

LA POLÍTICA INTERIOR  
Y LA ESTABILIDAD  
DE LA NACIÓN

Jorge Javier Romero

Coordinador

Volumen III

Colección Historia de la  
Secretaría de Gobernación

---

**Primera edición: 2000**

**DR © 2000, Secretaría de Gobernación  
Abraham González núm. 50, col. Juárez  
CP 06699, México, DF**

**DR © 2000, Instituto Nacional de Estudios Históricos  
de la Revolución Mexicana  
Francisco I. Madero núm. 1, San Ángel  
CP 01000, México, DF  
Derechos reservados conforme a la ley**

**ISBN 970-628-283-1 Obra completa  
ISBN 970-628-286-6 Volumen III**

**IMPRESO EN MÉXICO / *PRINTED IN MEXICO***

## ÍNDICE

|   |     |
|---|-----|
| Prólogo .....   | 9   |
| Introducción .....  | 11  |
| <b>LA GOBERNABILIDAD</b>  |     |
| Control político en el siglo XIX .....  | 21  |
| <i>Luis Alberto de la Garza</i>   |     |
| El esquivo orden institucional republicano y la Secretaría de Gobernación .....                     | 45  |
| <i>Nicolás Cárdenas García</i>  |     |
| Jesús Acuña: un secretario de Gobernación <i>revolucionario</i> (1915-1916) .....                   | 73  |
| <i>Gerardo Mora</i>   |     |
| La gobernabilidad durante el maximato y el cardenismo (1920-1940) .....                             | 103 |
| <i>Jorge Javier Romero</i>  |     |
| La unidad nacional .....  | 125 |
| <i>Ricardo Pérez Montfort</i>   |     |
| La reforma del Estado .....   | 143 |
| <i>Pedro Ojeda Paullada</i>   |     |
| <b>LA ECONOMÍA</b>  |     |
| La Secretaría de Gobernación y el control político y económico en México durante el siglo XIX ..... | 161 |
| <i>Jesús Méndez Reyes</i>   |     |
| México, 1836-1842: dimensión social y cambio constitucional .....                                   | 185 |
| <i>Luis Anaya Merchant</i>  |     |
| Los problemas de la estabilización económica: Estado y actores privados, 1920-1940 .                | 199 |
| <i>Guillermo Guajardo Soto</i>  |     |
| Gobierno y empresarios entre 1920 y 1924. La historia de una relación difícil .....                 | 217 |
| <i>María del Carmen Collado</i>   |     |
| El presidencialismo económico y la transición mexicana .....  | 235 |
| <i>Rolando Cordera Campos</i>   |     |
| <b>LA JUSTICIA</b>  |     |
| Funciones y facultades del secretario de Gobernación .....  | 253 |
| <i>Manuel González Oropeza</i>  |     |
| El sistema penitenciario. Revisión institucional, siglos XIX y XX .....                             | 265 |
| <i>Sergio García Ramírez</i>  |     |
| Justicia en las relaciones laborales y la Secretaría de Gobernación .....                           | 291 |
| <i>Néstor de Buen</i>   |     |
| Logros y alcances de la Secretaría de Gobernación en materia de menores infractores .               | 305 |
| <i>Cristina Martínez Ulloa</i>  |     |

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

|   |            |
|---|------------|
| La prensa en el siglo XIX .....                               | 315        |
| <i>Irma Lombardo García</i>                                   |            |
| Los medios de comunicación y la gobernabilidad nacional ..... | 331        |
| <i>Javier Esteinou Madrid</i>                                 |            |
| Una historia difícil: Gobernación frente al cine .....        | 353        |
| <b>COLABORADORES</b> .....                                    | <b>369</b> |

## LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA GOBERNABILIDAD NACIONAL

Javier Esteinou Madrid

A partir del surgimiento de la radio en la década de los años treinta y de la televisión en la de los años cincuenta, en México los medios de comunicación electrónicos se han convertido en las instituciones más estratégicas para construir cotidianamente la conciencia social. En este sentido, podemos decir que actualmente, los aparatos de mayor potencial socializador para dirigir a nuestra comunidad nacional ya no son, como en antaño, los aparatos ideológicos escolares o los religiosos, sino los medios electrónicos de transmisión colectiva, particularmente la radio y la televisión, y las tecnologías de información de la nueva generación.

Esto se debe a que con la incursión y operación de los medios de información electrónicos en nuestro campo cultural nacional se alteran radicalmente los procesos masivos de producción, circulación e inculcación de símbolos y del sentido en el país; en una idea, se transforma el proceso de elaboración de la conciencia social. Por ello, la presencia de los medios de comunicación representa el mayor potencial tecnológico que existe para hacer participar a las grandes masas en el permanente torrente de producción de sistemas de signos y sentidos que cohesionan a la sociedad mexicana del siglo XX.

Dicho fenómeno se enclava a tal grado en la estructura de poder nacional, que cimentado sobre las viejas relaciones de comunicación de la etapas de desarrollo premonopolista, da origen a un nuevo "modo de comunicación" en México, que se distingue por la forma ampliada de elaborar, distribuir e inculcar las ideologías sobre el auditorio. Es a partir de este instante que la estructura cultural de nuestra sociedad experimenta un sustancial salto cualitativo, al construir una nueva relación macro social entre los hombres: la mediación informativa entre grupos e individuos. Desde este momento, la elaboración de la conciencia histórica de las personas y de las organizaciones sociales nacionales pasa a depender en alto grado de esta mediación cultural.

Por ello, desde el instante en que se modifica esta relación informativa entre las máquinas de producción de la conciencia y los individuos, se genera un cambio en la esfera ideológica de nuestra comunidad nacional. Esto se debe a dos motivos. Por una parte, a que esta mediación permite relacionar la conciencia local de los individuos con las realidades más disímbolas, lejanas y heterogéneas de que se pueda tener noción.

Así por ejemplo, los canales de información vinculan la conciencia del campesino monolingüe de Chiapas con las conquistas espaciales de la nave Columbia, la cultura del ciudadano medio con las decisiones centrales del Estado mexicano, la religión del indígena con el consumo multinacional, la visión del niño urbano con los conflictos militares de Asia, la sensibilidad

de la mujer del Bajío con los movimientos de liberación femenina de los países altamente industrializados, los movimientos universitarios pacifistas con la Guerra del Golfo Pérsico de 1991, entre otros.

Por otra parte, esto se debe a que los avances científicos que han conquistado las industrias de comunicación, electrónicas y espaciales en el país, han permitido reducir y alterar sustancialmente los tiempos y las complejidades de las condiciones materiales que exige la realización del circuito del modo de comunicación social. Es decir, el desarrollo extremadamente intenso de las tecnologías de las comunicaciones, la generalización de la radiodifusión, el surgimiento avasallador de la televisión en los hogares, la capacidad de transmisión directa vía satélite, el perfeccionamiento de la transmisión telegráfica, y la gran capacidad organizativa y multiplicadora aportada por la informática; han cambiado radicalmente el significado y el impacto social de las comunicaciones de la sociedad mexicana contemporánea.<sup>1</sup>

La proliferación y acumulación de estas redes crea un nuevo sistema nervioso informativo que cristaliza en la producción de un nuevo tejido cultural que penetra todos los rincones de la sociedad. Este tejido cohesionada de manera distinta a la misma y produce una nueva cultura: la cultura de masas. Dicha cultura modifica sustancialmente el modo de vida imperante y produce un nuevo prototipo de pensar, de ver, de sentir y de actuar colectivo como nunca antes lo había registrado la historia nacional.<sup>2</sup>

La conquista de estas nuevas facultades materiales sobre el tejido ideológico de la sociedad mexicana contemporánea, altera sustancialmente el torrente cotidiano de producción y distribución de la conciencia en nuestra República. Esto modifica los hábitos, apetitos y conductas culturales tradicionales e introduce la presencia de otros nuevos.

Con ello, se inicia una nueva etapa histórica de la construcción transclasista de la conciencia de los individuos, desde el momento en que el corazón de la opinión pública cotidiana y de sus comportamientos prácticos derivados de ésta, cada vez más, son elaborados por las

<sup>1</sup> Juan Somavia, "La Comunicación y el Modelo Transnacional de Desarrollo", en *Nueva Sociedad*, núm. 30, septiembre-octubre de 1978. Caracas, pp. 33-34. Acerca del grado de comprensión teórica y metodológica de este fenómeno, es importante reconocer que los esfuerzos conceptuales realizados hasta ahora por los enfoques críticos de la comunicación son insuficientes para aclarar esta realidad. Esta última evoluciona infinitamente más rápido que la reflexión que se construye alrededor de ella. Basta pensar que "aun cuando seguimos usando las palabras "información" y "comunicación", éstas se aplican a fenómenos sociales radicalmente diferentes de aquellos que se describían con estos mismos términos en la década de los 40". Estamos encasillados dentro de un lenguaje que es incapaz de reflejar su significado global y total actual. Basta pensar que tanto la paloma de Reuters como el último satélite de comunicaciones se llaman igualmente "información", pero sus efectos sociales son sustancialmente distintos. Javier Esteinou Madrid, "Medios de Comunicación y Desplazamiento Educativo", en *Revista del CONAFE*, núm. 3, Subdirección de Comunicación Social, Consejo Nacional del Fomento Educativo. México, julio-septiembre de 1991, pp. 4-12; "Comunicación, Hegemonía y Transformación del Estado Capitalista", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núms. 16 y 17, Programa Culturas. México, Centro Universitario de Investigaciones Sociales, Universidad de Colima, 1993.

