias mismas. El desarrollo de *El sonido y la furia* tiene mucho de cinematográfico. Una historia y trozos de historias aledañas contadas por distintos personajes y en distintos tiempos. Tengo la certeza de que la dificultad que entraña esta novela de Faulkner por la estructura ha variado en el tiempo. Los lectores de novelas de 1930 no son los mismos que los del 2003. Los lectores actuales están habituados a un lenguaje visual sumamente complejo como la estructura de una película que se va conformando por escenas de corta duración que, en forma independiente, tienen escaso significado pero que adquieren sentido en el conjunto. Eso mismo es *El sonido y la furia*. Resulta complejo el apartado inicial. Situaciones y narración un tanto inconexas porque no tienen la referencia del tiempo y del narrador mismo, lo que no les resta atractivo. No resulta en modo alguno extraño que Faulkner haya realizado guiones cinematográficos. El manejo de este lenguaje está plasmado en su obra. Las dos actividades sólo están alejadas en apariencia. La verdad es que el cine le debe a la literatura mucho más de lo que se reconoce. La evolución en los lenguajes ha sido constante. Las historias lineales y los lenguajes abiertos, más explicativos que significativos, han cedido el lugar a entrenamientos visuales más complejos, a lenguajes que requieren una mayor decodificación, pero no entre los cinéfilos, sino entre el público masivo que a diario consume medios gráficos, lo cual sin duda prepara a los lectores potenciales para admitir estructuras y lenguajes más complejos en la literatura.

Nuestras sociedades de alto consumo visual han mantenido relegada la letra escrita, pero el arte y en él la literatura, es un objeto de consumo específico, recibe ese tratamiento y

encuentra su *nicho de mercado*. Los editores conocen a sus consumidores potenciales, los clasifican cada vez mejor para obtener mejores resultados, para que sus esfuerzos de venta eleven sus rendimientos. No falta, todavía, quien alce las cejas cuando se ve desde esta óptica la creación literaria, no falta quien lo considere un tanto sacrílego. Sin embargo, la producción artística ocupa un lugar en el gran cúmulo de productos a disposición de la sociedad de consumo. Quién sabe si hay algo de malo en ello. Me inclino a pensar que no y que, por el contrario, deben ser productos con mayor difusión, con tareas de distribución más intensas y con técnicas que amplíen el número de adeptos.

Quienes como yo nos desenvolvemos en el mundo de los medios debemos hacer un esfuerzo para no dejarnos llevar por nuestras propias aficiones y reconocer que bien vale la pena poner nuevamente en la mente y el interés de los jóvenes la obra de Faulkner. El viejo Faulkner es sumamente actual. ¿Cuántos Benjys hemos visto en el cine y más escasamente en la televisión? ¿La historia de cuántas Caddys hemos conocido, de cuántas familias Compson? Quizá muchas, pero ninguna contada a la manera de Faulkner y ese valor es insustituible.

### **Edmundo Valadés, en estado de gracia**

¿Habrá un mexicano egresado de preparatoria después de 1970 que no haya tenido entre las manos alguna vez un ejemplar de *La muerte tiene permiso*?

Nótese que mi pregunta no es si ese compatriota *leyó* el delicioso tomo editado por el Fondo de Cultura Económica. Apuntada la salvedad, creo que no es arriesgado proponer que en la cultura popular, la obra de Edmundo Valadés Mendoza tiene un sólido lugar.

El cuento que se desarrolla en San Juan de las Manzanas es uno de los iconos literarios mexicanos contemporáneos. De esos a los que todos podemos hacer referencia de manera impune; es decir, sin necesariamente haberlos leído.

Noviembre fue un buen mes para que se fuera Edmundo Valadés. El otoño era *su* temporada. Todas sus grandes aventuras, todas las que merecieron ser contadas, fueron en otoño. Generosidad del destino: la más grande aventura, la única *cierta*, también le llegó en otoño y entonces le dijimos hasta luego... hasta que nuestro propio otoño nos alcance.

