

92  
2 ej



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS  
Y SOCIALES

COMO SE CONSTRUYE UN LIDER. EL  
CASO DE LOS CANDIDATOS DEL PARTIDO  
REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL A LA  
PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA SU  
IMAGEN A TRAVES DE LA PRENSA  
ESCRITA (EXCELSIOR). SE CONSIDERA  
AL PRI DESDE SU FUNDACION EN 1929

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

RITA MORALES MARTINEZ

ASESOR: LIC. ARTURO RODRIGUEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA

FEBRERO 1996

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*La culminación de este esfuerzo no hubiera podido ser posible  
sin el apoyo de muchas personas, a todos ellos....*

*¡GRACIAS!*

***A mis padres:***

*Por su apoyo, confianza y su  
compañía. Es bueno contar con  
seres humanos como ustedes.*

***A Ani:***

*Porque sin tu apoyo este trabajo no  
hubiera podido ser realidad. Este  
también es tu esfuerzo.  
Gracias por ser un ser humano  
excepcional y por estar cerca de mí.*

***A Charly***

*Por ser un excelente hermanito y  
buen estudiante. Te quiero mucho.*

*A mis hermanos:*

*María Elena, Carmen, Laura,  
Pilar, Olga y Miguel. Por su  
confianza y apoyo.*

*A Jairo:*

*Por tu cariño, comprensión y  
cuidados. Son invaluable para mí.*

*Debo un agradecimiento especial a Arturo Rodríguez, por haber apoyado este esfuerzo en un momento difícil; porque más que un asesor fue un amigo.*

*Agradezco también a Moramay por la transcripción del trabajo; por todas las horas dedicadas a esta labor.*

*A Fe:*

*Gracias por tenerme siempre presente en sus oraciones.*

# INDICE

## INTRODUCCION

### CAPITULO I PROPAGANDA

1.1	Definición .....	4
1.2	Tipos de Propaganda .....	10
1.2.1	Electoral .....	10
1.2.2	Agitación .....	13
1.2.3	Cívica .....	14
1.2.4	Negra .....	15
1.2.5	De Guerra .....	16
1.2.6	De Integración .....	17
1.3	Antecedentes Históricos .....	22
1.4	Lenin y los Socialistas .....	24
1.5	Hitler y Goebbels, los Genios de la Propaganda .....	27
A)	Ministerio de Educación y Propaganda .....	29
B)	Departamento de Propaganda del Partido .....	30
C)	Prensa del Partido Nacional Socialista .....	33
D)	Cámara de Cultura del Reich .....	34
E)	Simbolismo de la Propaganda Nazi .....	35
F)	Los Principios Propagandísticos de Goebbels .....	38
G)	Psicología de Masas del Nazismo .....	40

## **CAPITULO II EL LIDER**

2.1	Concepciones Antiguas en torno al líder .....	46
2.2	Vertientes Sociológicas .....	49
2.2.1	Max Weber y el Carisma .....	49
2.2.2	Emile Durkheim, lo colectivo .....	52
2.3	Vertientes Psicológicas .....	54
2.3.1	Sigmund Freud .....	54
2.3.2	Teoría del Gran Hombre .....	55
2.3.3	Teoría de los Tiempos .....	56
2.3.4	Teoría de la Integración .....	56
2.4	Tipos de líderes .....	57
2.5	Cualidades del líder .....	60
2.6	Cómo crear un líder en la Propaganda .....	63

## **CAPITULO III EL PERIODICO**

3.1	Historia del Periodismo en México .....	70
3.1.1	La Prensa en el Porfiriato .....	77
3.1.2	La Prensa en la Revolución .....	81
3.1.3	Prensa Comercial .....	84
3.2	Prensa Vendida .....	90
3.3	Las cualidades del periódico como medio de comunicación .....	95
3.4	La importancia del periódico en la Propaganda .....	97
3.5	Excelsior .....	101

## **CAPITULO IV PRI**

4.1 Partido Nacional Revolucionario .....	114
Nace del poder	
4.2 Partido de la Revolución Mexicana .....	123
Crece en el poder	
4.3 Partido Revolucionario Institucional .....	131
Ahora la Revolución puede con razón institucional	
4.4 Los Presidentes del Partido Revolucionario .....	138

## **CAPITULO V LOS DESTAPES**

5.1 El Partido de la Revolución y sus candidatos .....	145	
5.2 Pascual Ortiz Rubio	4 de marzo de 1929 .....	148
5.3 Lázaro Cárdenas del Río	3 de diciembre de 1933 .....	149
5.4 Manuel Avila Camacho	3 de noviembre de 1939 .....	151
5.5 Miguel Alemán Valdés	20 de enero de 1946 .....	153
5.6 Adolfo Ruiz Cortinez	21 de septiembre de 1951 .....	156
5.7 Adolfo López Mateos	17 de noviembre de 1957 .....	159
5.8 Gustavo Díaz Ordaz	4 de noviembre de 1963 .....	163
5.9 Luis Echeverría Alvarez	22 de octubre de 1969 .....	167
5.10 José López Portillo	22 de septiembre de 1975 .....	172
5.11 Miguel de la Madrid Hurtado	25 de septiembre de 1981 .....	177
5.12 Carlos Salinas de Gortari	4 de octubre de 1987 .....	181
5.13 Luis Donaldo Colosio Murrieta	29 de noviembre de 1993 .....	187
5.14 Ernesto Zedillo Ponce de León	29 de marzo de 1994 .....	194

## **CAPITULO VI CONCLUSIONES .....**

210

## **BIBLIOGRAFIA .....**

215



## INTRODUCCIÓN

Me decidí a realizar esta investigación los días posteriores a la designación de Ernesto Zedillo, como candidato a la presidencia de la República. Llamaba mi atención como un hombre con pocas cualidades de liderazgo natural había sido convertido en el Gran Líder.

En ese mismo sentido, se enfocó la designación de Luis Donaldo Colosio, sólo que éste a raíz de su muerte quedó convertido en héroe de la democracia...

Esta similitud en el manejo de imagen me motivó a investigar los procedimientos que realiza el Partido Revolucionario Institucional (PRI) a nivel propagandístico (liderazgo), para dotar de cualidades a un candidato sin carisma.

Esa investigación se trasladó hasta el origen del partido en 1928. Su primer candidato, Pascual Ortiz Rubio, poseía, al igual que los actuales, pocas características de líder, pero en aquel entonces el apoyo que recibió del Jefe Máximo, Plutarco Elías Calles fue vital para ganar la elección.

Pero cuando se acabaron los Revolucionarios, el partido tuvo que hacer un mayor esfuerzo para apoyar la imagen de sus candidatos. Así ha convertido al estudiante graduado en el extranjero en el más patriota de los ciudadanos mexicanos. Ha convertido al funcionario de un sistema corrupto en el más honesto, y al joven sin problemas económicos, en un luchador constante. A 11 de su 13 candidatos les ha heredado por derecho propio el calificativo de REVOLUCIONARIO.

Para poder realizar este análisis fue preciso recurrir a la teoría de la propaganda (Capítulo I), y observar cómo funciona, sobre todo, la propaganda electoral. El candidato, dicen los investigadores, es parte medular de la campaña, de ahí el que se mejore su imagen para agradar a la población (cuando no se es líder).

Y al observar la propaganda elaborada por Lenin o por Goebbels; confirmamos aún más cual importante es contar con un gran hombre para dominar a la colectividad. Un movimiento social sin un hombre carismático tiende al fracaso, según los ejemplos históricos.

Confirmamos nuestra idea cuando al revisar la literatura correspondiente al liderazgo, escrita por filósofos, sociólogos, psicólogos y políticos, percibimos lo importante que es para una nación tener al frente a un líder natural.

Tristemente observamos como casi ninguno de los candidatos de PRI ha tenido cualidades naturales de liderazgo, en la mayoría de los casos fenómenos de presidencialismo que nada tienen que ver con movimientos de masas. Entonces, los propagandistas de tricolor trabajan para crearles una imagen de líder a sus candidatos. Imitando algunos ejemplos mundiales.

Este procedimiento se realiza durante los 15 días posteriores a la designación. En este lapso se difunden una serie de desplegados de apoyo en donde se le atribuyen cualidades al candidato. Estos calificativos se diseñan en el CEN del PRI y los sectores de encargan de difundirlos.

Sin embargo, al pasar el tiempo, los desplegados han tenido que ser reforzados por otros mecanismos en la creación de imagen a nivel mundial. Como son la biografía y los procedimientos testimoniales de personas allegadas a él.

Estos procedimientos utilizados son parte de la "construcción de imagen" (Cap I) a la que recurren los hombres sin cualidades de líder. Veremos entonces cuáles son los procedimientos de propaganda y liderazgo utilizando por el partido oficial para apoyar a sus candidatos (Cap V).

Para poder llegar a los resultados finales consideramos al análisis de contenido como una herramienta indispensable para el trabajo. Al contabilizar los calificativos otorgados a los candidatos, podemos inducir hacia donde va la imagen. Si el resultado es adjetivo de Revolucionario, entonces el partido intenta fijar la idea de un hombre con esas características. Sobre todo, porque se toman en cuenta las motivaciones y el aprendizaje temprano de los ciudadanos.

La biografía y los testimonios son también parte del manejo de la imagen y lo demostraremos en el contenido de la tesis.

En esta creación de imagen, el mejor medio a utilizar es el periódico dadas sus cualidades de canal de comunicación (fijación, permanencia, etc.) y su vinculación con el poder. REcurrimos a Excélsior, por ser uno de los medios más antiguos y por consiguiente el que ha cubierto todas las designaciones de los candidatos de PRI.

Presentamos; entonces una investigación que intenta explicar cómo se le puede fabricar una imagen a un líder y por que todos los candidatos del PRI (no se considera a Colosio y Zedillo) han tenido que ser llama de revolucionarios.

**CAPITULO I**  
**PROPAGANDA**

## 1.1.- DEFINICION

Definir a la propaganda de manera sistemática y casi enciclopédica es quizá el primer problema de esta investigación. Durante veinte siglos de historia investigadores, políticos y comunicadores no han podido establecer una declaración conjunta en torno al significado del término, lo utilizan sí, pero no coinciden aún en su acepción.

Tras efectuar una revisión bibliográfica de la literatura concerniente a la propaganda, podemos evidenciar que la palabra posee un sentido muy general y en algunas ocasiones hasta vago.

Los teóricos de este siglo definen a la propaganda como una actividad casi subliminal de manipulación, en la cual los receptores no advierten las intenciones de los creadores del mensaje.

Invariablemente se dice: el término propaganda proviene del latín propagare, que significa extender, propagar, difundir el conocimiento de una cosa.

Sin embargo, otros tantos creen encontrar el verdadero significado en el término acuñado por la iglesia en el siglo XVII. La palabra entonces se formaría de la conjunción: pro-paganos, es decir, en favor de los paganos. Así se definía la lucha para catequizar a éstos.

Uno de los fundadores de la investigación en comunicación política, Harold Laswell, afirmaba: "usamos el término propaganda para referimos únicamente al control de las opiniones por medio de símbolos, relatos, rumores, imágenes y otras formas de comunicación social." <sup>1</sup>

Esta es, una de las primeras definiciones en cuanto a la materia y, no la única. Laswell hizo contribuciones importantes que sentaron los cimientos de un nuevo estudio en comunicación y para los comunicólogos.

Años más tarde, Bartlett presenta su texto **La Propaganda Política** y da su aportación, sostiene: "la propaganda es un intento de influir en la opinión y conductas sin realizar por sí mismo la búsqueda de razones." <sup>2</sup>

Este significado omite a la comunicación y a los medios y señala solamente los objetivos de la actividad. En consecuencia se cataloga a la propaganda como un tema de la política y no de la comunicación.

Los textos subsecuentes en torno a la propaganda dejaron en esta época de ser parte de las investigaciones en comunicación y pasaron al tintero político.

Kimball Young, contribuyó en la descripción de la propaganda, pero desde el punto de vista psicológico, y en este sentido sostuvo: "la propaganda es el uso más o menos deliberado, planeado y sistemático de símbolos, principalmente con el propósito de controlar las opiniones y en último término las conductas" <sup>3</sup>

El escaso material que los comunicadores han aportado al estudio de la propaganda parece ser la principal causa de la desarticulación que impide concebir a ésta como una más de las ciencias de la comunicación.

En este mismo sentido se ubica el investigador nacional, Fabregat Cúneo; quien sostiene: "la propaganda debe verse como un instinto del hombre que trata de convencer a los demás y atraerlos al grupo". <sup>4</sup>

La noción, como podemos observar, es ya un tanto más amplia, aporta una premisa fundamental en el estudio de la propaganda y la ubica como un mecanismo de supervivencia. Sin embargo, tampoco la considera como un proceso de comunicación.