<sup>2</sup> Dentro de la actual trayectoria de evolución mundial que lleva la tecnología electrónica en el presente y que se continuará sosteniendo en el futuro, destacan las siguientes cuatro líneas de innovaciones tecnológicas:

a) Innovaciones relacionadas con las computadoras: telecomputadoras, microfichas, material de registro y localización de la información, computadoras electrónicas, que van desde las calculadoras de gran velocidad a los sistemas de información complejos, y video-informática (videotextos: Ceefax y Antiope).

b) Innovaciones en materia de grabación de la información: magnetófonos, cámaras de video portátiles, que permiten grabar sonidos e imágenes, magnetoscopios de media pulgada que cumplen las normas y que tienen la calidad de la radiodifusión normal, y gracias a las cuales el público puede dominar la televisión, en vez de ser un simple sujeto de ella, y que liberan al material video de las limitaciones propias de un estudio.

c) Innovaciones en materia de transmisión de la información: tecnología numérica aplicada al sonido y a la televisión numérica; estereofonía grabada y difundida por la radio; satélites de comunicación en órbita ecuatorial, que enlazan los con-

mediaciones simbólicas que producen las tecnologías de comunicación avanzadas y ya no por los procesos ideológicos de otros aparatos tradicionales de socialización.

Con este moderno tejido informativo que introducen los medios de comunicación, especialmente electrónicos, en el país, se crea un nuevo orden cultural dentro de la superestructura ideológica de nuestra sociedad. Es a través de estas tecnologías que se crea el nuevo sistema nervioso que estructura y dirige las acciones culturales del Estado. Es por mediación de ellos que nuestra sociedad nacional de finales del siglo XX integra su nuevo esqueleto de moral colectiva.

Dentro de este nuevo marco, los medios emergen como las nuevas instituciones orgánicas para la reproducción de la sociedad mexicana moderna. Este fenómeno fabrica un nuevo entorno ideológico que altera el mapa cultural existente hasta el momento en el país y ubica a las técnicas de información como las principales instituciones que articulan culturalmente la base económica con la superestructura social.

Esta presencia incisiva de los medios de comunicación corrige profundamente la división del trabajo cultural que ha creado el Estado moderno. Con ello, se reestructura la tradicional práctica ideológica de las principales instituciones culturales que soportan al Estado mexicano, y esto, genera una radical modificación de la correlación de fuerzas culturales que se dan dentro de la esfera cultural de nuestra sociedad.

Estos nuevos mediadores tecnológicos de formación de la conciencia penetran primero en los centros urbanos del país y después en el campo. De esta manera, en el periodo más breve de toda la historia de nuestra República, los medios de información de masas desplazan a la vías convencionales de comunicación que integran a las comunidades tradicionales, y se convierte rápidamente en las principales instituciones de dirección ideológica con que cuenta la sociedad mexicana contemporánea.

En resumen, podemos decir que existe una relación de reciprocidad histórica entre los cambios operados en las tecnologías productoras del sentido y los cambios que se dan en la esfera cultural: a mayor revolución tecnológica de los medios electrónicos, mayor transformación de la estructura cultural y de poder del Estado; y a menor avance tecnológico de los medios de comunicación, menor mutación cultural y de poder del Estado.

Así, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías informativas se instalan como los soportes culturales más amplios y perfeccionados de la sociedad mexicana moderna, que crean la principal dirección y el ensamble ideológico-moral de la sociedad del siglo XX.

tinientes mediante la imagen y el sonido (visiófono, videoconferencias); nuevos cables, múltiples y coaxiales, de gran capacidad, que multiplican los canales transoceánicos utilizables para el teléfono y las informaciones cifradas; fibras o tubos de luz, que permiten transmitir una cantidad prodigiosa de información, millones de señales fónicas o miles de señales de televisión, por ejemplo); transmisión de sonidos y de imágenes por microondas; máseres; láseres (que ofrecen una nueva gama de dispositivos técnicos, por ejemplo para las operaciones quirúrgicas delicadas (en particular, en oftalmología), instrumentos industriales que abren nuevas posibilidades prácticamente ilimitadas; radiotelegrafía y radiotelefonía que, al utilizar el espectro de frecuencia de radio, proporcionan servicios muy diversos y que rebasan ya hoy la ionósfera y llegan al espacio extra atmosférico.

d) Innovaciones en materia de restitución y reproducción de la información: *offset* fotográfico; procedimientos químicos de reproducción de documentos, videodiscos; consolas de video para la corrección de copias y pruebas; holografías; telescopía de periódicos y revistas por teléfono y por satélites; relojes numéricos o de cristales líquidos y adaptadores electrónicos para nuevas modalidades de utilización de las pantallas de televisión; electrónica gráfica, que combina la computadora con las técnicas de la imprenta y que pueden revolucionar la producción de periódicos, revistas y libros, al multiplicar la rapidez y reducir los costos de reproducción en negro y blanco y en color; máquinas de impresión de gran velocidad, que reproducen también la fotografía y los colores; telemeccanografía; material telefotográfico y receptores de fotos electrostáticos.

## La expansión de las tecnologías de comunicación y el desplazamiento de los viejos aparatos de hegemonía nacionales

La introducción de las modernas tecnologías de comunicación productoras, difusoras e inculcadoras de símbolos en la esfera cultural, no sólo transforman el esqueleto cultural de nuestro país; sino que también convulsionan radicalmente la estructura y organización de los aparatos de hegemonía prevalecientes en México. Ello se debe a que, con el surgimiento de los canales de difusión masiva, se revoluciona paulatinamente toda la base cultural y el conjunto de soportes institucionales de la esfera cultural anterior, al insertar gradualmente una nueva base tecnológica, especialmente de carácter electrónico, que supera con mucha perfección el armazón y funcionamiento material de todos los aparatos de hegemonía anteriores en nuestra República.

En este sentido, la incorporación de estas nuevas tecnologías al terreno cultural modifica las bases tecnológicas que sustentan los viejos aparatos ideológicos y generan una silenciosa revolución cultural que desplaza a los principales aparatos de hegemonía a un plano secundario. Dicha revolución se caracteriza por crear una multitud de nuevos conductos o canales culturales por los que circulan las significaciones o mensajes sociales que impactan sobre las conciencias y hábitos culturales del pueblo. El conjunto de estos canales gradualmente teje una nueva red de relaciones ideológicas de distintas dimensiones (macro y micro redes) que articulan simbólicamente, afectiva y racionalmente a los distintos grupos sociales.

De esta forma, con el rápido desarrollo y perfeccionamiento físico que han alcanzado los medios electrónicos en el país, no sólo se genera un amplio espacio de difusión del entretenimiento, el espectáculo o de la información pública; sino lo más relevante que se produce es que el Estado incorpora un nuevo sistema nervioso cultural que transforma la estructura de las relaciones culturales y políticas tradicionales de nuestra sociedad nacional.

Este fenómeno genera un gran desplazamiento de los principales centros hegemónicos tradicionales hacia el ejercicio de funciones secundarias y ya no primarias de la socialización colectiva. Pero el desplazamiento estratégico de los viejos centros hegemónicos por los nuevos medios de comunicación, no significa que dejen de existir y funcionar los otros sistemas de socialización secundarios como es el aparato religioso, jurídico, familiar, político, educativo y cultural, sino que simplemente son reubicados históricamente en un nuevo espacio cultural con nuevas funciones estructurales de la sociedad civil.

Así, con la expansión y la consolidación gradual de los medios de comunicación y de su correlativa cultura de masas como nuevas fuentes de conocimientos y socialización, se relegan o sustituyen paulatinamente a las viejas formas de comunicación que cohesionan e identifican a la sociedad mexicana tradicional.<sup>3</sup> Este fenómeno prende, a tal grado, en el terreno mental de nuestra sociedad, que el avance tecnológico de los medios desencadena una mutación en la estructura cultural.

Este cambio tiene distintas facetas, pero descolla con toda energía cuando por influencia de los medios, la esfera cultural pasa de ser un ámbito de formación de la hegemonía a través

<sup>3</sup> Es importante advertir que debido a la explosión tecnológica de los medios de comunicación, el paisaje cultural de las sociedades tradicionales ha cambiado drásticamente. Dentro de estas modificaciones, uno de los principales problemas que han surgido es la reducción de la comunicación personal por la interferencia de los canales electrónicos en los espacios íntimos del encuentro de parejas, familias y grupos. Para ampliar esto consultar, Informe Provisional sobre los Problemas de la Comunicación en la Sociedad Moderna, pp. 26-27; y *Un Sólo Mundo. Voces Múltiples: Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, pp. 91-92, 105-109 y 146-148.

de acciones grupales, gremiales o de lenta cobertura institucional, a ser un espacio construido por un nuevo tejido tecnológico que produce cotidianamente un novedoso ecosistema cultural en la nación. Desde este momento histórico, los medios de difusión colectivos modifican la estructura cultural de la comunidad heredada por la sociedad capitalista del siglo XIX y se convierten en la instancia ideológica principal, desde la que se subordina, y en gran parte se reemplaza a la familia, la iglesia, la escuela y otros aparatos de socialización cultural en el país.

A partir de este momento, los aparatos de comunicación se convierten en el epicentro cultural que dirige y esculpe los marcos o referentes fundamentales de la esfera cultural del México moderno. Con ello, el Estado entra en una nueva etapa cultural que modifica todo el esqueleto y la organización de los aparatos de hegemonía convencionales en la República y coloca a los medios electrónicos de comunicación avanzados como los principales aparatos masivos de socialización colectiva del México moderno del siglo XX.