Pero no escribo para llorar a Edmundo ni para cubrir su nombre con manto de nostalgia. Me interesa compartir con ustedes algunas imágenes, instantáneas rápidas y gruesos brochazos,

del Edmundo Valadés periodista, reportero arquetípico, de esos que el cine mexicano de los años cuarenta pudo haber tomado como modelo para una cinta de los *chicos de la prensa*.

Es difícil hoy saber cuál de las dos vocaciones de Edmundo –literatura y periodismo– fue primera. Él mismo no lo tenía claro. A los doce años escribía cuentos, proyectos de novela y pequeñas obras de teatro. Ya mayor, sus sueños de ser reportero fueron arrullados por el *run-run* hipnótico de las rotativas.

La tentación del periodismo le venía de familia; la literatura era un dolor sordo en el corazón. Su abuelo y su padre fueron periodistas. Su primo José C. Valadés le abrió las puertas con Diego Arenas Guzmán y con Regino Hernández Llergo y Edmundo entró a las redacciones sin echar una mirada atrás, apenas un adolescente. La literatura, en cambio no se le reveló como una certeza sino hasta los 40 años, cuando tuvo entre sus manos la primera edición de *La muerte tiene permiso*.

“Entonces supe que realmente era un escritor”, me dijo en nuestras *Conversaciones* en 1985.

Regino Hernández Llergo, esa leyenda del periodismo mexicano a quien deberíamos conocer mejor, fue su maestro en lo profesional y casi su padre en lo afectivo. En *Hoy*, al lado del tabasqueño, Valadés se hizo periodista y al mismo tiempo estuvo a punto de dejar de ser escritor. Esta paradoja podía explicarla yo, pero parece más apropiado que sea el propio Edmundo quien lo haga:

Me metí al periodismo y dejé de escribir literatura. En *Hoy* hice una entrevista con el sabio botánico Isaac Ochoterena. La entregué y don Regino me dijo: “Esto es antiperiodístico”. Entonces me vino un complejo y ya no me atreví a escribir. Empecé mi carrera como formador, secretario de redacción y jefe de redacción. Luego *me aventé*. Empecé a escribir, incluso sin firmar: crítica taurina, crítica de cine, cosas de esas, pero no periodismo, hasta que escribí la serie del Cuatro Vientos, que tuvo gran éxito.

Era la gran inseguridad de Edmundo, remontada a duras penas. Sólo quien estuvo cerca de él puede entender lo que le costaba superar esa timidez, ese sentirse “un ser así pequeño, minúsculo”.

Los reportajes en *Hoy* sobre el Cuatro Vientos, un aeroplano español perdido en la sierra alta de Puebla a principios de los años treinta, fueron la sensación de la temporada. Cuando Edmundo se presentaba en el Café la Habana o en el Kiko's, los parroquianos murmuraban con admiración: “Ese es el del Cuatro Vientos”. Valadés había demostrado al mundo y a sí mismo su fuerza como periodista. El propio don Regino exclamó al ver las galeras del reportaje: “¡Caray, qué revelación, no sabíamos que teníamos aquí a un gran reportero!”

Y entonces sucedieron dos cosas que fueron clave para entender esta doble faceta, literaria y periodística de Edmundo. Primero, no siguió siendo reportero. Segundo, allá en la sierra, en la selva, en la choza de una familia mazahua que le dio hospitalidad, se hizo proustiano.

La sola mención del episodio se antoja como tomada del realismo mágico, y Edmundo parece confirmarlo en su propia narración:

Me comisionan para hacer el reportaje y compro en una librería, para leer en el trayecto, *Por el camino de Swann*. En ese tiempo yo no sabía quién era Proust. Allá en la sierra lo leí, cuando acampábamos en unos cafetales. Nos alojaron en un cuarto lleno de carabinas, machetes y pistolas y en la noche lo empecé a leer. Me fascinó desde el principio. Entré a Proust de manera muy fácil, siendo tan difícil. Fue una cosa natural, inmediata. Me atrapó desde el principio y seguí...