Y con un sentido más metafórico, Eulalio Ferrer agrega: "la propaganda es una palanca que orienta, persuade y dirige, que ablanda o modifica actitudes, que influye o cambia opiniones". <sup>5</sup>

Finalmente, no podríamos soslayar las contribuciones de Edmundo González Llaca, uno de los pocos investigadores en el campo. El ve a la propaganda como "un conjunto de métodos y técnicas basadas principalmente en áreas sociales como la psicología, la sociología y la antropología, que tiende a influir a un grupo humano con la intención de que adopte la mentalidad política del grupo". <sup>6</sup>

De esta podemos concluir: Un método suele catalogarse como un conjunto de pasos a seguir para llegar a un objetivo final y una técnica es un instrumento que nos permite llegar a ese mismo camino. Es decir, en estos términos, la propaganda sería simplemente un conjunto de pasos a seguir para llegar a una meta, para esto se basa de diversas áreas sociales.

La pregunta más obvia señalaría: ¿dónde queda la comunicación como proceso y dónde los medios que apoyan la campaña?

Ninguna de las definiciones considera a la propaganda como una ciencia, sólo como una actividad, pero ni siquiera como un evento comunicacional.

Al respecto y para abundar más en torno a esto señalaremos los comentarios del escritor inglés Talbot Mundy, (273 a.c.) quien sostiene que los orígenes de la propaganda se encuentran en la leyenda de los Nueve Desconocidos. En su primer libro dice: **"de todas las ciencias, la más peligrosa es la del control del pensamiento de las multitudes, pues es la que permite gobernar al mundo".**<sup>7</sup>

Esa ciencia es por sus fines y sus metas, evidentemente, la **propaganda**.

La antigüedad helénica agotó el arte de persuadir y sugerir. Los sofistas griegos se dieron el lujo hasta de abrir escuelas para enseñar esta ciencia que permitía conquistar posiciones. Los Delfos tuvieron grandes alumnos, todos maestros en el arte de la persuasión.

Uno de los más importantes filósofos griegos como lo fue Platón, dedicó también algunos libros a la materia; **La República, Georgias y el Sofista**, son algunos ejemplos de la importancia que él daba al arte de persuadir.

Aristóteles aporta su famosa obra **La Retórica**. Ahí define al estudio de la comunicación retórica como la búsqueda de todos los medios de persuasión a nuestro alcance para influir a los demás. Decía: "la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, son los intentos del orador por homologar opiniones".<sup>8</sup>

Como ya se percibe, cuando se habla de propaganda no sólo es el hecho de difundir o extender una parte del conocimiento, sino lleva consigo la tarea de persuadir, influir y en último caso de cambiar opiniones y conductas.

Para lograr esos objetivos la propaganda se vale de todos los medios de comunicación que estén a su alcance y de todas las tácticas posibles para llegar a la meta.

Estos puntos son los ejes básicos en donde giran las definiciones en torno al tema, pero entre la vaguedad de conceptos, aún queda por identificar, qué es en realidad la propaganda, es una ciencia es un método, es una palabra o es un proceso de comunicación.

Ya con anterioridad habíamos negado cualquier posibilidad de catalogar a la propaganda como un simple método o una técnica, veamos si puede concebirse como un proceso de comunicación.

En su libro *El Proceso de la Comunicación*, David K. Berlo, señala que un proceso es un fenómeno continuo, en constantes modificaciones a través del tiempo, es decir, no es estático y no descansa, en él todos los componentes influyen sobre los demás porque interactúan.

Este bien podría ser el caso de la propaganda cuando diseñamos una campaña, encontramos elementos comunes que coinciden con la definición de proceso. En realidad no importa la época donde se haya realizado la campaña, pudo haber sido en la era de Napoleón, o el sofisticado sistema de propaganda nazi, ambos evidencian la presencia de componentes que influyen e interactúan para darle forma a un sistema. No existe un principio ni un fin absoluto.

David K. Berlo, proponía un modelo de comunicación con los siguientes componentes:

**FUENTE DE COMUNICACION — CODIFICADOR — MENSAJE — CANAL — DESCIFRADOR — PERCEPTOR DE LA COMUNICACION.**

Este modelo es uno de los tantos aplicables a una campaña de propaganda. En todos los casos existe una fuente, un mensaje, un medio y un receptor, si lo vemos de la manera más rudimentaria. De hecho, cuando Aristóteles señaló la importancia de la oratoria y del arte de persuadir, proponía un modelo de comunicación: uno de los primeros de la humanidad.

Decía el filósofo griego que en todo acto de comunicación hay un orador (**fuentes**), un discurso (**mensaje**), y un auditorio (**receptor**), y el fin último el orador es influir a través de ese código al público. Eran los inicios de la teoría de la propaganda y era ya considerada un proceso de comunicación.

Más adelante, los avances en comunicación aportaron nuevos modelos que agregaban algunos componentes. Sin embargo seguían aceptando: **el fin último de la comunicación es persuadir e influir.**

En este momento podemos observar con más claridad el punto en donde convergen la comunicación como proceso y la propaganda como actividad. Incluso se permite ver a ésta como una más de las ciencias de la comunicación.

Seguramente muchos investigadores lo saben, el problema es que cuando tratamos de encontrar una definición en torno a la materia, en todas se omite la palabra comunicación o proceso de.

Es la propaganda una actividad de supervivencia despreciada por muchos y quizá sea eso por lo cual los investigadores no la quieren ver como una ciencia de comunicación.

A diario y en todo momento podemos encontrarnos un acto de propaganda, no sólo una campaña masiva puede catalogarse como tal, los eventos humanos que pretenden influir o persuadir aunque sean de manera local, deben ser considerados actos de propaganda.

Pero regresemos al proceso de comunicación. Uno de los modelos con más componentes es el de Lee Thayer, quien en la década de los 60 propuso el siguiente prototipo:

	qué dice			
quién dice		con qué intenciones	por qué canal	a quien dice
	qué no dice			cuándo
				con qué efectos
				en qué circunstancias

Este arquetipo considera factores importantes, ignorados hasta este momento. Por ejemplo, el no decir algo, el quedarse callado en algunas ocasiones lleva también un mensaje implícito, recordemos el famoso refrán "el que calla otorga", es decir, el no hablar es igualmente un mensaje de comunicación. Otro factor del modelo es el cuándo; no sólo es importante estudiar en qué circunstancias se presenta el mensaje, sino cuándo se dice.

Nada mejor para explicar el proceso de la propaganda, sobre todo, porque en una campaña es común que se omita información para no afectar al eje motriz de la misma, además se considera cuáles son las intenciones y los efectos de la comunicación, por que sólo así podremos saber el éxito de la campaña.

Así es que, cuando algún político sostiene que la comunicación es sólo un apoyo a la campaña, habría que recordarle que la comunicación como proceso invade a la política como actividad y, según Marx, toda actividad se convierte en objeto de propaganda. Nosotros agregaríamos: toda la propaganda es un acto de comunicación social.



Ahora pasamos al tema de los medios de comunicación. Es una campaña todos los canales pueden ser utilizados, el sujeto mismo es un modelo de comunicación, portador de un mensaje, otro apoyo son los medios de comunicación masiva y los medios personales.

Para codificar nuestro mensaje no sólo necesitamos del lenguaje verbal y escrito, la comunicación kinésica, visual y táctil, entre otras, pueden ser excelentes alternativas para lograr mejores resultados.

Este es a grandes rasgos el marco teórico que nos permite afirmar: la propaganda es más que un método o una técnica.

La propaganda, concluíramos, es un proceso de comunicación, que a través de diferentes métodos y técnicas pretende influir, persuadir o convencer a un grupo. Para que adopte nuestra opinión, y la considere como la más certera y mejor para ellos. Es de hecho un acto de supervivencia, no sólo humano sino institucional en un sistema de socialización.

Los gobiernos de diferentes partes del mundo para lograr su permanencia en el poder, trabajan para convencer a sus ciudadanos de la viabilidad de sus proyectos y de sus mandatos.

Cualquier jefe de la tribu tendría que utilizar a la propaganda para lograr la supervivencia de sus súbditos y cualquier padre educa a sus hijos para influir en ellos, y así lograr su respeto y su lealtad.

Para lograr estos fines la propaganda se vale de todos los medios de comunicación posibles a su alcance y lograr su objetivo, ya de influir, persuadir y convencer a un grupo en el mejor de los casos de lograr un cambio en sus actitudes y conductas. Para tal efecto, la propaganda requiere del apoyo de otros campos sociales como son la sociología, la antropología y la psicología.

Al hablar de la propaganda es evidente que nos encontramos frente a un proceso político e ideológico y no mercantil como es la publicidad. En ninguno de los casos señalados se requiere de un proceso consumista para explicar la materia, la propaganda no vende productos, aunque algunos lo consideran así debido al aumento del consumismo capitalista. La propaganda es y debe ser de carácter político y como decíamos con anterioridad de supervivencia, incluso.

"Para poder adentrarnos más en lo que respecta a la materia, abordaremos a continuación los diferentes tipos de propaganda y sus características".

## 1.2.- TIPOS DE PROPAGANDA

\*Los investigadores de la propaganda como González Llaca, Domenech y Young, diferencian a la materia de acuerdo a ciertas características que poseen.

Esta diferenciación ha distinguido los siguientes tipos de propaganda:

### 1.2.1.- PROPAGANDA ELECTORAL

Esta propaganda puede encontrarse en períodos electorales, por lo tanto su duración es reducida. (cuando hablamos de tiempos electorales, no sólo nos referimos a los gubernamentales o estatales, sino, incluso a los de carácter gremial).

Una campaña electoral no puede durar más de 11 meses, generalmente se limitan a cuatro o cinco. De hecho, conforme pasa el tiempo se han visto las tendencias reductivas. Esto generalmente debido a los altos costos de la campaña, aunado a la falta de recursos económicos de los participantes. Por otro lado la población cada vez resiste menos una campaña larga, la rutina de los mensajes los fastidia, produciendo un rechazo al candidato, así, lejos de favorecerlo lo perjudica.

Otra característica más de la propaganda electoral es la globalización de mensaje, debido al abundante electorado, aunque ciertamente existe un lenguaje distinto para cada clase social. El código de comunicación debe variar de acuerdo al público receptor. Pero en el caso del slogan éste debe ser general, aquí no se considera estrato social o intelectual.

Generalmente, al diseñar una campaña de este tipo se consideran tres puntos: el líder, la plataforma electoral y el programa de gobierno. Si se logra la conjunción de estos elementos de manera armónica, la campaña se encuentra cerca del éxito. Un buen planteamiento de ella dará como resultado, invariablemente el triunfo. Y para lograr eso, hay que hacer uso de todos los medios de comunicación posibles, pues a la postre son el gran valiente y sostén de la campaña.

Casi sin excepción, los propagandistas utilizan los medios de comunicación masivos, pero en este caso el medio más importante es sin duda el propio candidato. El contacto directo con los posibles electores parece ser hasta hoy, el mejor vehículo de comunicación para la persuasión. La opinión de los receptores puede variar después de haber tenido un encuentro con él. Por esta razón el candidato debe cuidar su lenguaje, su vestimenta y sus modales cuando se encuentra frente a la multitud, pues representan posibles votos.

Y tomando en cuenta un factor de uso cotidiano, los ejecutores de la propaganda electoral, saben que la mejor manera de convencer a la población es en el contacto cara a cara, donde el líder sea el mejor difusor de sus ideas y su plataforma.

Precisamente en torno al manejo de imagen del candidato, es importante retomar los conceptos del desaparecido Instituto de Análisis de la Propaganda, (IAP) citado por Kimball Young. Ellos aportaron consideraciones importantes en el manejo de imagen. De acuerdo con el IAP habría de tomar en cuenta los siguientes preceptos para el manejo de Imagen:

1. **NOMINACION.** Consiste en calificar a un líder, un seguidor a un oponente con algún nombre emocionalmente poderoso.
2. **PROCEDIMIENTO TESTIMONIAL.** Personas de prestigio o experiencia manifiestan su aprobación - un viejo recurso propagandístico para atraer la atención o el apoyo.
3. **GENERALIDADES BRILLANTES.** Expresión para señalar a muchos de nuestros estereotipos más comunes. Son cualidades fuera de serie.
4. **LLAMADO A LA SENCILLEZ DEL PUEBLO.** La gente en general está de acuerdo o en desacuerdo con un programa.
5. **LOS RECURSOS DEL VAGON DE COLA.** Se apoya en lo que F.H. Allport llama la ilusión de la universalidad. Consiste en comparar a nuestro candidato con un líder mundial.
6. **FLOREAR EL NAÍPE.** Expresión popular para señalar la falsificación y el engaño abierto.
7. **TRANSFERENCIA.** Consiste en la inducción de un tipo particular de asociación. Se vincula al candidato con un gran héroe nacional.

Estas técnicas utilizadas por la propaganda electoral no son las únicas donde se soporta una campaña, generalmente los encargados suelen dirigirse a factores irracionales y racionales. Una de las técnicas más utilizadas es el llamado a las emociones y a los sentimientos, es frecuente por ejemplo, ver en una campaña a los partidos políticos abordar temas relacionados con la familia, con la patria, con la libertad e incluso con la democracia. El buen manejo de estas emociones, presentes en todos los ciudadanos, puede guiar al éxito de nuestra campaña, pues la persuasión está directamente vinculada con procesos mentales indispensables en la población.

Invariablemente los candidatos de los diferentes partidos políticos evocan la figura de la unión familiar y del país soberano que surgirá con dignidad al primer mundo.