### Las tecnologías de comunicación colectiva y el surgimiento del Estado mexicano ampliado

La emergencia de los medios de comunicación en México, no sólo representa una interesante mutación y desplazamiento cultural, que es la primera imagen superficial que surge ante nuestra percepción, sino que básicamente lo más relevante que se genera es la radical transformación de la estructura cultural en nuestro país, para dar origen a la creación de una nueva dimensión ideológica del Estado y de la sociedad mexicana. Esto es, en términos generales, puede pensarse que con la presencia de los medios de comunicación la sociedad mexicana en su conjunto sufre una gran dilatación cultural, desde el momento en que todos los individuos o grupos sociales pueden extender la realización de sus tareas o funciones específicas a través de las técnicas de información.<sup>4</sup> La sociedad mexicana entra entonces en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas.

Es por ello que con la presencia de los medios de comunicación, lo que se transforma a corto plazo es el esqueleto ideológico del Estado, y a largo plazo, el de toda la sociedad en su conjunto. De esta manera, con la acción de las tecnologías de información colectivas el Estado experimenta una gran transformación de su estructura cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una faceta del poder: el moderno Estado ampliado.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Una concepción intuitiva pero también idealista sobre la forma en que la sociedad se modifica con la presencia de las tecnologías informativas, la encontramos de manera embrionaria en el pensamiento de Marshall McLuhan; ver *La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre*. México, Diana, 1979. Una crítica moderada al pensamiento de McLuhan puede consultarse en Gianpiero Gauraleri, *La Galaxia de McLuhan*. España, ATE, 1981. Para un panorama general sobre la línea de evolución que han seguido las tecnologías de información desde el telégrafo, en 1840, hasta la comercialización de los cristales de silicio, ver *Un Sólo Mundo. Voces Múltiples Comunicación e Información en Nuestro Tiempo*, pp. 31-36.

<sup>5</sup> El concepto del Estado ampliado es una categoría analítica totalmente abandonada por la reflexión crítica de la comunicación europea y latinoamericana. La única disciplina que la ha retomado y desarrollado ha sido la ciencia política a través de la teoría de los aparatos de hegemonía, representada, especialmente, por los brillantes trabajos de Christine Buci-Glucksmann. Nuestro esfuerzo consiste en recuperar dicho arsenal teórico olvidado para enriquecerlo y expandirlo con las aportaciones que ha ofrecido la evolución material de los medios de comunicación y de las tecnologías de información sobre la trama de los aparatos de hegemonía tradicionales. Estamos convencidos de esta matriz teórica es una de las principales vetas y directrices conceptuales que nos permiten comprender las funciones y transformaciones que ejercen las tecnologías de comunicación dentro del actual ámbito del poder.

En este sentido, todos los días el Estado se construye o se destruye en la trama de informaciones y procesos que generan los medios de información sobre la sociedad.

Históricamente esta dilatación del Estado no se inicia con la presencia de las tecnologías de información, sino con la aparición de las primeras instituciones ideológicas como son la Iglesia, las organizaciones culturales, la escuela, etcétera, que posibilitan las primeras expansiones culturales del gobierno. Sin embargo, con el desarrollo de estas nuevas herramientas intelectuales productoras de conciencia, los aparatos de hegemonía tradicionales sufren un desplazamiento sustancial del lugar central que ocupan, para dar paso al surgimiento de una nueva ampliación del bloque en el poder, por medio de las modernas tecnologías de comunicación.<sup>6</sup>

Por este motivo, el nacimiento de esta nueva zona del Estado ampliado mexicano se encuentra en íntima correspondencia con la evolución y organización que adopta cada nuevo sistema y proceso de comunicación que aparece: a mayor producción de máquinas culturales, mayor expansión del Estado ampliado; y a menor desarrollo de las tecnologías de comunicación, menor ampliación del Estado. Así observamos que la emergencia y desarrollo de todo medio de información en nuestra sociedad, provoca una nueva transformación o desdoblamiento del Estado mexicano ampliado y de la sociedad.

### **La inserción orgánica de los medios de comunicación colectivos y la ampliación de la facultad de gobernabilidad nacional**

La especificidad del flamante Estado ampliado mexicano, se caracteriza porque, a través del nuevo tejido tecnológico que construyen los medios de comunicación en la superestructura social, éste alcanza una nueva inserción orgánica más profunda en nuestra sociedad que la que obtiene la Iglesia, la escuela, los partidos políticos, etcétera, como aparatos de hegemonía. Con estas nuevas herramientas culturales el Estado riega, abona y cultiva permanentemente el tejido social con las ideologías coyunturales que cotidianamente produce desde su esfera de poder. Con ello, en algunos casos el Estado fortalece y vitamina las células económicas y políticas que le dan vida; y en otros, "cura", "restituye" o "suprime" aquellos órganos que entran en fase de "putrefacción social" y que se convierten peligrosos para la "estabilidad" del sistema.

Esta nueva articulación estructural del Estado se efectúa de manera más eficiente con los aparatos de comunicación modernos que con las tradicionales instituciones de hegemonía, debido a las nuevas capacidades orgánicas que éstos conquistan para cohesionar a la población, y que son: su alto grado de penetración ideológica, la enorme rapidez de difusión simbólica, su versatilidad cultural, su contacto permanente que establecen con el auditorio, y la saturación constante que alcanzan sobre los campos de conciencia de la mayoría de los grupos sociales. De esta forma, mediante los apoyos tecnológicos que le brindan los medios de comunicación, el Estado conquista una nueva capacidad de inserción orgánica más profunda para realizar de manera más competente las funciones culturales que debe ejecutar como instancia rectora de la sociedad.

Esto es, las funciones ideológicas que antaño ejercía el Estado a través de pesados y burocráticos aparatos administrativos, jurídicos, fiscales, pedagógicos, económicos, entre otros para producir, circular e inculcar sus ideologías; ahora son realizados con mayor ligereza, agilidad

<sup>6</sup> Consultar nuestro trabajo "El Estudio Materialista de la Comunicación de Masas", *Cuadernos del TCOM*, núm. 1, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-X. México, marzo, 1979.

y celeridad por medio de las tecnologías de información masivas, sin que por ello, la infraestructura organizativa de los primeros desaparezca, sino que simplemente se reforma desplazándose a lugares secundarios.

La primacía sobresaliente de las tecnologías de información en el proceso de articulación y consolidación de esta relación estructural de la sociedad mexicana, básicamente se da, entre otros motivos, por la múltiple inserción orgánica que efectúan éstas en el proceso de reproducción fundamental de la sociedad mexicana.

Dichas funciones orgánicas son múltiples y varían según las coyunturas y los ciclos históricos por los que atraviesa el desarrollo de la sociedad mexicana; e impactan, dependiendo de lo anterior, en distintos procesos y sectores de la sociedad. Así, por un lado, a través de sus prácticas ideológicas los medios electrónicos influyen en las áreas políticas, económicas, morales, psíquicas, sexuales, entre otras, del cuerpo social. Por otro, mediante éstas realizan operaciones financieras, de modernización cultural, de reproducción de la energía laboral, de mutación de hábitos alimenticios, de control natal, de liberación de instintos lúdicos, de reordenamiento político, de secularización o desecularización masiva de la cultura, de participación o narcotización social, de organización económica, de concentración de valor, entre otros.

Con esta expansión ideológico cultural, el Estado experimenta una radical transformación geométrica de su capacidad de gobernabilidad frente a los ciudadanos. Con ello se obtiene de forma más segura el consentimiento activo o pasivo que requiere la conducción de los conjuntos sociales nacionales. Así, con la intervención de los medios de comunicación electrónicos en el país se reduce la distancia existente entre cúpula dirigente, intelectuales orgánicos y masa de individuos; lo que a su vez, repercute en la creación de un Estado más cohesionado y sólido. En una idea, el Estado conquista la dirección intelectual y moral de la sociedad por medio de la acción de los medios de comunicación colectivos.

De esta forma, con la adquisición de estos modernos brazos tecnológicos, el Estado ampliado mexicano alcanza una nueva capacidad dilatada o ampliada para gobernar (ordenar y restaurar) permanentemente el tejido social de la República. Así, realiza de manera más eficiente dos grandes articulaciones culturales de la sociedad. Por una parte, realiza diariamente, en forma masiva y casi intangible, la articulación consensual de la base económica de la formación histórica, con su superestructura política e ideológica de organización y regulación social.

Por otra, cohesiona culturalmente a la sociedad política con la sociedad civil, es decir, vincula los aparatos de coerción (policía, fuerzas armadas, burocracia, tribunales), con los aparatos de hegemonía (escuelas, familia, iglesias, partidos políticos, sindicatos, medios de comunicación) y viceversa. Estas dos articulaciones o direcciones del Estado se distinguen porque a diferencia de la conducción represiva que es clara y brutalmente coercitiva, estas nuevas direcciones son sutilmente pedagógicas y persuasivas.