Después su, digamos, *no-conversión* al periodismo:

Otro de mis grandes errores fue que en lugar de seguir siendo reportero, volví a las cosas internas de *Hoy*. Fue mi gran momento, ¡carajo!, y debí haberle pedido a don Regino seguir como reportero. Pero no sé, tenía yo falta de fe, de confianza en mí mismo. ¡Había yo dudado tanto! ¡Tenía dudas de que pudiera, de que supiera escribir!

A la distancia, los beneficiarios de la obra de Valadés tenemos que agradecer esos conflictos que lo agobiaron. De aquel viaje -y de otras situaciones parecidas que vivió en los años siguientes- tenemos una pieza periodística que hoy sólo conocemos de oídas, pero a cambio nos quedan dos cuentos que seguimos disfrutando: “Las raíces irritadas” y “Al jalar el gatillo”.

Un día tuve una larga conversación con Edmundo sobre periodismo y literatura, tema recurrente y difícil que agobia, asalta, angustia, a quienes tenemos un pie en cada terreno. “¡No!”, dijo tajante, casi violento. “¡El periodismo no aporta nada a la literatura!”. Pero muy avanzada la charla, muy acalorada la reflexión, muy repetidos los güisquis, tuvo que admitir:

Fíjate que por primera vez me estoy dando cuenta de que el periodismo sí me aportó personajes, ambientes, situaciones, para varios de mis cuentos. Es decir: nacieron por otras motivaciones y el periodismo me dio el complemento, me dio el ambiente, me dio algunos personajes, me dio algunas otras cosas para la obra literaria.

Entre algunas de esas “otras cosas” Edmundo recibió del periodismo la anécdota verídica que –como el orfebre que a partir de un tosco pedazo de metal teje una cadena de frágiles y delicados eslabones- habría de ser la semilla de más conocido de sus cuentos: “La muerte tiene permiso”.

Nada más. Nada menos.

Como apreciarán ustedes, hablar de periodismo y literatura –y del caso particular, personalísimo, de Edmundo Valadés- es como arribar a un enorme campo de tierra fértil pero sin frutos, armados con sólo un azadón y la idea de hacerlo producir. Sí se puede, claro, pero no en un día. En esta pequeña exploración, sin embargo, podemos señalar la existencia de uno de los frutos del Valadés escritor-periodista, no el único sí el más conocido: la revista *El Cuento*, lamentablemente hoy desaparecida.

Tengo la certeza absoluta de que *El Cuento* es hija de esa mezcla, de ese choque de mundos, de esa dualidad que desgarró a Edmundo durante toda su vida. A fin de cuentas fue un producto periodístico que abrevó en la literatura.

## **Historia y periodismo en la obra de Andrés Iduarte**

**A**ndrés Iduarte fue un mexicano más conocido y reconocido en el extranjero que en su propio país. Debemos preguntarnos, ¿por qué? ¿Por qué permitimos que la memoria de este gran mexicano se diluyera? ¿Fueron sus largas ausencias? ¿Fue la osadía de decir lo que pensaba y de mantener una postura independiente cuando estos eran pecados civiles?

Quizá un poco de todo eso y más. Es posible que, como a su contemporáneo Gómez Arias, su historia personal se haya fundido con la historia social y con la historia política y que esta fusión -cito a Díaz Arciniega- haya conducido “al desvanecimiento del individuo a cambio de la imagen de una colectividad”.

Pues es en verdad la historia de una colectividad lo que Iduarte recoge y nos comparte en sus libros. ¿Qué otra cosa si no historia colectiva es lo que leemos en *Preparatoria*, *El mundo sonriente* o *Un niño en la Revolución Mexicana*?