Se refieren también cuantas veces pueden al mejoramiento de su calidad de vida. Se recuerda por ejemplo cuando Nixon, les prometió a los norteamericanos que durante su gobierno todos podrían tener carro y un sistema de vida envidiable en todo el mundo.

Pero junto con el bienestar se toma en cuenta el prestigio, los ciudadanos de todo el mundo configuran un sistema de superación de sus niveles de vida, luego entonces, cuando un candidato les ofrece esa posibilidad, su ambición niega la reflexión y se ven invalidados por un cuadro de mentiras políticas que se niegan a percibir.

En el caso de México, por ejemplo, cualquier proceso electoral que se desee revisar de la historia del país evidenciará el frecuente llamado a la unidad de los mexicanos para consolidar los logros de la independencia. El mismo Partido Revolucionario Institucional se declara hijo predilecto del movimiento más importante de la nación y al cual los mexicanos profesamos absoluto respeto.

Pero en procesos electorales se puede prometer hasta lo imposible, y no sólo pensamos en el caso de México; el resto de los países del orbe también tienen su historia al respecto. Algún día en campaña Hitler les dijo a las mujeres desesperadas: "todas tendrán marido" y las hembras alemanas se lo creyeron fielmente.

El ex presidente de los Estados Unidos, Herbert Hoover, les juró a los estadounidenses, después de la recesión económica de 1929: "habrá una gallina en cada despensa y dos automóviles en cada garaje".

Y en un país sin tradición democrática, los partidos pueden ofrecer respeto al voto y participación directa de la ciudadanía. El PRI en México alguna vez prometió: "autogobierno a través del voto", sin embargo, 20 años después aún se espera el autogobierno en un sistema presidencialista.

Es la propaganda electoral, quizá una de las más importantes, no sólo por sus fines, sino por sus propósitos. Gobernar una nación, obtenerla mediante la propaganda es una aspiración permanente de la gente en el poder.

Y los expertos en la materia están para hacerlo.

### 1.2.2.- PROPAGANDA DE AGITACION

Este tipo de propaganda es usualmente muy utilizada por los grupos de oposición a un régimen. Busca exaltar los errores del gobierno y poner en contra a sus ciudadanos.

La propaganda de agitación es similar a la electoral, en cuanto a su duración, pues también es breve y no puede ser permanente .

Surge en casos de extremas diferencias entre los grupos que aspiran al poder. Los mensajes que se utilizan, buscan despertar incondicionalmente al hombre violento, intenta alcanzar la ira de las multitudes y lograr su apoyo.

De manera psicológica se dirige al sistema emocional en donde se proyectan las pasiones. En algunas ocasiones resulta irreflexiva, sobresalen los sentimientos de venganza que empujan a las masas a actuar con violencia.

Los agitadores tienen como función primordial fabricar al enemigo de la nación.

Cuando Lenin, establecía las cualidades de los agitadores adelantaba, de hecho, las características de esta propaganda. Las ideas del agitador son muy pocas, pero las repite constantemente, de tal manera que la población pueda ver con claridad cuál es la problemática y cuál el punto a vencer.

Una de las más célebres frases de propaganda de agitación es la estada durante la Revolución Cubana. Decía "Patria o Muerte , Venceremos".

Pero este tipo de propaganda se encuentra presente desde los tiempos antiguos. En el Imperio Romano los grupos opositores hacían circular panfletos con el mensaje: "Muerte al Cesar", lo cual significaba no sólo la muerte a un hombre, sí no a un sistema opresor.

Todas las revoluciones sociales de la historia se encuentran estrechamente vinculadas a una propaganda de agitación. Cuando Hidalgo invitaba a los mestizos e indígenas a "matar gachupines", no hacía más que una campaña de agitación para lograr la participación de la gente y persuadirlos de los males del sistema español.

En el ascenso de Mao Tse Tung al poder en China, invitaba a sus connacionales a unirse en contra del enemigo; en su discurso pronunciado ante miles de simpatizantes sostuvo: "la nación China no volverá a ser insultada, nos hemos enderezado, que tiemble el mundo".

El movimiento guerrillero Tupac Amaru, cuando iniciaba su lucha en el Perú habló por medio la propaganda: "habrá patria para todos o no habrá patria para nadie".

Los movimientos estudiantiles registrados en 1968 en diferentes partes del mundo llevaban en sus lemas un claro ejemplo de propaganda de agitación. En Francia trataban de allegarse miembros con frases reflexivas como: "prohibido prohibir", "sean realistas, pidan lo imposible".

En México, repetían constantemente: "somos un chingo y seremos mas".

Estos conformaron los slogans que junto con "Hasta la Victoria Siempre" encabezaron la lucha estudiantil

### 1.2.3.- PROPAGANDA CIVICA

Algunos la señalan como la propaganda más pura y de mayor contenido social. Busca en cada esfuerzo encaminar acciones benéficas para la patria.

Uno de sus objetivos es capacitar a la población en torno a sus hechos y obligaciones, es decir, instruirlo para tener un ambiente propicio socialmente.

Durante nuestra estancia en la primaria y la secundaria, la clase de civismo está diseñada para educar a los buenos ciudadanos; desde entonces se les somete a la propaganda estatal.

Pero evidentemente, la mayor parte de ella tiene buenos fines. Las campañas en contra del alcoholismo, de la drogadicción, y de todas las actividades perjudiciales para la salud del hombre, son parte de la propaganda cívica.

Generalmente estas campañas son diseñadas por organismos estatales como la Secretaría de Salud, de la Procuraduría General de la República, y las oficinas del Desarrollo Integral para la Familia (DIF). Además por instituciones no gubernamentales como CONASIDA y otras.

#### 1.2.4.- PROPAGANDA NEGRA O DE ACCION PSICOLOGICA

Cuando se habla de la propaganda negra se piensa inmediatamente en una acción turbia, carente a simple vista de emisores, aunque no por eso de objetivos.

En un proceso de comunicación así, difícilmente se podrá identificar a la fuente, su escaso o nulo prestigio les impide presentarse, o en algunos casos el darse a conocer daña su imagen.

La propaganda negra se manifiesta a través del rumor, fenómeno de incertidumbre que llega a desestabilizar el estado de cosas existentes.

A este tipo de propaganda se le conoce también como de acción psicológica, aunque no es la única que requiere de la psicología. De acuerdo con González Llaca, la propaganda negra tienen como objetivo desprestigiar a una persona o institución.

En las campañas electorales es muy común observar este tipo de propaganda, donde la fuente no está identificada, pero al conocer los efectos, podemos intuir de dónde proviene el mensaje.

Con la intención de ganar votos, los contrincantes buscan desprestigiar entre sí por medio de calumnias e infamias. En la mayoría de los casos se trata de mentiras políticas para ganar espacio en la contienda, existen también casos en que el emisor solo reproduce un episodio turbio en la vida del opositor con los mismos resultados que la mentiras.

El objetivo de la propaganda negra se encuentra oculto, pero en casos como el anterior, es obvia la procedencia del mensaje y cuáles son los fines.

Un ejemplo muy caro fue el realizado en las elecciones federales de México en 1988, cuando circulo el rumor del asesinato cometido por Carlos Salinas de Gortari, cuando éste era niño. El efecto fue satisfactorio para el grupo propulsor del rumor pues mucha gente, incluso, no voto por él sólo por esa razón.

### 1.2.5.- PROPAGANDA DE GUERRA

Los grandes logros de la propaganda coinciden desafortunadamente con fenómenos violentos, podríamos decir, de hecho, que su historia está conformada por sucesos donde los fusiles y las armas estuvieron presentes.

Cuando los historiadores nos señalan los acontecimientos más exitosos de propaganda hablan de Lenin y la Revolución Rusa, de la propaganda inglesa y francesa en la Primera Guerra Mundial, del nazismo y la Segunda Guerra Mundial y así sucesivamente.

Este tipo de propaganda está aún más vinculada a cuestiones psicológicas; cuando los conflictos mentales se agudizan en los frentes de batalla, la propaganda puede ser la salvación de muchos y la perdición de otros tantos. Los estrategias militares buscan el triunfo no sólo con soldados, sino con propagandistas que ayuden a debilitar la moral de los contrincantes y a exaltar la de sus batallones.

Este trabajo; sin embargo, debe realizarse en los dos frentes y la victoria será de quien sepa utilizar mejor la propaganda, pues en tiempos de guerra es la mejor arma de los países.

En su libro; **MI Lucha**, Hitler sostenía: "el fracaso alemán en la Guerra se debió fundamentalmente al uso de propaganda por parte de los militares". Veintidos años después el Führer demostró cómo la propaganda puede sostener al régimen más tirano y lograr el apoyo de sus ciudadanos.

Pero la propaganda de guerra no sólo se realiza en los campos de batalla, a diario los especialistas deben difundir mensajes entre la población para lograr su apoyo, el pueblo debe de estar convencido de ayuda a la guerra como una obligación de ciudadanos porque de ella depende el triunfo de la patria.

La integración entre los habitantes se reflejará evidentemente entre los soldados, pues la unión nacional lo alienta en la batalla.

Algunos lemas fascistas utilizados en la Italia de Mussolini, son un buen ejemplo de la propaganda de guerra; a través de diferentes medios difundían las frases: "el que tiene acero tiene pan", "nada se ha conseguido en la historia sin derramamientos de sangre" y "es mejor vivir un día como león que cien años como oveja". además del famoso "Creer, Obedecer y Combatir".



El amor a la guerra no está fundamentado en la confrontación, sino en el amor a la patria. Vicente Guerrero, en México, lo sintetizaba así: "La Patria es Primero". Y bajo esa idea gira la manipulación psicológica que se hace de la gente con el propósito de conquistar su apoyo.

Goebbels, el Ministro de Propaganda de Hitler, sostenía también dentro de sus reglas básicas: "Todos los sistemas políticos se han impuesto luchando".

Luego entonces, el pueblo está en la obligación de apoyar a su régimen que hará triunfar no sólo al ejército, sino a la nación.

La propaganda de guerra no sólo debe efectuarse al interior del país, sino fuera de él. El objetivo final es también conseguir el consentimiento de otros países y obviamente su apoyo.

De ambos bandos los propagandistas buscan difundir la idea de la perversidad del enemigo y por otro lado convencerlos de la justicia de sus causas, la intención nunca varía ni dentro ni fuera, en todos los lugares, los especialistas justifican la guerra a través, precisamente, de la propaganda.

Hitler resumía la impotencia de la propaganda de guerra así "la propaganda es una arma verdaderamente terrible en manos de quien sabe servirse de ella".

### **1.2.6. PROPAGANDA DE INTEGRACION**

A diario y desde pequeños nos encontramos expuestos a este tipo de propaganda. El himno nacional, la bandera, y la difusión de los valores cívicos son los mejores elementos para la manipulación ideológica del inestado.

Cotidianamente escuchamos, leemos u observamos llamadas a la unidad de pueblo, a la cohesión como nación, en pocas palabras a mantenernos en paz, pese a las injusticias de un sistema, en aras del bienestar del país.

Los gobernantes pretenden a través de ella integrar a la población a su sistema de gobierno.

Generalmente en épocas de crisis económica y política los ciudadanos de la nación encuentran graves fallas en su gobierno, esto provoca, evidentemente, malestar en la población, la cual, se manifiesta en contra de sus dirigentes. Estos entonces pierden el apoyo popular.

Aquí podemos hablar de dos vertientes; una puede ser el caso de un gobierno producto de un proceso electoral intachable, donde los ciudadanos con sus votos colocan a un hombre en determinada posición, pero en el que el cúmulo de medidas antipopulares adoptadas por este sistema atenta contra la población, entonces el gobierno se convierte en ilegítimo porque carece del consenso de la gente. Es de facto, un gobierno legal, pero falta de legitimidad.

El otro extremo es cuando un gobierno se ha valido de trampas para acceder al poder, es decir, es fruto de un fraude electoral y por lo tanto no posee la aprobación ciudadana, y si carece de legalidad, en consecuencia no tiene legitimidad.

En ambos casos la propaganda puede ser un excelente vehículo de influencia para permanecer en el poder.

En México existe un caso muy cercano a estas situaciones: Después de las elecciones de 1988, Carlos Salinas de Gortari quedó ante muchos mexicanos como un presidente ilegal, producto de un fraude electoral. Para muchos ciudadanos el triunfador de la contienda solo tenía un nombre: Cuauhtémoc Cárdenas.

El panorama exigía entonces un buen sistema de propaganda para otorgar la legitimidad a un nuevo gobierno priísta.

La más exitosa campaña política la encontraron en la aplicación y difusión de un programa social aplicable a las capas medias y bajas de la sociedad.

Lo denominaron: Programa Nacional de Solidaridad (PRONASOL) y a partir de ahí los ejes de la política económica y social girarían en torno a este proyecto.

Sin embargo, no se trataba de una idea original, sino una copia de las acciones realizadas por los grupos de oposición en las zonas marginadas del país, tal es caso del extinto PSUM y algunos organismos de vertientes socialistas, quienes organizaban a la población para dar solución a sus problemas más apremiantes. Incluso muchos de los líderes de oposición fueron llamados a colaborar dentro de PRONASOL y llevar a cabo el programa.