Sin embargo, debido a que los medios de comunicación no son entidades "autónomas" o "neutrales" como lo presentan las versiones funcionalistas de la comunicación,<sup>7</sup> sino que son intermediarios técnico-industriales de las relaciones sociales que se dan dentro de la sociedad mexicana, solamente pueden participar a través de éstos aquellos grupos que tienen acceso

<sup>7</sup> Pensamos que es debido a este tipo de inserción altamente orgánica que han alcanzado los medios de comunicación dentro del Estado y el funcionamiento estructural de la sociedad, que es muy difícil su transformación profunda. Los intentos frustrados más recientes que pretendían modificar la estructura global de los medios de comunicación, los encontramos en el proyecto RETELVE de Venezuela en 1977 y en los proyectos de Derecho a la Información en 1981 y de Democratización de la Comunicación en 1983 en México. Para ampliar este último, consultar de Javier Solórzano Zínsen, "Comunicación Social y Voluntad Política", en *El Día*, 18 de junio de 1983.

al control y dirección de los mismos. Por consiguiente, siendo que en la sociedad mexicana de finales del siglo XX las grandes tecnologías de información (prensa, cine, radio, televisión, cablevisión, satélites, sistemas de cómputo, redes de datos) están subordinados por las fracciones gobernantes, mediante factores primarios (propiedad de los medios, desempeño como industrias culturales, financiamiento institucional y marco jurídico) y factores secundarios de poder (control de la producción, circulación e infusión del sentido), únicamente pueden actuar a través de éstos los estratos dirigentes.<sup>8</sup>

Estas fracciones de grupos dominantes son las que forman en esencia al Estado en sentido amplio. En consecuencia, quien puede intervenir socialmente vía estos aparatos de información, no son todos los sectores de la sociedad, sino el Estado en sentido extenso. De esta forma, a partir de la incorporación de los aparatos de información al campo de acción del Estado, se produce la proyección y ampliación de éste sobre la trama "privada de la sociedad" y se da la expansión molecular de la clase dirigente sobre el conjunto de la vida social.<sup>9</sup>

Con este fenómeno se incrementan notablemente las facultades prácticas del Estado para gobernar y para integrar culturalmente a los distintos grupos sociales alrededor del programa de desarrollo que requiere dirigir. En una idea, con la incorporación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de información al aparato gubernamental, aumenta sustancialmente el potencial rector del Estado para producir y conservar su hegemonía nacional.<sup>10</sup>

Esto es, con la realización ampliada de estas tareas culturales a través de las más modernas tecnologías de información, el Estado queda facultado para organizar y cohesionar a la población en función a su proyecto de desarrollo. Mediante ello, se amplían sus bases de legalidad y se incrementa su poder para coordinar y cohesionar coyunturalmente a la población.

De esta manera, a través de la realización más eficiente de estas tareas, los canales de información se convierten en las principales instituciones productoras de hegemonía. Por ello, podemos decir que en la sociedad mexicana de finales del siglo XX, los medios de difusión colectiva y las nuevas tecnologías de producción de símbolos y sentidos, se han convertido en los principales instrumentos culturales que crean y mantienen la gobernabilidad que reproduce ideológicamente al sistema nacional.

## Medios de información colectivos y capacidad de persuasión y movilización social del Estado mexicano

El acelerado desarrollo tecnológico de los medios de comunicación colectivos, particularmente, los electrónicos, desde mediados del siglo XX les ha permitido conquistar superiores capacidades de comunicación social que los ha convertido en los principales aparatos construc-

<sup>8</sup> Debemos recordar que "con el fin de conservar el equilibrio que requiere el imperio del capital, los dirigentes criollos o foráneos, a través de sus acciones directas o mediante la intervención del Estado que los representa, se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de su proyecto histórico al sistema global de comunicación e información, y muy en particular, a los medios de difusión colectiva. De estos últimos prioritariamente monopoliza a los de tecnología más avanzada, puesto que son los que les ofrecen mayor poder de creación de consenso y de subordinación colectiva". Consultar nuestro trabajo, "El Condicionamiento Social de los Medios de Comunicación de Masas", en *Seminario de Comunicación Social*, Serie Ensayos, núm. 10. México, UAM-A, 1983, pp. 19-20.

<sup>9</sup> Para profundizar en este punto consultar de Mabel Piccini, *Sobre la Producción Discursiva, la Comunicación y las Ideologías*. México, UAM-X, versión mimeografiada, 1981, pp. 24-26.

<sup>10</sup> Para comprender por qué la televisión se ha convertido en el principal medio de comunicación en la sociedad contemporánea, consultar nuestro trabajo: *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México, Trillas, 1992, p. 200.

tores de la hegemonía nacional. Con ello, han ocupado un papel central en el desarrollo de las mentalidades, las sensibilidades y las conductas masivas en el país; y por lo tanto, en el desarrollo de nuestra sociedad. Así, hoy día los medios de comunicación masivos se han convertido en el sistema nervioso fundamental del avance o retroceso de nuestra cotidiana cultura nacional.

Por ello, aunque estamos conscientes de que los medios de comunicación colectivos no producen efectos automáticos sobre el auditorio; de que no son unas agujas hipodérmicas que inyectan mecánicamente sus contenidos en la conciencia de la población; de que existen múltiples formas de interpretar por parte del público los mensajes masivos que recibe; de que por el lado de los emisores no existen efectos acabados sobre los receptores como hemos creído en años anteriores por las teorías funcionalistas de la comunicación; de que no son omnipotentes para producir procesos mágicos; de que normalmente refuerzan tendencias previamente ya existentes en el seno de las comunidades; de que la conciencia humana no solamente se produce por la acción simbólica de uno o varios medios, sino por un conjunto más amplio de influencias sociales y de redes culturales que impactan sobre la inteligencia y la sensibilidad de los individuos; de que su efectividad de convencimiento no depende totalmente de las imágenes que se transmiten, sino de otros procesos sociales complementarios, también sabemos que, a través de las avanzadas propiedades físicas que han conquistado y de los hábitos culturales que han formado durante décadas, los medios de comunicación colectivos, especialmente, los electrónicos, cuentan con un alto margen de eficacia persuasiva comprobada para crear y cambiar las formas de pensar y actuar de los ciudadanos en México.

En la actualidad debemos tener presente que en nuestro país, frente a la tradicional acción del sistema escolar y religioso, los medios de difusión masivos, especialmente, la televisión, se han convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. En una idea, dirigen la cultura cotidiana en cada sexenio. Así, la televisión se ha convertido en el mediador cultural, a través del cual el Estado articula ideológicamente a nuestra sociedad, convirtiéndose en la principal organizadora colectiva de la historia moderna de México.

Sin embargo, esta mediación central que ejercen los medios de difusión colectivos entre gobierno y sociedad, no significa, en ningún momento, que la capacidad de persuasión que realizan sea omnipotentemente eficaz para convertir en socialmente dominante cualquier mensaje transmitido por ésta y mecánicamente doblegar las conciencias y las acciones de todos los ciudadanos que son tocados por éstos. La fuerza de convencimiento de los medios tiene límites de competencia muy precisos, y los principales son los tres siguientes:

Primero, las informaciones masivas que leen, decodifican e interiorizan los receptores nunca se asimilan homogéneamente en todos ellos con el mismo signo ideológico e intensidad personal con la que se emiten, sino que varían según sus situaciones históricas, antropológicas, emocionales, religiosas, económicas, familiares, políticas, culturales, materiales, regionales étnicas, productivas, que los determinan como seres humanos. No debemos olvidar que los públicos no son pasivos, ni neutros, ni socialmente vírgenes, sino que cada uno practica sus propios procesos de inferencia de lo que los medios les ofrecen de acuerdo con sus propias experiencias y su inserción social.<sup>11</sup>

<sup>11</sup> Por otra parte, es alarmante y aleccionador para la sociología crítica del estudio del receptor, que quienes con mayor exactitud, sutileza y eficacia conocen el perfil de comportamiento del auditorio es el sector dominante, que impulsado básicamente por el capital industrial y comercial, se dedica, a través de las técnicas de la mercadotecnia y publicidad, a radiografiar los diversos patrones de aspiraciones, gustos, comportamientos, debilidades, actitudes, preferencias e inclinaciones, del receptor, con objeto de integrarlo al proyecto de desarrollo del capital nacional e internacional. Javier Esteinou Madrid, "El es-

Segundo, la habilidad seductora de los medios de difusión colectivos, particularmente la televisión, nunca pueden rebasar el peso de la realidad que enfrentan los espectadores, pues siempre las circunstancias de sus vidas concretas son más fuertes que el poder que alcanza la información y las imágenes audiovisuales que se difunden. Es necesario subrayar que los medios no sustituyen a la dinámica económica, política y social, sino que la apoyan o debilitan según sean los proyectos globales que existen detrás de ésta. De lo contrario, sobrevaloraríamos el papel de los medios al otorgarles fantiosamente una absoluta propiedad transformadora, cuando en verdad sólo son tecnologías muy perfeccionadas de promoción de intereses, ideologías o políticas muy precisas.

Tercero, cuando la gama de discursos que transmiten los medios encuentran las condiciones psicológicas de recepción favorables en los campos de conciencia de los individuos públicos, éstos son asimilados en un alto porcentaje, y viceversa.