Pero a la vez encuentro en su obra una intensa historia personal, un diálogo consigo mismo que me recuerda a Canetti. Dice el autor de *Masa y poder*: “En el diario uno habla consigo mismo [...] En todo diario [...] hay siempre una serie de obsesiones, conflictos y problemas que [...] se extienden a lo largo de toda una vida, confiriéndole su peculiaridad”.

Me surge a continuación, entonces, una pregunta: ¿fue Andrés Iduarte un historiador? Sí y no. Quizá una de las mayores virtudes de Andrés Iduarte es ese registro personal del devenir histórico, esa gran capacidad para hacernos entrar a la percepción individual de los acontecimientos llamados *macro*. Me inclino a pensar que esta fructífera combinación del punto de vista personal con el análisis histórico bien conceptualizado tiene sustento en su larga trayectoria periodística, complementada con su activismo político, pues es preciso recordar que el escritor tabasqueño fue impulsor de la autonomía universitaria.

Alguien podría sugerir que Iduarte se empeñó en un trabajo periodístico laborioso al que habría que aplicarle un adecuado marco conceptual para categorizar los sucesos y tener entonces *la historia* -es más, *la Historia*, con mayúscula-, pero me doy cuenta de que no es así. Porque, queridos amigos, la historia, con o sin mayúscula, es a fin de cuentas la historia de los hombres.

Entonces, ¿historia y periodismo se rescatan mutuamente? Es posible, pero no de manera natural: interviene el trabajo del escritor.

Me atrevería a decir que los medios informativos facilitan el trabajo de albañilería de la historia, pero el reto del trabajo de diseño permanece y se acrecienta. La multiplicidad de fuentes disponibles exige más que nunca antes la pregunta: ¿quién *hace* la historia?; ¿cuál es la responsabilidad del historiador?

Tal vez una lectura adecuada de la obra de Iduarte nos lleve a la conclusión de que, cito de nuevo a Gómez Arias, hay en la historia personal, combinada con la historia social y política, la exigencia de perfección que se traduce en un estímulo y un flagelo.

Estímulo en tanto testigos y transmisores, cronistas, pues, de nuestro tiempo. Flagelo en la medida de que es una tarea a la que no podemos escapar. *Ecos de Herodoto...*

No resulta extraño que los atributos académicos e intelectuales de Iduarte lo hayan puesto en contacto a menudo con personajes destacados de la vida cultural de su tiempo. Fue contemporáneo y amigo no sólo de Pellicer, sino también de José Gorostiza, de Diego Rivera y de Frida Khalo. Sus atributos supo también trasladarlos a la función pública como trabajador de la cultura, pues cuando fue nombrado director del Instituto Nacional de Bellas Artes nombró como sus colaboradores a Andrés Henestrosa, Celestino Gorostiza, José Durón y Pedro Ramírez Vázquez. Puso a cargo de la oficina de ediciones del INBA a un jovencito de 23 años, sorprendido por el nombramiento, pero que encontró el reconocimiento de Iduarte a su trabajo, llamado Vicente Rojo, quien, al igual que otros colaboradores, salieron con él del INBA, para desfortuna de la institución.

Y esto me lleva a recordar con ustedes aquel episodio de junio de 1954, uno de los tristes lances del macartismo mexicano. Andrés Iduarte fue cesado de la Dirección General del INBA por “comunista”. ¿Su crimen? No haber impedido que la bandera de la hoz y el martillo fuera colocada sobre el féretro de Frida Kahlo en el homenaje de cuerpo presente que con el que se despidió a la gran artista. Paradojas de la vida, 53 años después, Andrés Iduarte regresó en espíritu al palacio porfiriano para ser reconocido por sus aportaciones literarias, ensayísticas, docentes y como ejemplo de trabajador de la cultura que el gobierno del veracruzano Adolfo Ruiz Cortines no supo aquilatar cuando fue echado del INBA.