La venta de empresas paraestatales permitió al gobierno allegarse de recursos que eran destinados a las zonas marginadas de la nación, sobre todo en aquellas colonias donde el Partido Institucional había sufrido un grave revés en los comicios electorales de 1988.

"Unidos para progresar", "Unidos en Solidaridad" y "Solidaridad es un esfuerzo de todos para mejorar", fueron sólo algunos de los lemas que el partido hecho gobierno utilizó para manipular a la población.

Después de dos años de laborioso trabajo los resultados de la campaña pudieron comprobarse. En las elecciones para renovar el Congreso, la cifras asombraban, un poco con fraude y otros con propaganda, el PRI arrasó prácticamente con todos los curules y escaños.

El manejo propagandístico que se le dio al PRONASOL permitió al PRI recuperar muchos de los espacios perdidos.

Y no era para menos, los encargados de la difusión tuvieron absoluto cuidado en manejar el emblema del programa, el cual contenía los colores de la bandera y del partido oficial. De esta manera la población vincularía inmediatamente a uno con otro.

Además los colores nacionales son un buen mecanismo para llamar la atención del problema y hacerla sentir que no sólo otorgaba apoyo al partido, sino a la patria misma.

Casos como el de Solidaridad abundan en los sistemas políticos, pero por el momento sólo mencionaremos este ejemplo para explicar de manera más tangible lo que es la propaganda de integración y la importancia que posee para cualquier gobierno del orbe.

"Otro elemento de suma importancia dentro de la propaganda es el slogan; por tal motivo mencionaremos brevemente sus especificidades en los párrafos siguientes":

## **EL SLOGAN**

El antiguo grito de guerra, hoy se ha convertido en un factor de la propaganda y de hecho no ha cambiado mucho su función de origen. En pleno siglo veinte continúa con el mismo sentido.

Sin embargo la connotación sí se ha transformado. De acuerdo con los lingüistas, la palabra es una conjugación de dos términos: slaug (clan o ejército) y garm (grito de guerra).

La expresión parece ser de origen gaélico, pues según los registros, fue utilizado por las tribus escocesas para llamar la guerra con otros clanes.

El slogan desde el punto de vista de propaganda, es también un llamado, pero aquí es a las conciencias de los individuos con el propósito de persuadirlos.

Es el resumen de la idea de la campaña, en él deben sintetizarse los puntos básicos a difundir, en los receptores. Es una frase que pretende atrapar y sobre todo fijar las ideas en los destinatarios.

Los genios de la propaganda, Hitler y Goebbels, definían más o menos así el slogan: "toda propaganda eficaz debe limitarse a unos cuantos puntos y hacerla valer a golpe de fórmulas estereotipadas todo el tiempo que se requiera, hasta que el último de nuestro auditorio haya comprendido la idea".

Estos cuantos puntos con estereotipos, son consecuentemente los slogans. Las frases que le dan forma a la campaña funciona como un telegrama en donde se dice con concreción la idea básica a transmitir. Generalmente están dirigidos a la parte emocional del individuo y en algunas ocasiones tiene un tinte imperativo (no sólo una idea, sino una orden).

El slogan debe ser sencillo, conciso, claro y, apropiado para la situación.

En su libro Teoría y Práctica de la Propaganda, González Llaca distingue las siguientes funciones del slogans:

**IMPULSAR:**

Paria o muerte, venceremos  
Hasta la victoria siempre

**INTIMIDAR:**

Este puño sí se ve  
Yankees go home  
Carter, bocón acuérdate de giron

**UNIR:**

El pueblo unido, jamás será vencido  
Todos para uno y uno para todos  
Sieg, Heil, Hitler

**RESUMIR:**

Tierra y libertad  
Sufragio Efectivo no Reelección  
América para los Americanos

**ALENTAR:**

Somos un chingo y seremos más  
El presente es tuyo, el futuro es nuestro

Los elementos teóricos hasta aquí mencionados no tendrían sentido sino los vinculamos con los antecedentes históricos; es decir, sino los vemos aplicados de manera práctica en fenómenos reales. Para esto hemos diseñado un apartado especial correspondiente a la historia de la propaganda.

### 1.3.-ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA PROPAGANDA

La propaganda utilizada por los primeros hombres de la tierra era de carácter muy simple, si se quiere ver así, pero no por eso demerita su valor como proceso vital de comunicación. Una buena campaña no era sólo cuestión artística, sino un acto de sobrevivencia, por el cual el líder debería trabajar.

En este sentido, incluso, se concibe a la propaganda como un instinto más del hombre, con el cual nace y se desarrolla. Durante toda nuestra etapa como ser humano sentimos en algún momento la necesidad de convencer a los demás de algo que creemos. "Socialmente el instinto de persuasión, difusión y proselitismo existe en todos los hombres".

Desde la infancia y de manera inconsciente hemos aprendido las técnicas verbales y no verbales para manipular lo que nos rodea, es decir para influir en ellos.

Sin embargo, a la propaganda se le vincula más con el oficio de gobernar que con cuestiones rutinarias de la vida social, por eso, en el presente trabajo, habremos de avocarnos a la historia de la propaganda de masas, la cual constituye un hito en la historia universal.

La mayoría de los teóricos de la propaganda coinciden en señalar a Grecia, como el país que más abastece su historia. De hecho, los grandes filósofos de la época dedicaron gran parte de su literatura al arte de convencer o persuadir a las masas.

Los gobernantes hacían uso de frases o palabras llamativas para influir en la población; son famosos los conceptos de "solidaridad" en Grecia y de "unidad" en el omnipotente Imperio Romano.

El uso de los medios de comunicación masiva en la propaganda parecen encontrarse 3000 a.c., cuando circulaban en el Imperio Chino, la Gaceta del Imperio, aunque hay quien dice que los principios de la propaganda masiva se encuentran en el culto a la inmortalidad del antiguo Egipto.

Pero la propaganda antigua no sólo utilizó medios de comunicación con un lenguaje latente, sino utilizó otros métodos para formar su imagen. Señala, Bertrand Russell, que Heródoto, el padre de la historia, era un propagandista a sueldo del Estado ateniense.

"En época de Homero triunfaba también la propaganda, en todo el ámbito griego en boca de aedas y rapsodas que propagaban la vida voz, junto con el cólera de Aquiles y la venganza de Poseidón, el sentido de la solidaridad, indispensable para todos los griegos, para sobrevivir frente al persa".<sup>9</sup>

Existen registros propagandísticos en tablas y piedras talladas. Las leyes de Solón fueron expuestas en un mercado público de Atenas en donde todos los ciudadanos podían verlas. La convocatoria de la quinta Olimpiada, es otro ejemplo más.

A falta de medios de comunicación masiva, los propagandistas hicieron uso de los pregoneros de la época, quienes llegaron a convertirse en heraldos oficiales. Era entonces el reino de la palabra, de la oratoria, de la poesía.

En adelante se desarrollaron otros fenómenos históricos de propaganda; tales como la Revolución Francesa y la Independencia de los Estados Unidos; sin embargo debido a que el organizador de la Revolución Rusa, es también considerado "El Padre de la Propaganda", nos trasladaremos a la Revolución Bolchevique.

#### 1.4.-LENIN Y LOS SOCIALISTA

*Debemos ir a todas las clases de población, como teóricos, como propagandistas, como agitadores y como organizadores..... Evidentemente lo principal es la propaganda y la agitación de todas las capas del pueblo.*

Vladimir Y. Lenin.

La revolución Rusa de 1917 no sólo marca el inicio de otro movimiento de guerra, sino el fenómeno social más importante de principios de siglo.

Cuando Lenin llamó a la insurrección lo hizo para alcanzar el poder, pero también para modificar un sistema que habría mostrado dureza.

Para poder alcanzar ese objetivo Lenin, consideró a la propaganda como un factor clave en la búsqueda y consolidación del triunfo obrero; sus apreciaciones en torno a la materia, le han valido ser considerado el PADRE DE LA PROPAGANDA MODERNA. Y es realmente la actividad comunicacional utilizada por los socialistas un gran ejemplo de cómo la propaganda puede coadyuvar a consolidar un régimen "bondadoso para los obreros".

La propaganda de Lenin no sólo consideraba un nivel interno, él presentaba una visión más amplia de cómo influir a nivel internacional.

Cuando las Internacionales Socialistas proclamaban la frase "Proletarios del Mundo Unidos", era evidente que se referían a un movimiento de masas a nivel internacional, no sólo en los países socialistas.

La propaganda en esta época adquiere más virtudes, Lenin pretendía hacer llegar sus mensajes a un pueblo analfabeto, él era intelectual y pudo lograrlo, por eso el dote de Padre de la Propaganda Moderna.

Constantemente el líder socialista repetía esta premisa:

"Debemos dedicarnos principalmente a elevar a los obreros al nivel de los intelectuales y no bajarnos nosotros al nivel de la masa obrera". 10



En su texto Qué hacer, Lenin sostenía: "la revolución no puede esperar hasta que el último obrero sea convertido para iniciar la acción"; para lograr avanzar más rápido en el movimiento, Lenin decretó la movilización de intelectuales para apoyar esta importante labor. La propaganda fue para él la actividad más importante y a la cual debería dedicar gran parte de su esfuerzo. Estaba convencido de una propaganda que llegara a todas las capas sociales del país.

Quería en los obreros una conciencia de clase, desde el punto de vista marxista y poder así conseguir un gobierno del pueblo donde el poder estuviera en los Soviets.

Por sus cualidades y características se puede decir que Lenin estableció una propaganda educativa, mediante la cual el régimen bolchevique se convertiría en la "escuela más grande del comunismo".

El partido comunista, como se sabe, no sólo era una institución más del régimen socialista, según Lenin, en términos ideológicos tendría como función ser un instructor director de las masas, de los campesinos y obreros.

Un ejemplo concreto de esta labor, son los denominados **Clubs Obreros**, los cuales funcionaban a través de **Rincones Rojos** (lugares donde los obreros de fábrica podían leer revistas o cárteles de los jefes del régimen).

Otro instrumento más para el adoctrinamiento fueron las **Casas de Cultura**, donde se capacitaban a los obreros en cuestiones literarias y artísticas. Evidentemente, estos centros tenían una tendencia ideológica muy marcada pues su labor fundamental era la de conseguir adeptos al partido y al sistema socialista.

Pero la labor de convencimiento y alfabetización no sólo se realizó en las fábricas, el campo, aunque con más dificultades también fue objeto de concientización socialista.

En las zonas rurales (mayoría en el nuevo país socialista) se formaron los **ISBA** de lectura. Aquí, las juventudes comunistas jugaron un papel fundamental, pues estaban encargadas de fortalecer los clubes y al mismo tiempo ayudar a la alfabetización de esos campesinos

El éxito de estos clubes lo hizo mantenerse durante mucho tiempo en la Unión de Repúblicas Socialistas. En 1950 había más de 200 mil Clubs Obreros, 100 mil ISBAS y 79 mil bibliotecas rurales.

Cuando se habla de las concepciones propagandísticas de Lenin, es preciso retomar dos definiciones, la de propagandista y agitador. Defiende al primero como el individuo que inculca muchas ideas a un número reducido de personas, mientras el segundo difunde una idea a muchas personas.

Pero esa no es la única diferencia entre ambos, el nivel intelectual influye mucho en la separación. El propagandista habla de problemas a nivel macro, se refiere por ejemplo a la lucha de clases, a la patria, a la economía capitalista y de todos al mismo tiempo. Debido a la complejidad de los temas, los mensajes no pueden ser asimilados completamente, ni mucho menos dominados, pero sin duda, alguna la información quedará marcada en la mente del auditorio.

El agitador por su parte habla de una sola idea en repetidas ocasiones y se refiere a conceptos como la familia, la delincuencia, la pobreza o la prostitución. Y es tal la repetición del mensaje que los receptores logran captar totalmente la idea.

El propagandista hace uso del lenguaje escrito, mientras el agitador lo hace del oral.

Uno de los aspectos más importantes de la propaganda soviética, es su manejo a través del partido. Los socialistas consideraban a éste como el mecanismo idóneo para establecer la Dictadura del Proletariado.

Dentro del Estado la II Sección de Agitación y Propaganda se dividió en cinco comisiones: **PROPAGANDA Y AGITACION DEL PARTIDO, PRENSA Y PUBLICACIONES, ESCUELAS ENSEÑANZA CULTURAL E INVENCIONES CIENTIFICAS.**

La propaganda implantada por Lenin permitió a la Unión Soviética mostrarse ante el mundo como una potencia. Recordemos también que la URSS poseía un buen sistema de propaganda Internacional, compuesto de hombres bien adiestrados.

Esta es, la propaganda de principios de siglo y la cual continúa siendo un valiente en la actividad. Su creador Lenin, sobrevive aún en la memoria de sus compatriotas y de muchos habitantes extranjeros. Su obra sigue ahí.

Años más tarde en 1933, se comienza a dar uno de los fenómenos más importantes de masas: el nazismo.

El éxito de Hitler se debió en gran parte a su Ministro de propaganda, a quien se le considera el Genio de la Propaganda.