No obstante, la existencia de diversos límites reales en la tarea de mediación social que realizan los medios entre pueblo y gobierno, su capacidad de persuasión y de movilización de la población en el país ha sido tan eficiente en diversos momentos, que ha generado fuertes fenómenos sociales de signos contrarios. Así, por ejemplo, *en un sentido positivo* constatamos cómo a través de las acciones promocionales de los medios de comunicación masiva, concretamente de la televisión, se ha colaborado en reducir, en la década de los ochentas, la tasa de crecimiento demográfico del 4.3 al 2 por ciento, construyendo un nuevo modelo cultural de familia basado en cuatro miembros: padre, madre y dos hijos. De igual forma, se ha contribuido a alfabetizar y a otorgar instrucción básica a través de la telesecundaria a miles de mexicanos, a tal grado, que de 1983 a 1987 se redujo el índice de analfabetismo en sujetos mayores de quince años del 14 al 7.1 por ciento, alfabetizando a más de 3 millones 300 mil mexicanos. Esto significó que en los años ochentas, 92 de cada 100 mexicanos adultos ya sabían leer y escribir.<sup>12</sup>

De la misma manera, ha logrado promover permanentemente la donación altruista de sangre a hospitales y bancos de plasma.<sup>13</sup> Asimismo, con apoyo de las campañas de prevención médica por medio de la televisión, las acciones del sector salud, la participación de 600 mil voluntarios y la instalación de 80 mil puestos de vacunación, se pudo inmunizar en dos fines de semana de 1987, en todo el territorio nacional, a más de 12 millones de niños contra la poliomielitis, a 10 millones contra la difteria y la tosferina, y a dos millones contra el sarampión, que en conjunto han alcanzado reducir en más del 35 por ciento las enfermedades infantiles en la República.<sup>14</sup>

También, por la acción instructiva de los medios electrónicos y otros canales de comunicación, se ha formado, en los últimos tres sexenios, una nueva cultura financiera de masas que ha logrado crear una base de educación económica que permite que la clase media y algu-

tudio materialista de la comunicación de masas", en *Cuadernos del INCOM*, núm. 1, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, Departamento de Educación y Comunicación, UAM-X, marzo de 1979, p. 9.

<sup>12</sup> "Hoy 92 de cada 100 adultos mexicanos saben leer y escribir", *Excélsior*, 13 de diciembre de 1986; "Reconocimiento de la UNESCO al gobierno mexicano por los resultados de programas de alfabetización", *Unomásuno*, 9 de septiembre de 1987; "Descendió el analfabetismo a 7.6 por ciento", *Unomásuno*, 27 de marzo de 1987.

<sup>13</sup> Respuesta al festival del donador altruista de sangre, *Excélsior*, 14 de octubre de 1987.

<sup>14</sup> "Las campañas de vacunación han logrado reducir 35 por ciento las enfermedades infantiles", *Excélsior*, 12 de marzo de 1986; "El próximo sábado la segunda jornada de vacunación antipolio", *Excélsior*, 22 de marzo de 1986; "Serán inmunizados contra la polio más de doce millones de niños", *Excélsior*, 14 de enero de 1987; "Millón y medio de niños serán vacunados contra la polio en el DF", *Excélsior*, 21 de enero de 1987; "Aplicarán hoy a 12 millones de infantes la vacuna antipolio", *Excélsior*, 24 de enero de 1987; "Se inmunizó contra la polio a 12 millones de infantes", *Excélsior*, 25 de enero de 1987; "Aplicó la armada 75 mil dosis de vacuna antipolio", *Excélsior*, 29 de enero de 1987; "Vacunados más de 10 millones de niños contra difteria y tosferina", *Excélsior*, 23 de mayo de 1987; "Del 26 al 30, vacunas contra el sarampión: SSA", *Unomásuno*, 20 de octubre de 1987.

nos sectores de la clase popular sepan cómo invertir sus ahorros en diversos instrumentos de capitalización, como son plazos bancarios a una semana, un mes, tres meses, seis meses, dólares, renta variable, papel comercial, petrobonos, acciones de empresas, Udis, Afores, entre otros. En los mismos términos, los *spots* colectivos sobre actualización del régimen civil de las personas transmitidos de 1984 a 1985, consiguieron abarrotar los Registros Civiles del país para regularizar las uniones libres de las parejas y registrar oficialmente a sus hijos. En idéntico sentido, la repetición publicitaria a través de la televisión creó en las ciudades, desde hace quince años a la fecha, una cultura de uso de la toalla sanitaria en las mujeres urbanas y que también ya empieza a surgir en el campo con marcada claridad.

En idéntico sentido, se logró que los ciudadanos hicieran valer más sus derechos como compradores mediante la educación televisiva que ha proporcionado el Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del mismo en los últimos doce años.<sup>15</sup> De igual forma, mediante las promociones deportivas electrónicas se alcanzó que más de 80 mil pedalistas participaran, en 1987, en el Paseo Ciclista de la Constitución, 15 mil atletas asistieran a la Sexagésima Tercera Carrera de la Constitución en el DF y cuatro mil deportistas estuvieran presentes en el IV Maratón Deportivo Guadalajara.<sup>16</sup>

También a partir de la difusión de la propaganda audiovisual sobre la prevención de los accidentes de trabajo y la capacitación de aproximadamente un millón de funcionarios públicos por el Instituto Mexicano del Seguro Social, se obtuvo, en 1987, que los percances de trabajo en las empresas se redujeran 57 por ciento.<sup>17</sup> De la misma forma, a través del incremento de las campañas publicitarias en 80 por ciento en prensa, 110 por ciento en revistas, 85 por ciento en radio y 200 por ciento en televisión, la iniciativa privada pudo sostener la demanda de consumo de la población en ciertos renglones excepto el sector textil, zapatero y automotriz que fueron afectadas drásticamente por la crisis económica de 1987.<sup>18</sup> Asimismo, mediante la promoción televisiva y la preparación de 450 mil promotores del voto por parte de la Federación de Trabajadores al Servicio del Estado se logró que, en ese mismo año, el 85 por ciento de los ciudadanos en edad de votar se registraran voluntariamente en el Padrón Electoral para participar en las elecciones presidenciales de 1988.<sup>19</sup>

Otro caso sumamente meritorio de persuasión y movilización de la sociedad mexicana ocurrió ante los terremotos de 1985, donde a través de la televisión y otros medios de comunicación, el conjunto social se sensibilizó de la magnitud de la tragedia ocurrida y logró vincular las urgentes demandas de socorro con los ofrecimientos de ayuda voluntaria de los ciudadanos, creando un movimiento de solidaridad civil que no se había presenciado en las últimas cinco décadas.<sup>20</sup>

Mediante otras acciones reeducativas y persuasivas los medios electrónicos nos han reeducado cotidianamente para modificar varias rutinas de nuestra vida. Por ejemplo, nos han orientado para sustituir en nuestro registro de domicilio la colonia, por el código postal. Para agregar al número telefónico otra cifra cabezal por zonas cuando la cifra haya rebasado

<sup>15</sup> "Cada vez más consumidores hacen valer sus derechos: Pliego Montes", *Excélsior*, 11 de febrero de 1987.

<sup>16</sup> "Al maratón de Guadalajara 4 000 corredores", *Excélsior*, 4 de febrero de 1987; "15 000 atletas en la carrera de la Constitución", *Excélsior*, 8 de febrero de 1987; "El paseo ciclista, un freno a la contaminación", *Excélsior*, 5 de junio de 1987.

<sup>17</sup> "Bajaron los accidentes laborales en 57 por ciento: IMSS", *Excélsior*, 10 de febrero de 1987.

<sup>18</sup> "Reconoció MMH el apoyo publicitario a las campañas del sector público", *Excélsior*, 29 de septiembre de 1987.

<sup>19</sup> "Está preparando el FSTSE a 450 000 promotores del voto", *Excélsior*, 2 de julio de 1987.

<sup>20</sup> Javier Esteinou Madrid, "La reconstrucción y los medios de comunicación", en *El Búbo*, núm. 15, suplemento cultural de *Excélsior*, 22 de diciembre de 1985 y Javier Esteinou Madrid, "Televisión y memoria social" (dos partes), en *El Búbo*, núms. 35 y 36, *Excélsior*, 11 y 18 de mayo de 1986.

los seis dígitos. Para aceptar que se coloquen las nuevas instalaciones en nuestro hogar con el fin de permitir el cambio de voltaje de 120 a 110 voltios. Para cambiar las placas de automóviles al nuevo sistema de referencia de placas permanentes. Para pagar los impuestos de las personas físicas y morales en las fechas indicadas. Para obtener nuestras nuevas credenciales de elector, etcétera.

Por otro lado, en un sentido negativo presenciamos cómo la acción de los medios de comunicación masiva ha propiciado a lo largo de los años un permanente ciclo consumista que ha provocado el desperdicio de gran parte de la energía de nuestra sociedad. A través de las imágenes que diariamente se difunden, constatamos cómo la televisión reconstruye en la pantalla otro país que no corresponde al “México Profundo”. De igual forma, mediante los valores televisivos que se proyectan, observamos cómo los medios electrónicos han generado un fuerte corrimiento de la frontera ideológica nacional que ha propiciado la desmedida admiración por el estilo de vida y éxito estadounidenses, y el rechazo a los valores netamente locales, etcétera.

En este sentido, encontramos en las últimas décadas que la televisión y otros medios de información electrónicos han producido una severa agresión espiritual en nuestra sociedad, pues han impuesto gradualmente sobre la conciencia del país otro proyecto cultural distinto al de nuestras bases psíquicas milenarias. En este sentido, podemos decir que el Estado está profundamente extraviado en su proyecto cultural, pues ha permitido la construcción de un programa mental, que por conducto de los medios electrónicos está formando generaciones de hombres enanos, ya que nos ha hecho creer que lo importante en la vida son los valores intrascendentes de la frivolidad y el consumo; y no los principios del reconocimiento, la autoestima, la aceptación del otro y el crecimiento personal. La televisión ha colocado el éxito del individuo en la capacidad que tiene para adquirir y acumular bienes, y no en la facultad para desarrollar su interior y aumentar su capacidad de amar.