Cuando supe que Leonardo Ffrench Iduarte organizaba este homenaje a su ilustre antecesor, insistí en participar. Platicamos. Creo que le sorprendió que yo conociera y admirara la obra de Andrés Iduarte.

Entiendo, pero no acepto, la razón de que en nuestro país parece necesario que la gente admirable muera o cumpla aniversarios para rescatarla del olvido. Ésta no es una tarea fácil; en un mundo con un cúmulo de información de diverso corte, donde imperan los materiales de divertimento, es difícil reposicionar los datos y la obra de escritores valiosos que han caído en el olvido.

En este caso ayuda la fuerza del valor literario y personal de Andrés Iduarte, además de que homenajes y recuerdos como el que hoy nos reúne han colocado muchas más referencias biográficas, extractos de la obra y citas de este valioso escritor en los archivos que circulan en la llamada *red*.

Enrique Krauze contribuyó cuando cita la obra de Iduarte en su polémico texto “El Mesías tropical”. El gobierno de Tabasco organizó el I Encuentro Regional de Escritores “Andrés Iduarte”. El escritor Rafael Gaona obtuvo el Premio Nacional de Novela Breve 1997 “Rosario Castellanos” que otorga el gobierno del estado de Chiapas con el libro *Andrés y Diego en la muerte de Frida* donde se recrea el mundo intelectual y político, con las posturas generalmente antagónicas entre estos dos especímenes, en los años previos a la muerte de Frida Kahlo.

Para ser justos hay que decir que Iduarte sí es profeta en su tierra, donde una calle lleva su nombre y goza de reconocimiento como uno de los mejores escritores que ha dado Tabasco. Pero también reconocer que es uno de esos escritores del que muchos hablan, que tiene menciones en los catálogos y que es citado por la Academia, pero que muy pocos han leído. El Instituto de Cultura de Tabasco publicó en 1993, en ocho tomos, sus obras completas. Lamentablemente, en la dualidad global-región, en nuestro país, la segunda tiene un papel marginal. Las ediciones estatales difícilmente llegan al centro del país.

Hoy, los jóvenes no sólo no leen a los escritores como Iduarte y muchos de sus contemporáneos, sino que no los conocen. No los leen, en principio, porque no saben que existen. Ésa es una situación que debe corregirse.

Me refiero especialmente al desconocimiento de los jóvenes porque la literatura de Andrés Iduarte es un espejo en el que, más allá de las épocas, se puede ver reflejada la juventud. Iduarte dio inicio a su producción literaria muy joven. Era profesor de la Escuela

Nacional Preparatoria a los 23 años y por la misma época director de la *Revista de la Universidad de México*. Se dice fácil, pero tuvieron que ser muchas las credenciales académicas, literarias y de conocimiento para que un joven de 23 años pudiera echarse a cuestras responsabilidades de esta naturaleza. Antes de los 30 años ocupó cargos públicos, encabezó la Secretaría Iberoamericana del Ateneo de Madrid y ya había escrito *El libertador Simón Bolívar* (1931), *Homenaje a Bolívar* (1931) y *El problema moral de la juventud mexicana* (1932).

Como ven, Iduarte no sólo es un ejemplo de disciplina sino también de energía y actividad, pues las tareas de carácter público no disminuían su creatividad ni su prolijidad como escritor. De hecho, por ejemplo, *Preparatoria*, que es un libro impregnado de autobiografía, contiene textos que Iduarte escribió siendo alumno de la Escuela Nacional Preparatoria, en aquel inspirador recinto de San Ildefonso en donde hoy aún escuchamos los pasos de tantas generaciones ilustres. Es decir, textos que escribió desde que tenía 14 años, pues estuvo en ella de 1921 a 1925.