Por esta razón dedicaremos el siguiente apartado a la propaganda nacional socialista.

## 1.5.-HITLER Y GOEBBELS, LOS GENIOS DE LA PROPAGANDA.

*Cada una de mis palabras es histórica.  
Adolfo Hitler*

Cuando la historia de la propaganda habla de la más sofisticada, la más perfecta, la más penetrante y la que cambió las técnicas y métodos a emplearse, señala a la propaganda nazi.

Sus creadores eran verdaderos maestros en la materia, sus logros aún no han podido ser igualados, el registro histórico todavía no contempla una propaganda superior.

Hitler y Goebbels continúan siendo: los genios de la propaganda. Aunque la propaganda nazi se debe a Goebbels, es preciso reconocer que en un primer momento, el ex-cabo de la 1a. Guerra Mundial dirige las actividades de propaganda del partido.

A través de la **agitación**, Hitler creó las condiciones básicas para el ascenso del nacional-socialismo al poder. Difundía, sobre todo, la idea de la **puñalada por la espalda**, propiciada por los judíos al pueblo alemán. De manera paulatina va concientizando a la población en torno a la situación económica, política y social de Alemania.

La derrota del país y la severa crisis financiera se les atribula a los socialdemócratas y a los socialistas adoctrinados en Rusia. Dentro de estos grupos identificaba a los judíos explotadores de la patria, causantes de la pobreza de la nación.

Hitler sabía bien cómo manejar los recursos propagandísticos, estaba conciente de la condición de la masa ante la problemática y supo explotar la oratoria para convencerla.

Sus partidarios, algunas veces con violencia, difundían los planteamientos y mítines nazis, exagerándolos en la mayoría de los casos. En las noticias dadas a conocer se aumentaba el número de simpatizantes y la grandiosidad de los desfiles, con el objetivo de llamar la atención.

Sus investigaciones en torno a la propaganda le permitieron establecer sus propios conceptos. Decían "el cometido de la propaganda es reclutar adeptos y el de la organización es ganar miembros". 11

"La propaganda orienta la opinión pública en el sentido de una determinada idea y la prepara para la hora del triunfo, en tanto que la organización pugna por ese triunfo". 1 2

Cuando Hitler estipulaba estos conceptos se refería, sobre todo, a la propaganda de guerra, la cual sostenía, llevaba un triple objetivo.

- Empequeñecer el poder del enemigo a los ojos del mundo, y al mismo tiempo convencer a la población enemiga de que la causa defendida por su ejército no tiene esperanza y así provocar una guerra civil.
- Convencer a los países neutrales de nuestro amor a la paz
- Obtener la fe y confianza de nuestra nación en la victoria y justicia de la lucha.

Poco después de la creación del Partido Nacional Socialista ingresa a la lista de miembros, el doctor en Filosofía y futuro artífice de la propaganda nazi.

Sus grandes habilidades como propagandista colocaron rápidamente a Hitler en el poder. El 30 de enero de 1933 Hitler era ya Canciller del Estado Alemán

En ese mismo año, el 13 de marzo el Canciller crea el Ministerio de Educación y Propaganda, el cual estaría a cargo indudablemente del genio, Joseph Goebbels.

## **A) MINISTERIO DE EDUCACION Y PROPAGANDA**

Sólo cuarenta días después de haber alcanzado el poder, Hitler decreta una de las medidas más espectaculares para su régimen: la creación de un Ministerio de Propaganda, encargado de la difusión de ideas en Alemania, pero más que eso, era el control de ellas a través de todos los medios a su alcance.

La labor de la nueva oficina del Estado alemán fue crucial en el desarrollo de la vida social y política del incipiente sistema. Dentro de sus atribuciones tenía por ejemplo, el control de todos los medios de comunicación de la nación, vigilaba la creación literaria e intelectual de Alemania, tenía además acceso a todos los organismos de estado, ya fuera de nivel económico o social.

En pocas palabras, el Ministerio a cargo de Goebbels controlaba todas las acciones en el país, ya que podía penetrar en todos los archivos confidenciales de cualquier oficina del régimen y en este sentido orientaba a Hitler en torno a decisiones cruciales para la nación.

Goebbels creó una de las oficinas más perfectas en propaganda, única en su género.

El 10 por ciento del presupuesto del gobierno era dedicado exclusivamente para el Ministerio de Propaganda; más de 18 mil personas trabajaban para esa oficina. Además contaba con 31 dependencias en todo el estado para coordinar las actividades señaladas por Goebbels.

Las actividades de este Ministerio eran sólo comparadas con las realizadas por el Ministerio de Guerra, pues planeaba, coordinaba y era responsable de todos los esfuerzos en la nación germana.

Todas las campañas de propaganda a nivel nacional estaban realizadas por la Coordinación de propaganda, una subdivisión del Ministerio que tuvo su base en cuatro diferentes organismos:

**Departamento de Propaganda del Partido Nacional Socialista**  
**Prensa del Partido Nacional Socialista**  
**Ministerio de Ilustración Pública y Propaganda**  
**Cámara de Cultura del Reich**

Como se puede observar los vinculos entre el partido y el régimen eran innegables, el trabajo se planeaba para enaltecer tanto a uno como a otro.

De hecho, el 1 de diciembre de 1933, Adolfo Hitler asegura la unión inseparable del estado con el partido. Siguiendo el ejemplo del líder ruso, proclama el vínculo de ambos.

A través del partido se captarian adeptos al régimen y viceversa por esta razón, el ministerio de Educación y Propaganda contempló dentro de sus ramificaciones un apartado para el partido nazi.

## **B) DEPARTAMENTO DE PROPAGANDA DEL PARTIDO**

Su influencia se extendía por toda la nación alemana, no habia provincia alguna en donde no hubiera presencia de este departamento.

En todas oficinas existia entrenamiento para los oradores que participarían en los actos de apoyo al Führer. Eran además, los encargados de preparar los espectáculos, como desfiles y manifestaciones de apoyo en torno a Hitler.

Como parte de las actividades culturales realizadas por el departamento, periódicamente se exhibian películas en donde los protagonistas eran los soldados del "heroico ejército alemán".

Difundían también presentaciones de Hitler en donde era recibido con gran entusiasmo. Así se preparaba mentalmente a los receptores y próximos anfitriones del Führer.

Cualquier actividad propagandista estaba a cargo del Ministerio éste no perdía detalle alguno para enaltecer a Adolfo Hitler.

Para el buen funcionamiento de las oficinas de propaganda, Goebbels las subdividió en las siguientes ramas:

- a) Entrenamiento de locutores y oradores
- b) Propaganda masiva
- c) Supervisión de las actividades culturales
- d) Transmisiones por radio
- e) Propaganda por cine

### **a) Entrenamiento de Oradores**

Considerando la importancia de la palabra oral, los encargados de la propaganda nazi realizaron una labor de entrenamiento con algunos ciudadanos, a quienes adiestraban en el arte de la oratoria.

Estos hombres eran preparados para hacer la presentación oficial del Führer, en cualquier sitio, e impresionar así a la masa receptora.

Seguían a la pie de la letra la frase: "convence más la palabra viva que la letra muerta". Y con cambios de voz y expresiones faciales, los oradores lograban preparar a la multitud para recibir a su gran líder.

Cuando Adolfo Hitler se presentaba ante ellos, los individuos se encontraban absolutamente convencidos de que verían a un hombre sin igual, defensor de la supremacía de la raza aria y luchador del triunfo alemán.

Esta oficina fue de gran utilidad para la propaganda nazi por la capacidad de expresión y de efecto, sin embargo, tuvo que apoyarse en otras ramas.

### **b) Propaganda Masiva**

Aquí se requería de un trabajo mayor, no sólo de organizar un mitin, sino conducirlo por medio de actores, los cuales difundían el amor al partido y a su líder.

Según dicen, se necesitaba un número de actores casi igual al de los asistentes o espectadores.

Estos actores eran los encargados de encabezar grandes desfiles de antorchas, banderas, estandartes y otros artefactos de la propaganda.

Cuando el desfile había pasado, la oficina tenía la labor de solicitar a los periódicos dar a una buena difusión de los eventos, de tal suerte que quienes observaran a través de la prensa, los grandiosos desfiles, sintieran la iniciativa de acudir a uno de ellos cuando se volviera a presentar.

La información contribuía además a mostrar al pueblo alemán y al mundo entero, el fervor que se le profería al gran líder del país.

En estos desfiles fue usual ver y escuchar el saludo de todos los nazis identificados con el régimen. El HEIL HITLER, se convirtió en más que una señal, era un grito de identificación al estilo del AVE CESAR romano.

Estas eran fundamentalmente las actividades de la sección.

### **c) Actividades Culturales**

Los trabajadores de este departamento tenían como labor decorar los escenarios para los eventos del Führer. Las grandes banderas y la asombrosa Águila Real, fueron creaciones de esta oficina.

Nuevamente, al estilo de los grandes Imperios romanos, los propagandistas nazis, construían enormes templos semejantes a los del Cesar, en la gran Roma.

Pero los escenarios no eran siempre sinónimo de majestuosidad bondadosa, en muchas ocasiones fueron diseñados con una connotación de poder, de miedo y de temor. La frase de "más vale ser temido que amado", era bien canalizada por los propagandistas, quienes además se procuraban buenos medios de comunicación.

### **d) Transmisiones por Radio**

Aprovechando el auge de la radiodifusión, los nazis utilizaron constantemente ese medio. A través de las ondas radiales difundían con consistencia los mensajes del líder.

Esta información tenía una cobertura nacional, pues no podía quedar un solo alemán sin escuchar las palabras de Adolfo Hitler.

Pero no sólo se difundía la voz de Hitler, a través de este canal, también se podía conocer el contenido de los panfletos editados por el Ministerio de Propaganda.



En esta sección se editaban igualmente, programas especiales en los cuales los ciudadanos alemanes podían conocer la grandiosidad de su régimen.

### **e) Propaganda por Cine**

Como su nombre lo indica, este departamento estaba vinculado con la exhibición de películas. Fundamentalmente se trataba de filmes donde se exaltaba la imagen de régimen y del partido.

Todas las provincias de Alemania fueron sujetas a esta nueva táctica propagandística, sobre todo, era utilizada por la novedad que representaba en aquellas épocas el cine.

Como era de esperarse, en algunos distritos, sobre todo los más apartados no existían salas de proyección, entonces, los encargados de propaganda diseñaron camiones con los aparatos suficientes para exhibir una película.

Y si acaso ni con eso lograban llamar la atención del público, el encargado de esa provincia debería llenar la sala a como diera lugar; lo importante era reunir a un número considerable de gente, para lograr así un mayor impacto en la población.

Pero no sólo la novedad era bien utilizada, el periódico ayudó en mucho a la labor de difusión.

### **C) PRENSA DEL PARTIDO NACIONAL SOCIALISTA**

Si algún organismo dio la oportunidad de controlar a la opinión pública, fue sin duda la Oficina de Prensa del Partido.

Esta institución no sólo se dedicaba a emitir información por medio de boletines; su labor era mucho más importante, a través de ella se logró captar a todos los periodistas del país, e incluso a la prensa extranjera.

A partir del 4 de octubre de 1933, Hitler, convierte a los periodistas en servidores del estado.

En el nuevo periodismo se suprimía cualquier capacidad crítica, paulatinamente, los redactores fueron entrenados en torno a las cualidades de la nueva información digna de publicarse.

Como máximo rector de la información, la Oficina de Prensa llamaba a cuentas a los periodistas para adoctrinarlos en la materia. Existían, por ejemplo, guardias de prensa, encargados de proporcionar la información en torno a las actividades realizadas por las distintas organizaciones afiliadas al partido.

Pero no sólo los periodistas nacionales fueron objeto de esta serie de medidas, los extranjeros también tuvieron que entrar en línea y difundir al mundo la buena imagen del régimen nazi.

Aquel individuo inconforme con el sistema debería abandonar el país o era eliminado. Nada pasaba del control del Ministerio de Propaganda, todo era perfectamente vigilado y organizado.

#### **D) CAMARA DE CULTURA DEL REICH**

Un doctor en Filosofía no podía descuidar el aspecto intelectual y cultural de la propaganda. Goebbels decidió crear a los "trabajadores intelectuales", hombre sumamente ilustrados que laboraban para Hitler.

Aquí se puede clasificar a los músicos, pintores, escultores, escritores, periodistas, artistas y locutores. Sin embargo, también se consideraba a los colaboradores de las editoriales, los fabricantes de aparatos de radio e instrumentos musicales.

Todos los intelectuales tenían como función crear obras de arte vinculadas con el régimen, el objetivo en cualquiera de los casos era exaltar la imagen de Hitler sin tomar en cuenta los medios a emplear.

Este organismo también colaboraba en la producción de cine, evidentemente auxiliados por los intelectuales de la nación; en las películas se difundía la imagen de los soldados alemanes que luchaban contra el enemigo del mundo: atacaban al imperialismo, hacían ver que matar no era malo, mientras no se matara a los alemanes; hablaban mal de Francia, pero sobre todo difundían el odio a los judíos.

Durante este régimen, los intelectuales, tuvieron todas las facilidades para superación, claro, mientras no atacaran al sistema.