Por todo lo anterior, no obstante que en la actualidad contamos con una mayor cantidad de recursos tecnológico-comunicativos, sabemos cada vez menos de nosotros como comunidad, como país y como seres humanos, y aceleradamente estamos perdiendo nuestra identidad nacional. Hoy, la televisión mexicana reproduce a colores una nueva visión de los vencidos. Esto significa que la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo a la red de los medios de comunicación de masas. Por esto, la verdadera dirección ideológica de nuestra sociedad ya no se construye cotidianamente desde el aula u otras instituciones culturales, sino desde los canales colectivos de información, y en particular desde el aparato televisivo.

De esta forma, el modelo mental que los medios han impuesto, ha acelerado el rompimiento de la relación trigeracional que se establecía entre hijos-padres-abuelos, principal sostén psíquico de este país en los últimos 400 años. Así, en menos de una generación, en nuestras conciencias se han borrado los valores nacionales y se ha sembrado masivamente la cosmovisión transnacional estadounidense, al grado de que hoy podemos decir, como lo señala Carlos Monsiváis, que en el territorio mexicano ya nació la primera generación de estadounidenses. Como República hemos perdido la memoria de nuestro proceso histórico nacional y, en menos de cuatro decenios, hemos adquirido la memoria de lo multinacional.

Todo lo anterior se confirma cuando observamos que los niños mayores de seis años conocen más la información televisiva que la transmitida en la escuela primaria. Por ejemplo, en el terreno de la realidad nacional el 77 por ciento de los pequeños retienen más frases como “La chispa de la vida” o “Recuérdame” y sólo el 49 por ciento conserva otras como “¡Viva la Independencia!”, “La solución somos todos”. De igual manera, mientras que casi la totalidad de los niños (92 por ciento) retiene la imagen del “Gansito Marinela”, menos de dos terceras partes (64 por ciento) identifica la Columna de nuestra Independencia o al cura Hidalgo. El

63 por ciento de la población infantil asocia fácilmente el tema de la tarjeta de crédito "Carnet" y sólo el 43 por ciento reconoce la frase "El respeto al derecho ajeno es la paz". En resumen, observamos que de cada diez personajes que los niños identifican, sólo tres son de la historia de México.

En ese campo, el 67 por ciento de los niños identifican los días y horarios en que se transmiten sus programas favoritos de televisión, mientras que sólo el 19 por ciento enuncia las fechas en que ocurrieron los acontecimientos más significativos de la historia nacional. Los super héroes de la televisión como "La mujer maravilla", son más conocidos por los pequeños (98 por ciento) que los héroes de la Revolución Mexicana (33 por ciento). "El Chapulín Colorado" es más evocado por los infantes (96 por ciento) que los Niños Héroes de Chapultepec (82 por ciento). "Supermán" está más presente en la mente de los pequeños (97 por ciento) que Benito Juárez.

En materia religiosa, no obstante que nuestra sociedad es acentuadamente católica, más de la mitad de los niños (56 por ciento) conoce el día en que se transmitía "Hogar dulce hogar", mientras que sólo el 86 por ciento recuerda el día en que se celebra la Navidad. Mientras el 55 por ciento de los niños puede decir qué día se difundía el programa "Mis huéspedes", sólo el 32 por ciento sabe la fecha en que se celebra la fiesta de la Virgen de Guadalupe. Los pequeños identifican mejor el logotipo de "Sabritas" (86 por ciento) que una hostia (46 por ciento).

En el área cívica, el 87 por ciento de los infantes conoce los días en que se transmiten los programas cómicos y sólo el 13 por ciento sabe la fecha en que toma posesión el presidente de la República. Sólo el 8 por ciento conoce la fecha en que el primer mandatario rinde su informe anual, mientras que el 61 por ciento sí puede decir el día y la hora en que aparecen las series fantásticas. El 83 por ciento de los niños identifica el logotipo de los pastelitos rellenos y sólo el 63 por ciento conoce el Calendario Azteca. Mientras que el 81 por ciento de los pequeños evoca el logotipo de los productos "Marinela", sólo el 66 por ciento identifica el escudo nacional. Las tres cuartas partes (77 por ciento) de los niños identifican la imagen de Chicles Adams y menos de una quinta parte (17 por ciento) reconoce el Monumento a la Revolución. Finalmente, el logotipo de los chocolates "Carlos V" es más reconocido (77 por ciento) que el Monumento del Ángel o la columna de la Independencia (40 por ciento).<sup>21</sup>

Si éstos son sólo algunos de los rasgos del retroceso de la identidad nacional que se experimenta en nuestro país, especialmente, en los niños, nos preguntamos ¿Por qué la televisión se esfuerza diariamente en concentrar mayoritariamente la energía mental de la nación a través de sus horarios triple A (7 a 10 de la noche) en hacer propaganda de cigarros, brandys, rones, "alimentos chatarra", perfumes, etcétera, y no en fortalecer nuestras bases de reconocimiento e integración cultural como nación y comunidades humanas?

Por otra parte, si, por ejemplo, sabemos que cada niño que nace en México trae un compromiso heredado de más de 750 millones de pesos por concepto de deuda externa. Si cada vez más son los pequeños que intentan cruzar el río Bravo para trabajar como braceros en Estados Unidos. Si existen más de dos millones de chicos que piden limosna en las calles del país. Si la crisis económica ha obligado a que padre y madre trabajen y nuestros niños cada vez son más amamantados por la televisión. Si el 78 por ciento de las criaturas menores de cuatro años no alcanzan la estatura y el peso normales debido a la desnutrición. Si antes de cumplir los cinco años, muere el 10 por ciento de la población infantil. Si el

<sup>21</sup> "La televisión y los niños. Conocimiento de la realidad televisiva *versus* conocimiento de la realidad nacional", en *Cuadernos del Consumidor*. México, Instituto Nacional del Consumidor, noviembre de 1982.

síndrome del niño golpeado ha aumentado un 30 por ciento en los últimos dos años. Si éste es el cuadro de vida de una gran mayoría de la niñez mexicana, cabe preguntar ¿Por qué el proyecto de televisión dirigido a los infantes concentra su atención prioritariamente en las “televacaciones”, las caricaturas agresivas, los programas de concursos infantiles, los comerciales para favorecer el consumismo y otras fantasías extranjeras, y no en impulsar el desarrollo humano de los pequeños?<sup>22</sup>

Incluso, este panorama se está agravando más por la apertura indiscriminada de nuestra sociedad al proceso de globalización e internacionalización mundial con el ingreso de México al GATT y su incorporación al Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá.

### **Comunicación de masas, políticas culturales y pérdida de la gobernabilidad nacional**

Las implicaciones de la existencia y actuación del moderno Estado ampliado mexicano a través de los canales de información colectivos en nuestra sociedad, no sólo abarcan la transformación de la estructura del Estado, sino que también representa en los últimos setenta años la generación de un silencioso cambio drástico en la correlación de fuerzas y modelos culturales que han delineado el proyecto ideológico del país. Esto ha sido posible debido a la rápida y fuerte acción de nuevos grupos de poder en la esfera cultural por medio de los medios de comunicación: el sector mercantil-privado y el sector transnacional.

Sin embargo, aunque han sido muchos los fenómenos ideológico-sociales que se han generado por la acción *massmediática* de los medios de difusión sobre nuestra estructura cultural, desde el punto de vista del fortalecimiento de nuestra identidad nacional y de la maduración de la soberanía del Estado, podemos decir que el desempeño de los canales de comunicación colectivos han causado más retrocesos culturales que avances. Así, las fracciones monopólicas privadas nacionales y supranacionales en poco tiempo han propiciado un cambio mental radical y han construido e internalizado en la conciencia de la población, especialmente infantil y juvenil, otro proyecto cultural de vida, de éxito, de placer, de felicidad, de moral, de historia y de existencia, diferente al que por decenios ha planteado la sociedad y el Estado mexicano tradicional.

De esta manera, la capacidad de educación y de dirección de la sociedad mexicana que el Estado ganó a través de las armas durante la Revolución de 1910, hoy se ha perdido aceleradamente por no aplicar una dirección cultural sobre los medios electrónicos de comunicación. En otras palabras: el espíritu, la utopía y la visión del hombre que creó el movimiento insurgente de principios de siglo rápidamente se perdió, por una parte, por la oficialización que el Partido Revolucionario Institucional (PRI) hizo de este movimiento; y por otra, porque el proceso de industrialización surgido en el país desde 1920 creó, primero a través de la radio y después de la televisión, una esperanza

<sup>22</sup> “Usos comerciales de la televisión infantil”, *Unomásuno*, 9 de enero de 1988; “Diario 5 denuncias de maltrato de menores en Chihuahua: Miranda G.”, *Excélsior*, 29 de octubre de 1992; “En 6 meses el DIF recibió 119 denuncias por maltrato infantil”, *El Financiero*, 13 de septiembre de 1993; “Es inexistente en México una política que contemple a los niños. Ni siquiera ha sido planteada”, *Unomásuno*, 27 de octubre de 1993. Simplemente en la ciudad de León, Guanajuato, los casos de “violencia interfamiliar”—maltrato a los hijos, la mujer y el anciano—aumentó tanto que en 1993 se presentaron 30 denuncias mensuales en promedio y en 1992 el Ministerio Público registró 203 denuncias por raptos, secuestros y tráfico de menores. “Creciente violencia intrafamiliar se registra en León: S. Alcántara”, *Excélsior*, 22 de febrero de 1993.

denominada “sociedad de consumo” que con el tiempo se ha convertido en la religión moderna, particularmente en las ciudades.<sup>23</sup>

Por este motivo, el Estado al permitir que los medios de comunicación fueran dirigidos desde su origen por los fenicios de las ondas hertzianas y al conceder que éstos se desarrollaran con una autonomía ideológica casi absoluta sobre los intereses y necesidades de la sociedad, autorizó al mismo tiempo que se perdiera nuestro proyecto cultural, que es el único respaldo que le sirve de base para gobernar como Estado nación. Esto debido, a que la intencionalidad marcadamente mercantilista de los medios de comunicación ha corrido y anulado con gran rapidez la frontera ideológica del país, que es nuestro principal dique mental para sobrevivir como nación autónoma frente al mundo externo en vertiginoso proceso de globalización e internacionalización. Así, hoy en cinco décadas hemos adquirido a través de los medios de información masivos otra forma de ver al ser humano, al mundo, al universo y a la vida; sin ser éstas las bases culturales estratégicas que requiere nuestra sociedad para avanzar y crecer.