Andrés Iduarte hizo literatura no gracias a los años, sino gracias a una intensa vocación por observar, por no dejar escapar el más mínimo detalle o quizá estaría mejor decir, por aprovechar muchos detalles que convertía en textos frescos y reveladores de la vida de esa época, pues como señala el mismo autor, es la “imagen que un adolescente recogió en el rescoldo de la Revolución Mexicana”.

¿No es tiempo de tener en línea ediciones electrónicas de éste y muchos otros autores? No estoy derivando hacia temas ajenos al que nos reúne en esta ocasión, sino que son asuntos que tienen una consecuencia directa no sólo en la falta de reconocimiento hacia Andrés Iduarte sino a muchos otros artistas que el tiempo y el cúmulo de productos culturales han orillado a permanecer en un injusto olvido. Es preciso que se produzcan acciones de carácter institucional y empresarial para restituir a Andrés Iduarte el lugar que ganó con su trabajo y el que debe ocupar en la letras mexicanas. ¿Cómo? De manera simple: con la difusión de su obra.

Muchas publicaciones se beneficiaron de la pluma de Andrés Iduarte, desde los periódicos estudiantiles hasta la *Revista de la Universidad de México* -que como ya mencioné dirigió de 1930 a 1932-, diarios de Tabasco, publicaciones nacionales y de manera especial sus colaboraciones en la *Revista Iberoamericana*, donde sus ensayos sobre literatura son también un eco de sus preocupaciones por la historia de México. Iduarte goza también de reconocimiento

internacional, pues a su paso por Francia, España y Estados Unidos dejó la huella que solía imprimir con la calidad de sus trabajos. Gracias a sus trabajos estuvo en contacto con César Vallejo, Gabriela Mistral y Miguel Ángel Asturias. En España fue miembro del Ateneo de Madrid y en la Universidad de Columbia, donde realizó sus estudios de doctorado, llegó a ser profesor emérito.

Una parte importante de la producción de Iduarte son sus escritos sobre la Revolución Mexicana, etapa sobre la que queda mucho por decir, pues en esta gesta descansan buena parte de los cimientos que sostienen nuestra cultura, lo que hoy somos. Los ensayos de Iduarte son citados hoy con frecuencia porque no han perdido vigencia. Su manera de escudriñar en el espíritu mexicano que se construyó con la nueva idea de nación surgida de la Revolución Mexicana ofrece hoy en día importantes luces sobre este episodio. Así como se dice que los indígenas llevaron a cabo la Conquista y los españoles la Independencia, la Revolución Mexicana es obra del mestizaje, lo cual tocó las fibras más sensibles de la nueva nación mexicana. Andrés Iduarte reflexionó ampliamente sobre el nuevo concepto de identidad que se haría presente en los distintos ámbitos de la vida mexicana, incluida por supuesto, la cultura.

Quiero terminar estas reflexiones con otra cita de Canetti, en donde encuentro una luz sobre las razones que mueven al escritor y al historiador:

No puede ser tarea del escritor dejar a la humanidad en brazos de la muerte. Consternado, experimentará en mucha gente el creciente poderío de ésta: él, que no se cierra a nadie. Aunque esta empresa parezca inútil a todos, él permanecerá siempre activo y jamás capitulará, bajo ninguna circunstancia. Su orgullo consistirá en enfrentarse a los emisarios de la nada –cada vez más numerosos en literatura-, y combatirlos con medios distintos de los suyos. Vivirá de acuerdo a una ley que es suya propia, aunque no haya sido hecha especialmente a su medida, y que dice: no arrojarás a la nada a nadie que se complazca en ella. Sólo buscarás la nada para encontrar el camino que te permita eludirla, y mostrarás ese camino a todo el mundo. Perseverarás en la tristeza, no menos que en la desesperación, para aprender cómo sacar de ahí a otras personas, pero no por desprecio a la felicidad, bien sumo que todas las criaturas merecen, aunque se desfiguren y destrocen unas a otras”.