A los deportistas se le construyeron campos deportivos para su buena preparación, todos disfrutaban de hoteles modernos.

En pocas palabras, la Cámara de Cultura se encargó o no sólo de crear obras de arte, sino de difundir en el extranjero los enormes beneficios que estaban gozando los alemanes dentro del sistema nazi. Esto como parte de la propaganda exterior.

### **E) SIMBOLISMO DE LA PROPAGANDA NAZI**

Cuando se habla del simbolismo de la propaganda utilizada por Hitler durante su campaña, se recuerdan tres factores fundamentales: El águila real, la Cruz Gamada y la conocida frase Heil Hitler.

Estos tres apoyos propagandísticos fueron de las más importantes imitaciones que hicieron Goebbels y Hitler en la historia de la propaganda.

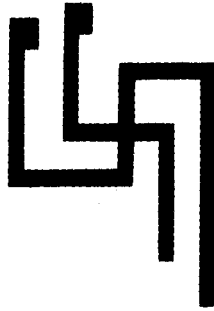
El águila real no sólo la utilizaron los nazis, el símbolo era sinónimo de poder y libertad, pero sobre todo de lo primero. Los grandes imperios buscaban un signo de poder y ese no era otro que el águila real.

Al igual que el águila la frase Heil Hitler, fue una imitación de aquel Ave Cesar, utilizado por los romanos para saludar al emperador. Pero quizá el símbolo más importante y más efectivo que utilizaron los nazis, fue la Cruz Gamada.

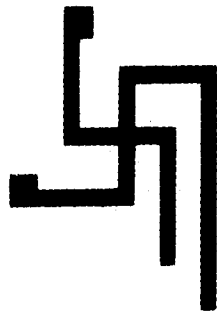
"Somos el ejército de la cruz gamada, alza las banderas rojas, queremos allanar el camino del trabajo alemán hacia la libertad", decía Hitler.

Sin embargo, este símbolo tampoco fue una creación de Hitler y Goebbels.

En su libro **Psicología de Masas del Fascismo**, Wilhelm Reich, sostiene que la Cruz gamada se ha encontrado también entre los semitas en el patio de los Mirros de Alhambra de Granada, en las ruinas de una Sinagoga en Jordania Oriental con la siguiente forma.



*Cruz Gamada del patio de los  
Mirtos de Alhambra de Granada*



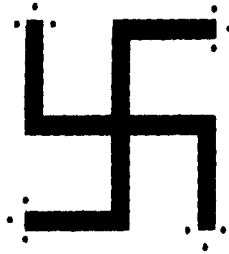
*Cruz Gamada de la Sinagoga de  
Edd-Dikke en la Jordania Oriental*

Frecuentemente este símbolo se encuentra frente a un rombo. La cruz representa el principio femenino de la naturaleza y el rombo su contraparte.

Existen otros autores como Percy Gardner, quien la encontró en Grecia con el nombre de Homera; en este caso se le vincula con el sol, principio masculino en esta cultura.

Incluso hay quien dice que los antecedentes de este símbolo, están en el siglo XIV, en un altar de la iglesia. Ahí está decorada con una vulva y una cruz de doble travesaño, su significado, se dice, es el cielo tormenta y el rambo representando a la tierra.

También los hindues tienen antecedentes al respecto, la esvástica aquí ya tienen la forma que Hitler utilizó, sólo que con tres puntos en cada extremo. Ejemplo



*Cruz Gamada bajo la forma  
de la Svástica Hindú*

Estas consideraciones sobre uno de los símbolos más importantes de la propaganda nazi, evidencian un vínculo con la relación sexual. Los psicólogos afirman que era la represión sexual de los alemanes la que los hizo aceptar y doblegarse ante la suástica. Es decir, el inconsciente dominó la mente de los alemanes.

Sin embargo, existen otras connotaciones de la Cruz Gamada. Se le vincula también con el trabajo. Pero los teóricos, explican que el trabajo y la sexualidad eran originalmente idénticos, por lo tanto, el simbolismo es casi semejante.

De una manera más clara y erótica el símbolo nazi, dicen, es la representación de un acto sexual, es la cópula de la madre tierra con el dios padres.

La Cruz Gamada en este sentido no sólo es acto de placer, sino una función natural de sobrevivencia. Aún no se sabe si Hitler conocía el significado de este símbolo o si sólo lo tomó porque le parecía atractivo, pero conociendo las técnicas de su propaganda, nos inclinamos por pensar en lo primero.

Para el Führer, era un símbolo de antisemitismo; sin embargo, hoy sabemos que no tenía ese sentido, aunque él la afirmó constantemente.

Explicaba: " en la cruz gamada la misión del combate por la victoria del hombre ario y junto con ella la idea del trabajo creador, trabajo que ha sido siempre antisemita." 14

De esta misma frase sostiene: "el color rojo empleado en la bandera denota el pensamiento social y el blanco su carácter nacionalista". 15

No se puede concluir en torno al simbolismo, sin antes mencionar el uso de los uniformes y el uso de las condecoraciones elementos que ayudaron a lograr adeptos.

## **F) LOS PRINCIPIOS PROPAGANDISTICOS DE GOEBBELS**

Cuando los norteamericanos encontraron el lugar donde se situaban las oficinas del Ministerio de Propaganda del régimen nazi, se llevaron una gran sorpresa: Joseph Goebbels había escrito en sus memorias los principios básicos de la propaganda no sólo del nazismo, sino fundamentos susceptibles de ser utilizados en cualquier campaña. Los estadounidenses, obviamente, se llevaron consigo estas reglas elementales de una propaganda.

Tiempo después, esos relatos fueron rescatados por Leonard Dobb y expuestos en su libro, los **principios propagandísticos de Goebbels** del cual tomamos algunos fragmentos, sobre todo los concernientes a los principios propagandísticos.

Decía Goebbels que la propaganda:

- \* Debe tener objetivos claramente determinados a corto y largo plazo.
- \* Temas simples y aislados repetidos constantemente
- \* Profundización del divisionismo entre los grupos enemigos
- \* Estímulos fundamentalmente emocionales, cuya utilización se modifica muy raramente por argumentos racionales, en la medida en que el auditorio estuviese integrado por intelectuales.
- \* Planeación y realización de una propaganda efectiva sólo cuando se tuviese acceso a la información secreta, de otra manera no se lograría el manejo de la masa.
- \* Una sola autoridad debe planear y dirigir la propaganda
- \* La propaganda debe facilitar el desplazamiento de la agresión
- \* Es conveniente inventar noticias
- \* La mentira son útiles cuando no pueden refutarse
- \* No se debe desperdiciar energía propagandística en refutaciones innecesarias
- \* No permitir que el enemigo adquiera prestigio
- \* Utilizar todos los medios, inclusive los horóscopos
- \* La política de las noticias es una arma, su objetivo es hacer la guerra no emitir información
- \* En épocas de crisis debe satisfacerse el hambre de noticias
- \* Los líderes prestigiados favorecen la propaganda
- \* El que habla primero tiene la razón
- \* Debe evitarse el efecto del boomerang
- \* La propaganda interna debe reducirse al nivel de angustia y frustración.

Estas reglas que Goebbels había sintetizado en el documento, son en la actualidad una ayuda importantísima para cualquier propagandista de un régimen; tan consistentes son las sugerencias que los mismos publicistas se han auxiliado de ellas.

Pero estos puntos no eran los únicos sostenes de su campaña, había muchos más postulados en la materia. A continuación presentamos algunos de ellos.

- a) No es preciso que una idea política esté avalada por una buena filosofía, si dispone de una magnífica propaganda.
- b) Nada es absoluto. todo es relativo. las verdades duran lo que una imposición las hacer durar

- c) Una mentira repetida mil veces se vuelve verdad
- d) Un golpe en la cabeza convence más que un argumento lógico
- e) Una verdad universal debe partir de un punto. Eso debe corresponder a los alemanes y ese punto es Alemania.
- f) Todo en la lucha parece torcido, todo en la victoria es derecho
- g) Todos los sistemas políticos se han impuesto luchando.
- h) Es un error hacer provenir la verdad de un héroe (Carlsile) o de un super hombre (Nietzsche), hay que derivarlo de un Dios: Hitler.

Una buena propaganda es lo más cercano a la verdad aun cuando sea la mentira misma; primero produce sorpresa, luego estupor, después convencimiento, y al final cesión de la propia voluntad del ídolo para hacer lo que el quiera.

Estos son los principios de la propaganda más eficaz empleada hasta el momento en todo el mundo. Eran los consejos del más grande propagandista de un régimen; son reglas básicas para un especialista. Puede ser, de hecho, la Biblia de los propagandistas.

Y es que Goebbels supo hacer del nazismo, el arte de la propaganda, y si alguien los acusaba de ser solamente propagandistas, Goebbels les refutaba; "Y que eran Cristo, Mahoma, Buda y Mussolini".

Ningún aspecto descuidaron los genios de la propaganda, hábiles a nivel comunicacional, demostraron también sus dotes para explotar psicología de masas en la campaña. Conocían a fondo las reglas a seguir para excitar a la multitud, explotando sus instintos más bajos obscureciendo su razón

## G) PSICOLOGIA DE MASAS DEL NAZISMO

Las reuniones más espectaculares donde participaba Hitler eran organizadas en la noche, para aprovechar el cansancio mental de los participantes, los cegaban con luz de cierta intensidad y números de proyectores, bajo el efecto de cierta música acompañada de gritos y discursos. El alma colectiva a la que se referían los psicólogos ya no tenía secretos para los expertos nazis.

Sabían que no sólo basta conquistar al individuo consciente, sino al inconsciente, porque este es el más fanático de todos. La razón quedó suprimida una y otra vez.



Todos los medios de comunicación fueron utilizados en este proceso psicológicos; banderolas, guirnaldas y orifamas que materializaban el mito del régimen, en las escuelas los niños preparaban en grandes terrenos la figura de la Cruz Gamada.

La juventud y los niños fueron en gran medida instrumentos de esta propaganda; se recuerdan escenas donde niños de 12 o 13 años acudían a los campos militares a prepararse para la guerra, y no iban forzados por nadie, sino aconsejados por la propaganda.

Los resultados de esta campaña se manifestaba a través de las opiniones de algunos ciudadanos alemanes, hablan quienes incluso escribían: Hitler fue la dádiva del destino a la nación alemana, el salvador que traía luz a las tinieblas". 16

El movimiento nazi se transformó en un movimiento de la persona de Hitler, él era la idea, la realidad y la nación misma.

Durante los mítines, uno de los oradores no se cansaba de repetir "Adolfo Hitler es Alemania y Alemania es Adolfo Hitler". 17

Hitler les recordaba: "Sé que todo lo que sois, lo sois a través de mí y todo lo que soy, lo soy a través de vosotros". 18

El mismo Ministro de Propaganda relataba en uno de sus diarios: "Soy la mitad de lo que soy, Adolfo Hitler te amo porque eres grande y puro al mismo tiempo". 19

El pueblo alemán, sujeto a un fuerte proceso de propaganda, llegó a considerar a Hitler más que un hombre, lo veían como un Dios. Goebbels reconocía que el pueblo se sentía como un niño en manos del padre.

Y realmente el nazismo era ya una religión. Celebraban el Día de Todos los Santos, cuando se conmemoraba el Putsch de la Cervecería; se tocaba una bandera cubierta de la sangre de los mártires, junto a ésta un lábaro con la Cruz Gamada para irradiar fuerza a los asistentes.

Los nazis significaban el Dios y los judíos el diablo malvado destructor del sistema.

Algunos autores como Robert Waite, argumentan que el nazismo era ya una religión, tenían a sus mesías, su libro sagrado, una cruz, la utilería de las procesiones religiosas, selectos sacerdotes, ex comunión y muerte a los herejes y la promesa milenaria del Reich de los mil años.

Al igual que el cristianismo, la gente se convertía cuando oía hablar a Hitler. Era una especie de campo magnético que los hacía ceder su voluntad, era evidentemente el uso de técnicas psicológicas que dominaban a los individuos presentes.

Cuando el Fuhrer se presentaba, la labor de la propaganda era trascendental, esos grandes mítines que se organizaban, deberían estar compuestos por miembros del partido que podían contagiar al resto de la población. Su atuendo debería ser de obreros para demostrar solidaridad. A las mujeres se le colocaba al frente de los concurrentes, pues ellas eran las más entusiastas y por contagio podrían influir en los asistentes.

Se dice que el mismo Hitler pasaba supervisando las luces, el escenario, y repitiendo su actuación su sonrisa y todos los ademanes que impactaría a esa masa sin conciencia, a esos "gusanos", como él los definía.

Minutos antes de la llegada del líder, la música de suspenso se tocaba varias veces, mientras los oradores se encargaban de difundir "las amplias cualidades" del líder de Alemania. De pronto y sin presentación aparecía Hitler, el mesías.

Hablaba lentamente y conforme pasaba el tiempo su tono de voz aumentaba, después de 15 minutos Hitler, había llegado al éxtasis, pero no sólo él, la intención era provocar una especie de "orgasmo multitudinario", en donde todos quedarán saciados.