En este sentido, debido a la desnacionalización mental que en los últimos decenios han realizado los medios electrónicos, especialmente la televisión, en la actualidad se puede afirmar que la crisis cultural es más profunda y grave que el colapso económico que vive nuestra sociedad,<sup>24</sup> pues no obstante que en el presente el país cuenta con una cantidad superior de recursos informativos, hoy, desde los medios de comunicación electrónicos sabemos, cada vez menos, de nosotros como República y como seres humanos, y por consiguiente, poseemos menos identidad e integración nacional. La interrupción y pérdida de nuestro proyecto cultural se ha dado en forma sumamente amplia, pues abarca no sólo la cancelación social de la vinculación con nuestra memoria étnica e histórica, sino también con la relación con los seres humanos, la ecología y el universo.

Así, presenciamos que la sociedad mexicana ha entrado en la fase de ruptura con nuestro pasado histórico, con nuestra vinculación armónica con el medio ambiente, con la conservación de nuestro patrimonio artístico y arqueológico, con la convivencia con las especies animales, con los espacios sagrados, con el campo para producir los alimentos que requiere nuestra sobrevivencia, con la base de conocimientos educativos y científicos que exige la competitividad mundial, con el acercamiento entre los seres humanos, con la tradición religiosa, etcétera. Esta pérdida cada día más acelerada de nuestro proyecto cultural ha creado las mejores condiciones para nuestra devastación como nación en todos los órdenes.

Sobre esta perspectiva, así como podemos decir que por la severa crisis económica que hemos experimentado en los últimos tiempos, México ha perdido, en los años ochentas y noventas, dos décadas de crecimiento económico,<sup>25</sup> de igual forma podemos afirmar que por el abandono del proyecto cultural de la República es necesario expresar que nuestro país ha perdido treinta años de desarrollo cerebral. O lo que es lo mismo, México ha desperdiciado tres generaciones de pensamiento y de autoestima colectiva, pues las bases mentales sembradas hace cuatro décadas ya no existen en el centro de nuestra conciencia y las nuevas que tendrían que haberse producido para enfrentar la drástica realidad de descomposición nacional

<sup>23</sup> El término religión lo empleamos en el sentido de Erich Fromm, “no referido a un sistema que necesariamente se relaciona con el concepto de dios o de los ídolos, ni como un sistema percibido como religión, sino a cualquier sistema de pensamiento y acción compartido por un grupo que ofrece al individuo un marco de orientación y un objeto de devoción”. Erich Fromm, *Ser o Tener*. México, FCE, 1987, p. 32.

<sup>24</sup> “¿México en los umbrales de una profunda reordenación cultural?”, en *El Búbo*, 23 de octubre de 1988; “En México la crisis no es sólo económica sino también cultural”, *Unomásuno*, 11 de febrero de 1989.

<sup>25</sup> Para ampliar este punto consultar “Evitar una generación perdida”, *Excélsior*, 5 de octubre de 1988; “Década perdida”, *Excélsior*, 31 de octubre de 1988.

que nos ha devastado, no se generaron. Éstas fueron sustituidas por las ideologías parasitarias del consumismo y la modernidad de plástico que inculcaron las industrias culturales globalizadas para catalizar su proyecto de acumulación de capital a escala planetaria.

Por lo mismo, en la actualidad, podemos afirmar que en el terreno cultural, en el mejor de los casos, el Estado vive a la defensiva pues no va a la vanguardia de la formación de las creencias, valores y conductas que necesitamos para desarrollarnos; sino que cuando más, marginalmente, sólo intenta, de manera deficiente, conservar el patrimonio mental que se posee. Por ello, hoy día somos una nación con un cuerpo social disociado, pues mientras nuestras necesidades de desarrollo cada vez son más agudas y lacerantes, nuestra cultura colectiva producida por los medios de difusión es progresivamente más transnacional, y por consiguiente, más ajena de nuestros requerimientos locales de crecimiento apremiantes.

En este sentido, se puede pensar que el Estado mexicano moderno ha entrado en una fase de anemia cultural pues desde hace varias décadas ha dado muestras recurrentes de que está incapacitado para crear los soportes de valores, normas y conductas culturales colectivas que requiere para gobernar a la nación mexicana de finales de milenio. De esta manera, al casi finalizar el siglo XX podemos decir que los medios electrónicos de comunicación, y en especial la televisión, están reproduciendo a colores en nuestra sociedad una nueva versión globalizada de "los Vencedores", que prepara el clima psíquico para la instauración de otro proyecto de desarrollo ajeno a nuestras necesidades más elementales de crecimiento.

Esta doble mentalidad es la que "ha creado la actual física de nuestras almas, contra lo que es indispensable que se revele la moral del nuevo Tercer Milenio que está próximo a iniciarse si queremos constituir un hombre que sea, si no más feliz, por lo menos sí más digno del que ha habitado los seis o siete milenios anteriores".<sup>26</sup>

Dicha realidad significa que aunque el aparato escolar del país no haya anulado su acción, en la actualidad la principal fuerza educativa que guía a nuestra sociedad ha sido desplazada del tradicional sistema educativo y cultural a la red de los medios de comunicación de masas, especialmente electrónicos. De esta forma, hoy día, la verdadera dirección ideológica de nuestra República, fundamentalmente, ya no se construye desde el aula y otros centros culturales; sino desde los canales de información colectivos, y en particular, desde la televisión.

Por ello, aunque nuestro Estado mexicano cada día se esfuerza por consolidarse en el terreno de las relaciones económicas, culturales, políticas, ecológicas, laborales, productivas y diplomáticas; en realidad, en última instancia, cada vez más, es menos Estado, porque ha perdido la capacidad de conducción ético-moral de nuestra sociedad. Es decir, por renunciar a su obligación medular de orientar y planificar el uso de los medios de comunicación electrónicos en favor del desarrollo del país y permitir su funcionamiento con base en las leyes mercantiles de la acumulación de capital; el Estado abdicó de los medios de información colectivos como su principal recurso educativo y moral para crear otra conciencia de desarrollo nacional, y delegó la dirección de éstos a la dinámica moderna de la "Mano Invisible del Mercado" para propiciar la concentración de capital a escala megatransnacional.

En este sentido, en términos culturales, el sector privado del país controlador de los medios de comunicación, cada día más es el verdadero Estado mexicano y el Estado jurídico formal, progresivamente, es menos rector nacional. Por ello, en las últimas décadas las corporaciones comerciales de medios de comunicación y las agencias de mercadotecnia y publicidad han sido las verdaderas Secretarías de Estado que han producido el principal intelecto, la emoción y

<sup>26</sup> "Creación renacentista del individuo", *Excélsior*, 1 de marzo de 1989.

el espíritu colectivo que ha cohesionado al país y no el débil aparato cultural de gobierno. Desde esta perspectiva, podemos afirmar que al final del siglo XX el auténtico ministerio de orientación mental de la República ya no es la Secretaría de Educación Pública (SEP), sino Televisa y las modernas empresas de comunicación que han surgido. Ello debido al enorme poder psíquico-espiritual que han alcanzado sobre el proceso de formación de la conciencia de la mayoría de la población nacional, al lograr, cada vez más, que los espectadores conozcan cotidianamente la realidad nacional y local desde las multicolores ventanas virtuales que abren los consorcios electrónicos.

De esta manera, podemos pensar que el proyecto cultural del Estado por medio de los canales de información masivos ha surgido de un

sistema cuya meta es simplemente la supervivencia y no la fidelidad a un proyecto original del país. Hoy éste subsiste a base de lograr en el tiempo el menor desgaste posible; pero al fin y al cabo, con erosión. Siguiendo esta tendencia sabemos que se puede sobrevivir cincuenta, sesenta o setenta años, pero cada vez en peores condiciones. Más precariamente, más famélico. Esta realidad se ve clara y se ha convertido en consenso hasta dentro del propio sistema, mientras no se regrese al proyecto originario de 1910 y 1917.<sup>27</sup>

En este sentido, es posible afirmar que al descuidar el proyecto mental de la nación y permitir a través de los medios electrónicos la construcción de otro antagónico a las necesidades de nuestro desarrollo:

el Estado mexicano está peleando en reversa y todo el que combate así siempre pierde terreno, le cede espacio al enemigo. Por eso es que el Estado ya perdió estatura y eficacia y se encuentra muy endeble para enfrentar masivamente este poder devastador sobre nuestra conciencia colectiva, y poco a poco el adversario le pedirá más y más, hasta que, finalmente, le intime a la rendición. De eso se trata, ni más ni menos, ese es el proyecto de la contrarrevolución en este país.<sup>28</sup>

Por lo anterior, podemos decir que mientras los esfuerzos administrativos, financieros, organizativos, políticos del Estado intentan sacar a flote algunas áreas de nuestro modelo de desarrollo, la liberalización progresiva de los medios de comunicación a las fuerzas del mercado provoca que este nuevamente se hunda. Es más, podemos decir que mediante las políticas de programación de los medios electrónicos, cada vez más, se abre un mayor boquete de penetración foránea en la cultura mexicana; y por consiguiente, crecientemente se vulnera la soberanía y seguridad nacional.