Pero no en todos los casos, Hitler preparaba su discurso, no era siempre un actor, en algunos mítines llegó a confesar que algo dentro de él hablaba, es decir, confiaba a sus allegados, que era realmente un profeta.

Quería aplicar las teorías del filósofo, Nietzsche, quien pugnaba por una civilización de superhombres. Hitler se creía uno de ellos y los representaba con bastante firmeza.

Pero todos estos logros quizá nunca hubieran podido consolidarse sin la ayuda de un gran psicólogo de masas, Gustave Le Bon. Él se convirtió en el asesor de base de Adolfo Hitler. Ambos profesaban un odio intenso a la masa, esa colectividad amorfa. Sin embargo; tenía pleno conocimiento de ella y lo supieron explotar.

## NOTAS DE PIE DE PAGINA CAPITULO I

1. Harold Laswell. **World Revolutionary Propaganda**. Ed. Universidad de Chicago. pag. 75
2. Freidrich Bartlett. **La Propaganda Política**. Ed. Fondo de Cultura. pag. 15
3. Kimball Young. **La Opinión Pública y la Propaganda**. Ed. Paidós. pag. 60
4. Fabregat Cúneo. **Propaganda y Sociedad**. Ed UNAM. pag. 17
5. Eulalio Ferrer. **Por el Ancho Mundo de la Propaganda**. Ed. DANAE. pag. 2
6. Edmundo González llaca. **Teoría y Práctica de la Propaganda**. Ed. UNAM. pag. 35.
7. Talbot Mundy citado por Eulalio Ferrer en el **Ancho Mundo de la Propaganda**.
8. Aristóteles. **El Arte de la Retórica**. Ed. Universitaria. pag. 36.
9. Antonio Menendez. **Movilización Social**.
10. Vladimir. I. Lenin. **Qué Hacer?**. pag. 229.
11. Adolfo Hitler. **Mi Lucha**. pag. 222
12. Op. cit. pag. 22
13. Wilhelm Reich. **Psicología de Masas del Fascismo**. Ed. Brugera. pag. 135.
14. IBIDEM

15. Op. cit. pag. 136
16. Video Líderes del Siglo XX. Adolfo Hitler.
17. IBIDEM
18. Citado por Abel Teodoro en Por qué Hitler llegó al poder.
19. Charles Lindholm. Carisma. Ed. Gedisa. pag. 139

**CAPITULO II**

**EL LIDER**

## 2.1 CONCEPCIONES ANTIGUAS EN TORNO AL LIDER

Las creencias religiosas de la época antigua hacían pensar en el líder como una figura divina, en algunos casos, incluso como profeta. Sin embargo, posteriormente, los investigadores se percataron de que el fenómeno tiene más relación con los problemas humanos que con los divinos.

En la era del filósofo griego Platón, los estudiosos estaban más interesados en descubrir por qué los individuos pierden la razón cuando se encuentran en masa, que en las cualidades de el causante de éste fenómeno.

Los hombres eran vistos como entes sin razón, controlados por pasiones. Y cuando un hombre impedía la salida de sus pasiones y se guiaba por la razón, entonces estaba en posibilidades de convertirse en líder, en un ser superior al común de la gente.

Aún siglos después, los estudios se mantenían en esos parámetros. David Hume, por ejemplo, estaba interesado en descubrir los motivos por los cuales un grupo de individuos seguían a determinado sujeto.

Sus concepciones tampoco se orientaron hacia el líder, sino hacia la masa, la cual estaba llena de pasiones, entonces la razón no podía hacer más que ser la esclava de éstas.

Y no fue hasta **Stuart Mill** y **Friedrich Nietzsche** en donde las teorías en torno al hombre superior adquieren relevancia. Sin embargo, tampoco podemos hablar de teorización en torno al líder, sino al estudio del super-hombre, del hombre del futuro.

Decía Mill, por ejemplo, que habría que construir una nueva sociedad más benéfica. Y en esa sociedad, el líder (aunque no lo denomina así) sería "el genio que está fuera del ámbito de las gentes comunes, como una especie de señal mágica";<sup>1</sup> para él este fenómeno también era francamente inexplicable.

Este tipo de hombres, decía, posee un autocontrol mediado por una gran fuerza de voluntad, el "hombre superior, es un individuo activo, estricto aislado de la humanidad vulgar, singular, enérgico, un luchador abnegado que intenta transformar al mundo siguiendo un ideal de perfección".<sup>2</sup>

Otra de sus características es "la libertad para indicar el camino al resto de la humanidad", es también "más receptivo a los placeres superiores que los hombres y las mujeres comunes".<sup>3</sup>

Stuart Mill estaba convencido de la existencia de individuos superiores al resto de la comunidad.

Y en este sentido, Friedrich Nietzsche contribuye con un concepto fundamental, el de : **superhombre**. Este alemán continuador de la línea filosófica de Kierkegaard y Shopenhauer (iniciada en 1850) hace un estudio de aquellos hombres superdotados y ávidos de poder. "Un gran hombre... no pide corazón compasivo, sino sirvientes, instrumentos, su meta consiste en hacer algo a partir de ellos". 4

Bajo una corriente existencialista, este autor alemán da una nueva concepción en torno al "líder", es **dice**, un hombre superior que puede dominar a los demás.

Sus planteamientos para la creación de este nuevo tipo de raza, parte en primer lugar de terminar con la moral judío cristiana, una corriente "mala porque vuelve al hombre débil y sumiso, amante de la mediocridad". 5

En sus textos, Nietzsche también se refiere a la masa:

"La gente vulgar, satisfecha de sí misma, hipócrita, son tan despreciables como decía Shopenhauer, todos los valores deben ser revalorados, en vez de la democracia, la aristocracia; en vez de la humanidad cristiana, una humanidad llena de dureza y orgullo". 6

Una vez estudiada la situación, Nietzsche saqueó el vocabulario de términos para descubrir a su héroe: **EL SUPER-HOMBRE, La bestia Rubia**".

Estas consideraciones, nos permiten efectuar una comparación de las ideas de este filósofo y las concepciones del fascismo y del nacional-socialismo. "Ni Hitler, ni Mussolini se oponían a que se les denominara Super-Hombres, y ambos sentían y profesaban verdadero desprecio por las masas a las que guiaban; compartían con Nietzsche su odio a la democracia y al cristianismo.". 7

Aunque ya hablamos señalado que la teoría de Super-Hombre no puede aplicarse a la realidad, pues se trata de hombres del futuro cabría mencionar nuevamente a Hitler, por ser el hombre que más retomó los planteamientos de Nietzsche. En sus diarios él se describía como un Super-Hombre, sin embargo, cuando el filósofo alemán escribió sus conceptos pensó en los judíos y no en los alemanes de la raza aria.

Hitler decía: "la gran masa de una nación no es capaz de heroísmo ni de inteligencia, no es buena ni mala, sino mediocre. En una lucha social inerte, pero sigue al vencedor, su mayor deseo es encontrar a sus líderes". 8

Y precisamente sobre esos líderes Max Weber presenta el primer estudio al respecto.



## 2.2 VERTIENTES SOCIOLOGICAS

### 2.2.1 EL CARISMA, MAX WEBER

Retomando algunos planteamientos de los filósofos señalados anteriormente, Max Weber formula el primer estudio sociológico en torno al liderazgo. De hecho, es el primero en distinguir las cualidades básicas de un líder, sobre todo, le da nombre a la principal virtud: **AL CARISMA**.

Esta cualidad que permite a un hombre sobresalir por encima de los demás, Weber lo denomina carisma y lo define así:

"El carisma se refiere a una cualidad extraordinaria de una persona al margen de que esa cualidad sea real, atribuida o presunta. La autoridad carismática, pues, elude a un dominio sobre los hombres, predominantemente externo o interno, al cual los gobernantes se someten dada su creencia en las cualidades extraordinarias de esa persona". 9

Esa cualidad extraordinaria debe también traer consigo un don de mando, dice Weber pues quien no puede mandar carece de toda posibilidad de triunfo y puede ser abandonado fácilmente por sus seguidores.

El poder de su prestigio (como líder) debe motivar a la imitación, si fracasa deja inmediatamente de ser líder.

En sus estudios sobre el liderazgo, Weber sostiene que cuando un líder tradicional, conquista a sus seguidores merced al magnetismo de su carácter personal se aproxima a lo carismático.

Y en este sentido, algunos teóricos sostienen, que Weber no origino el término de carisma, sino que éste tiene una larga historia dentro de la teología cristiana, en donde se le concebía como un don de la gracia; sin embargo, no han podido presentar pruebas al respecto. Y Weber en cambio, sí completó sus estudios; en él distingue dos tipos de carisma:

**CARISMA INSTITUCIONAL:** Puede ser hereditario, transmitido mediante el acceso a ocupar un puesto en alguna institución. Este carisma convierte en algo divino al rey de una nación, a los obispos, al jerarca de la Iglesia católica y a todos aquellos individuos poderosos, a los cuales se les vincula con algo sagrado y por ende son carismáticos.

Este tipo de carisma se presta más al análisis racional, ya que no requiere de ascensos que tengan que ver con la multitud, simplemente son heredados y la masa por tradición los acepta.

\* **CARISMA NATURAL:** Aquí no existen líneas de autoridad ni costumbre. Los seguidores se someten a la voluntad del líder. Generalmente estas circunstancias se dan en épocas de crisis sociales que les permite dominar mejor a la gente.

Lo que pida o sugiera el líder debe convertirse en palabra divina y ser llevado a cabo de manera inmediata. No hay tiempo para las protestas, su calidad de líder le permite hacer lo que él quiera sin encontrar obstáculo alguno.

El análisis sociológico en este caso conlleva varios elementos; por una parte las cualidades del individuo que logra encender a las multitudes, pero por otro lado las condiciones sociales, políticas y económicas que dieron origen a esa crisis.

Estos líderes atraen miembros de manera considerable, y aquí rompe con Mill y Nietzsche al sostener que no es precisamente el genio, el líder de la comunidad, y que lejos de ser un ser aislado, es un individuo extremadamente sociable que participa y encabeza movimientos.

Estos hombres carismáticos están signados por una personalidad fuerte, con emociones de igual característica. La furia del guerrero, los desvaríos del demagogo, la calma del profeta pueden ser ejemplos de esas emociones que impresionan a la gente común.

Para alcanzar esa finalidad, el líder recurre frecuentemente a la oratoria, y a otras técnicas donde proyecta sus estados emocionales y logra llevar a la masa al frenesí, a la locura prácticamente.

Aunque de manera opuesta a Weber, otro gran sociólogo, Emile Durkheim, complementa las teorías del carisma .....

**FALTA PAGINA**

No. **51**

## 2.2.2. EMILE DURKHEIM. LO COLECTIVO. DURKHEIM

Para este sociólogo francés, lo colectivo está encima y más allá de quienes lo constituyen, es decir, que los hombres deben ser absorbidos por la sociedad y sólo pueden permanecer en ella en la medida en que dejan a un lado la individualidad, ya que como tal son seres ermitaños.

Este hombre idealista que recibió gran influencia de la religión sienta las bases del conflicto entre el mundo moral y los deseos de la persona, algo que después Freud llamaría "El superyó". Es decir, plantea una crisis entre los fines de la multitud y los del individuo, que en la mayoría de los casos no son iguales; sin embargo, finalmente la idea de lo colectivo se sobrepone por encima de cualquier aspiración personal.

Aunque sus planteamientos vislumbran algunos comportamientos de la masa y de la figura de un hombre, Durkheim resta importancia al fenómeno del liderazgo, ni siquiera utiliza el término de carisma y no parece interesarse en el genio movilizador de las masas.

Sin embargo, en su texto: **Las Formas Elementales de la Vida Religiosa**, Durkheim sostiene que existen rasgos de imitación cuando la multitud se encuentra congregada, dice, que la proximidad física impone un sentimiento común que se sincroniza como totalidad." 10

Pero resulta evidentemente que esos movimientos imitativos tuvieron que ser generados por una persona: por el líder.

Un poco en el sentido conductista, Durkheim sostiene que la multitud reacciona a determinados estímulos.

Estipulaba también bases de la psicología de masas, afirma que "los hombres se sienten más confiados porque se sienten más fuertes y en efecto son más fuertes".<sup>11</sup> Esa fortaleza se la otorga el carácter de colectividad que los hace invencibles en conjunto.

Sin reconocer el carácter del liderazgo, el sociólogo dice: "los hombres saben que reciben influencias, pero no saben de quién".<sup>12</sup>

Aunque "el líder venerado es menos una persona en el grupo encarnado". 13

"Si la sociedad se enamora de un hombre y cree hallar en él las principales aspiraciones que la impulsan, así como un medio de satisfacerlas, ese hombre será elevado por encima de los demás y por así decirlo deificado". 14

En este párrafo reconoce abiertamente el carácter que como líder adquiere un hombre que guía a la masa. Más que sólo un individuo, el líder será casi un Dios para la multitud que lo aclama. El hombre se transforma en un símbolo para la multitud inconsciente que lo eleva por encima de su rasgo.

Estas características de la masa y del líder-símbolo son factores que dice Durkheim se encontrarán presentes en toda la historia de la humanidad, y efectivamente son fenómenos que en cualquier lapso histórico se han hecho presentes, de ahí la importancia en la rama de las humanidades.