Es por ello que al terminar el siglo XX en este contexto “globalizador” y “modernizador” de transformación profunda de nuestra República, hoy es “Razón de Estado” que el gobierno y la sociedad civil abran constantes espacios democráticos de análisis y reflexión acerca del papel y el impacto que están provocando los medios de comunicación, sobre nuestra cultura; pues cada vez son más una fuerza superior autónoma que influye anárquicamente en la reproducción estructural cotidiana de la cultura y los comportamientos de nuestra nación. De aquí, la enorme importancia de reflexionar sobre la situación normativa que experimentan los medios de comunicación, particularmente los electrónicos, en la sociedad mexicana.

<sup>27</sup> “El Estado pelea en reversa: Buendía en 1982”, *Excélsior*, 31 de junio de 1989.

<sup>28</sup> *Idem*.

## La Secretaría de Gobernación y el retroceso histórico en la orientación de los medios de comunicación masiva

A partir de la inmensa revolución tecnológica que han experimentado los medios de comunicación en México, se han convertido en las instituciones más estratégicas de toda la esfera mental para la construcción de los procesos de hegemonía nacional. Sin embargo, pese a la importancia vertebral que ha alcanzado la acción cultural de los canales de difusión masivos en nuestra nación, particularmente, radio y televisión; en términos legales su operación ha quedado enormemente descuidada por el Estado y la sociedad civil. Así, observamos que durante varias décadas han abandonado su comportamiento a un funcionamiento, por un lado autocrático, espontáneo e incluso caprichoso de los intereses de los grandes propietarios que los operan; y por otro, a la dinámica de los voraces principios del mercado, sin una cuidadosa legislación actualizada que normatice dicha operación.

De esta manera, las instituciones socializadoras más importantes de toda la estructura cultural del país para la formación, organización y movilización de las conciencias nacionales, han funcionado durante varias décadas en grandes vacíos jurídicos viciados que han propiciado la realización de todo tipo de abusos, violaciones y deformaciones culturales, económicas, políticas, sociales, informativas y espirituales desde los medios de comunicación electrónicos.

Cuando más, con objeto de dar un mínimo de dirección cultural, el Estado ha delimitado una normatividad formal y general para la operación de estos medios donde participan, en mayor o menor medida, muchos órganos de gobierno, especialmente la Secretaría de Gobernación, pero sin actualizarla a los grandes desafíos tecnológicos, políticos y sociales de finales del siglo XX. Este abandono legal ha debilitado o anulado en gran porcentaje los derechos del auditorio en el terreno comunicativo y ha cancelado la participación de los grandes grupos sociales en las tareas de construcción de la conciencia colectiva del país, por conducto de los medios de difusión masivos.

Por ejemplo, pese a que la radio empezó a funcionar desde la década de los años treinta y la televisión desde los años cincuenta, la Ley Federal de Radio y Televisión se aplica hasta el 19 de enero de 1960 con el gobierno del presidente Adolfo López Mateos. De igual forma, el reglamento de esa ley y de la de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las Transmisiones en radio y televisión, se aplican hasta el 4 de abril de 1973. Incluso, después de la edición de dichas leyes, en los treinta y seis años siguientes, sólo se han realizado cinco mínimas y marginales modificaciones que son las referentes a los siguientes periodos:

1. La del 31 de diciembre de 1969, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 27 de enero de 1970.
2. La del 28 de diciembre de 1974, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 31 de diciembre de 1974.
3. La del 4 de noviembre de 1980, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 10 de noviembre de 1980.
4. La del 11 de enero de 1982, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 12 de enero de 1982.
5. La del 29 de diciembre de 1985, publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 13 de enero de 1986.

En este sentido, podemos decir que el Estado, al no considerar los principales diagnósticos y propuestas que durante décadas ha presentado el despertar del sector civil para transformar la esfera pública de la conciencia nacional por medio de la modificación jurídica de los medios de comunicación colectivos, el Estado no renovó su proyecto de comunicación para enfrentar los desafíos elementales de la sociedad mexicana de finales del siglo XX. Con ello, al concluir el milenio el Estado mexicano moderno cuenta con menos bases de representatividad social, y en consecuencia, es cada vez menos rector nacional en el campo de la moral colectiva, acelerando con ello su debilidad y descomposición estructural.

Ante este horizonte de cerrazón estatal para la democratización informativa, nos enfrentamos al delicado panorama político en el que los movimientos sociales en emergencia continuarán creando sus propios procesos de comunicación colectivos, que derivarán, tarde o temprano, en la construcción un nuevo Estado ampliado paralelo al oficial, con el consecuente acrecentamiento de nuestra crisis de hegemonía nacional. Ejemplo, el Frente Zapatista de Liberación Nacional (FZLN), el Ejército Popular Revolucionario (EPR) y otros grupos más en emergencia política.

El conjunto de estos indicadores políticos reflejan que al terminar la década de los años noventas la sociedad mexicana concluye el siglo y comienza el próximo tercer milenio, afectada por dos grandes fenómenos comunicativo-culturales de masas.

Por una parte, queda profundamente atravesada por un proyecto muy fuerte de cultura, comunicación, y espiritualidad colectiva frívola, conducido por las voraces fuerzas del mercado que fomentan la dinámica del “dejar hacer y dejar pasar cultural” a costa de los que sean y sin restricción alguna, y que es ampliamente protegido por las ideologías y los valores de plástico que ha introducido la modernidad con la anuencia de los gobiernos nacionales en turno. Dicho proyecto, basado en la lógica de la acumulación de capital a escala planetaria, promueve intensamente la expansión de la “cultura de la muerte” que está cimentando silenciosamente el nuevo derrumbe de nuestro país.

Por otra parte, el cerebro de la sociedad mexicana queda debilitado grandemente por la ausencia de un proyecto orgánico de transformación y uso democrático de los medios de comunicación para el desarrollo equilibrado de la nación y sin sólidas fuerzas o frentes sociales reales que permitan su surgimiento.

Ante este cerrado horizonte cultural del país, en vísperas del siglo XXI, no debemos caer en las fugas psíquicas que generan los discursos demagógicos o las ilusiones de los partidos políticos que plantean constantes lluvias de promesas para reducir nuestra angustia ciudadana al no ver realizados cambios profundos en el panorama de la comunicación nacional. Es por ello, que sin depresiones, sin desánimos y sin desesperanzas colectivas, debemos ser rigurosamente objetivos para aceptar con toda claridad que históricamente como sociedad terminamos el presente siglo en la escala de casi cero para cambiar las estructuras de comunicación masivas nacionales; y desde esta cruda perspectiva política iniciar con una gran voluntad optimista la creación en el país de las bases de la sociedad de la comunicación y no de la “aldea de información” que exige el nuevo milenio para el desarrollo del hombre.

Hoy, es indispensable considerar que la edificación del nuevo Estado no se puede construir sobre la base de los viejos valores sociales decadentes, especialmente cuando fueron los que nos llevaron a la profunda crisis estructural que actualmente vivimos. En esta coyuntura de transición global de la nación es indispensable reconocer que el verdadero Estado moderno no surge de la realización de simples cambios administrativos, de las “aperturas políticas”, de las transformaciones tecnológicas, de la apertura a la inversión extranjera, del adelgazamiento gubernamental, de las modificaciones de la retórica oficial, entre otros, sino que, en última instancia, parte del cambio mental de la población. Cambio

que está en relación directa con la transformación y democratización de los grandes sistemas de comunicación colectivos.

Ello quiere decir, que las verdaderas bases del moderno Estado tienen que surgir de la profundidad y coherencia que posea su proyecto cultural y no de las simples respuestas coyunturales atrevidas que se pretendan implementar en el terreno económico y político. Por lo que es indispensable construir, a través de los canales de información masivos, nuevos valores que produzcan una nueva visión cotidiana sobre nuestras personas, nuestras vidas, nuestra nación, nuestra historia y sobre la misión del hombre en el planeta Tierra.

De aquí, la gran necesidad actual de que la Secretaría de Gobernación influya políticamente sobre el Congreso de la Unión para que se reglamente con mayor profundidad y perfeccionamiento la operación de dichos medios de comunicación, pues en última instancia no se está legislando sobre simples instituciones de esparcimiento o diversión; sino sobre un fenómeno central de transformación y ampliación del Estado, y por lo tanto, del esqueleto de la conciencia nacional.

LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN: ACCIÓN POLÍTICA  
DEL GOBIERNO MEXICANO,  
volumen III

*La política interior y la estabilidad de la nación*  
se terminó de imprimir en Talleres Gráficos de México,  
Canal del Norte núm. 80, colonia Felipe Pescador,  
CP 06280, México, DF, en mayo de 2000.

La edición en papel cultural de 90 g,  
al cuidado de la Dirección de Difusión,  
INEHRM, consta de mil ejemplares  
más sobrantes para  
reposición.