Sus estudios fueron después continuados de diversas formas por especialistas de varias disciplinas, entre ellas la psicología.

De hecho el estudio del liderazgo pasa a ser parte de esta actividad, en lo subsecuente las aportaciones en torno al tema serán dictadas por psicólogos y no por sociólogos.

## 2.3 VERTIENTES PSICOLÓGICAS

### 2.3.1 SIGMUND FREUD

Sigmund Freud no es precisamente un psicólogo de masas, ni sobre teorías de liderazgo, sin embargo, sus estudios le permitieron establecer premisas básicas en torno al tema.

Freud veía en la mentalidad grupal una especie de regresión primitiva, mediante la cual el raciocinio quedaba suprimido, todos los avances de la civilización son nulificados cuando se encuentran en masa.

Al igual que algunos filósofos como los que hemos señalado, Freud estaba convencido de que cuando las multitudes se encuentran en acción caen en un trance inconsciente, que no les permite ser dueños de sus actos.

Lo interesante, es que, precisamente un sólo hombre puede provocar esas circunstancias. Aunque, cabe aclarar que nos referimos al líder natural o carismático como afirma Weber.

Esta muchedumbre que se congrega ante determinada situación busca a un líder carismático, que les brinde un punto de autoridad absoluta, que por su misma vanagloria atraiga la admiración de los demás.

Ya en conceptos freudianos, podríamos decir que en la relación del líder con la masa se encuentra presente el concepto de NARCICISMO. Además el líder encarna la figura del padre primario, dotado de autoridad que posee un poder absoluto irrefutable.

"El grupo, aún desea ser gobernado mediante una fuerza sin restricciones, siente una pasión externa por la autoridad". 15

Freud sugiere la idea de que el líder no sólo es temido, respetado a adorado, a pesar de su tiranía; es también objeto de un amor apasionado. En este sentido se establece una relación entre amantes, donde uno debe evidentemente subestimarse ante el otro.

Cuando una persona ama, dice Freud, ha renunciado por así decirlo a parte de su narcisismo. En busca de sus objetivos la gente tiende a aproximarse a determinado grupo y se conjunta porque psicológicamente existe un instinto a la sociabilidad, la comunidad entonces se une invariablemente. El líder surge cuando conoce lo que la gente quiere, lo que desea, y si sabe explotar los instintos y las pasiones que posee la muchedumbre, será colocado por encima de todos los hombres.

El liderazgo, dice Freud, se localiza en el mensaje del líder y no en su persona. La gente escoge participar en un grupo porque le gusta la atmósfera y busca de manera consciente la unión, sin embargo, cuando hay un líder dotado de autoridad suficiente, el grupo pierde el raciocinio y se transforman, en seres inconscientes que sigue cual oveja al pastor.

Las investigaciones que se realizaron en el presente siglo XX no teorizan más sobre el término y sus entornos, sino sobre los tipos de líderes que existen, como a continuación veremos.

Durante el presente siglo, los estudios en torno al liderazgo están ya destinados casi exclusivamente a los psicólogos, el tema a pasado al tintero de la psicología, aunque en las ramas sociales no se le menosprecia.

Sin poseer el carácter universal que Mill, Nietzsche, Weber o Durkheim le dieron a sus postulados, los especialistas de la psicología difunden sus planteamientos sobre el liderazgo. Fundamentalmente se centran en tres teorías distinguidas por Wiltaker que a continuación enunciamos. 16

### **2.3.2. TEORÍA DEL GRAN HOMBRE:**

Este tipo de líder, según Wiltaker, posee cualidades innatas que se reflejan desde la niñez. Estas características lo sitúan por encima de los demás, sobresale del resto y se consolida como la guía de una comunidad. Estos postulados sostienen la idea de que los líderes nacen no se hacen.

Bajo estas circunstancias, estaríamos hablando de una especie de "carisma" personal que logre atraer a la multitudes sin recelo y sin demora y que lo coloca por sobre todos los miembros del grupo. Su atracción, en la mayoría de los casos no puede ser explicada científicamente, porque está determinada por cualidades innatas difíciles de explicar.

Ejemplos de esta teoría serían: Jesús de Nazareth, Mahoma, Buda, Ghandi y Napoleón.

### 2.3.3. TEORÍA DE LOS TIEMPOS:

Como se puede preveer por el título, este tipo de líderes se encuentra determinado por el tiempo, por el azar, por circunstancias de un período.

El líder, quien también posee algunas cualidades carismáticas, se encuentra en el momento adecuado en el lugar adecuado. El momento histórico por el cual atraviesa le permite colocarse sobre los demás miembros del grupo.

En este caso no se necesita que el guía del movimiento posea experiencia desde niño, basta con encontrar una oportunidad y saberla aprovechar. Y aunque no sea "el gran hombre", este individuo puede también arrastrar con las multitudes, las cuales se doblegan ante él e imitan sus acciones. El ejemplo más claro de este tipo de líder es Adolfo Hitler, el canciller alemán.

De hecho, podríamos decir, que la mayoría de los grandes líderes políticos son un ejemplo de la teoría de los Tiempos.

Aunque el papel de estos líderes es circunstancial, resulta evidente que cuentan con atributos suficientes para llamar la atención de la multitud, pueden también formar parte de un tipo de líder "carismático", aunque no se haya distinguido desde su niñez por ser un infante con gran poder de convocatoria.

### 2.3.4 TEORÍA DE LA INTERACCIÓN:

Este tipo de liderazgo está en función de la relación que se establece en la comunidad, es decir, se vinculan los rasgos de los seguidores con los del líder. El líder sigue los patrones de conducta de sus comunidades y logra dominarlos completamente.

La función del líder es representar y dar expresión a las necesidades y los deseos del grupo y contribuir de modo positivo a satisfacer esos requerimientos.

En este caso es evidente que el guía tiene funciones delimitadas y a pesar de que se encuentra por encima de los demás sus acciones están determinadas por el comportamiento del grupo.

Un ejemplo de estos líderes pueden ser los representantes de organismo internacionales, supeditados a las reglas de la organización y a los dictámenes de los miembros de la misma.



## 2.4 TIPOS DE LÍDERES

Hasta la década de los 40, sociólogos, psicólogos y comunicadores parecían estar más interesados en definir quién era un líder y quién no. Sin embargo algunos años antes (1930), un prominente psicólogo, Kurt Lewin, inicia uno de los estudios sobre el liderazgo más importantes del período.

Formulando una teoría experimental, Lewin demuestra que hay un contraste entre dos estilos de liderazgo: el democrático y el autocrático.

Algunos años más tarde, White y Lippitt retoman sus planteamientos y agregan uno más:

**DEMOCRÁTICOS:** Las decisiones que emprende las somete a discusión, el resultado es un liderazgo fortalecido. Es el tipo de líder que la gente desea conscientemente.

**AUTOCRÁTICOS:** Este tipo de liderazgo provoca hostilidad en el grupo y cuando el líder no se encuentra presente la comunidad no funciona como debe de ser, es decir, hay un baja en su rendimiento como grupo social, pues no hay quien determine las reglas del juego.

**LAISSEZ FAIRE:** El líder participa de modo mínimo en el grupo. Son meros instrumentos que se dedican a organizar a la comunidad. El que más sabe, el que más agrada o el que mayores habilidades interpersonales posee, será el encargado de llevar a cabo la función.

Estas son algunas de las clasificaciones que sobre el líder han hecho los especialistas, pero no son las únicas, de hecho, no existe un acuerdo general una sola estipulación, sólo coinciden en señalar que el líder es el miembro del grupo que potencialmente es capaz de ejercer una mayor influencia en él.

Dentro de la clasificación de Wiltaker, se agregan también los siguientes:

**LÍDER FORMAL:** Existen líderes y grupos perfectamente ubicados con roles y estatus conocidos y aceptados por todos los miembros del grupo e inclusive por los ajenos. Ejemplo: directores de organismos civiles o del ejército, entre otros.

**LÍDERES INFORMALES:** Aquí se encuentran determinados por circunstancias o fenómenos imprevistos; son grupos que se forman dadas las circunstancias y que con esa misma facilidad pueden desaparecer. el líder. entonces es igualmente efímero.

En este caso no existen roles determinados, los únicos que se respetan son los del líder y del grupo, no hay nada más; Otra clasificación es la siguiente:

**LÍDER NATURAL O CARISMÁTICO:** Estos conceptos están tomados de las teorías expuestas por Max Weber. El líder posee la gracia personal para atraer miembros al grupo.

Tiene su círculo de acción dentro de comunidades con territorios estipulados, puede ser desde un pueblo hasta una nación. Regularmente se encuentran vinculados con fenómenos políticos, es decir, con búsqueda del poder, o por lo menos de ciertas ventajas para su comunidad.

Posee cualidades innatas para el manejo de la gente, sabe captar los fenómenos sociales y económicos que pueden ser utilizados para su persona.

Dentro de los líderes carismáticos también se encuentran los Reyes de una nación, quienes por mandato supremo toman el poder, sin embargo, la embestidura les proporciona un don que los habitantes reconocen y respetan.

**LÍDER DEMOCRÁTICO:** Estos líderes emanan de la sociedad y por lo tanto son tolerantes y menos demagogos. Cree en el orden y en las leyes y evita las adulaciones de las masas.

Debido a su tolerancia y al respecto de las leyes frecuentemente fracasa como líder, pues es superado por el carácter del líder natural.

El guía de este sistema da la oportunidad a los miembros de elegir cuál es el rol que más les agrada, se declara siempre como un individuo respetuoso de las decisiones de los demás miembros del grupo.

En una campaña de propaganda puede llegar a tener éxito, pero después fracasan.

**LÍDER INSTITUCIONAL:** En este caso, el hombre se coloca por encima de los demás por el sólo hecho de ocupar un cargo importante en la sociedad, aunque carezca de los atributos necesarios para liderar un grupo.

En algunos casos sucede que el líder institucional posee también las cualidades de un líder carismático y entonces sus funciones se facilitan porque logra cautivar a los miembros de la comunidad.

El poder de estos hombres se encuentra legitimado por leyes y costumbres y por lo regular casi no hay trato con los servidores.

**LÍDER DE OPINIÓN:** Los líderes de opinión son, hoy, la élite más influyente en una sociedad. Su capacidad y su inteligencia les confiere un poder mayúsculo. Su labor radica en comunicar al resto de la sociedad factores que para éstos pasan desapercibidos, recogen también los sentimientos de los conceptos y los orientan.

Generalmente les resultan familiares a la comunidad por la frecuencia con que les ve en la televisión, se les escucha en la radio o se les lee en los periódicos. No necesariamente requieren de carisma o de buen gusto, en la mayoría de los casos no son conocidos públicamente, pero sus comentarios crean polémica y pueden orientar a los miembros de la comunidad.

La pregunta que aún queda por resolver y que diversos autores lo ha hecho es qué cualidades debe poseer un hombre para convertirse en líder político, ya entrando en la perspectiva de la propaganda.

## 2.5 CUALIDADES DEL LÍDER

Al igual que en los tipos, las cualidades también se encuentran distribuidas de diferentes maneras. Para efectos de metodología habremos de señalar en primera instancia las cualidades que poseen la generalidad de los líderes y posteriormente el caso específico de los líderes políticos de los que se vale la propaganda.

Psicológicamente, el líder se encuentra en el centro de la interacción y necesita de un buen método para analizar la situación social en la cual debe actuar. Algunos de los requerimientos que deben poseer los líderes, según Georges Homes son las siguientes:

- \* Debe mantenerse propia posición
- \* Debe vivir en conformidad con las normas del grupo
- \* Debe dirigir
- \* Debe dar órdenes utilizando vías establecidas
- \* No debe imponer a sus seguidores en los acontecimientos sociales
- \* No debe censurar ni elogiar a un miembro de su grupo en presencia de otros miembros
- \* Debe tener en cuenta la situación social
- \* No infringir castigos y crear condiciones de disciplina
- \* Debe escuchar

En algunos casos el líder no resulta ser el más popular, pero sí el que manda; esta propiedad sólo puede lograrse cuando el hombre aprende las normas del grupo y las acata.

El liderazgo desde la perspectiva de la psicología está asociado con grupos informales, y aunque tienen un gran margen de acción también hay restricciones a su libertad.

También se sugiere que los líderes superan a sus seguidores en conocer a los subordinados y en mostrarles consideración, en mantener los canales de comunicación y dar el ejemplo en tomar decisiones.

En su libro Psicología Social, Otto Klineberg, dice al respecto:

"Los miembros del grupo aprenden a imitar al líder" y agrega "la muchedumbre no es distinta de los individuos, aunque pierden parte de sus identidad". Apoya los postulados de Le Bon que insiste en que el grupo es más que la suma de sus partes y que el individuo queda alterado por la presencia del grupo.

Y ya entrando en el ámbito político, Whittaker, sostiene en su texto la Psicología Social en el mundo de Hoy, que el liderazgo es un fenómeno de interacción donde los individuos deben de estar convencidos de que su líder satisface las necesidades del grupo.

Entre los atributos que debe poseer ese líder político, según él, están:

- Inteligencia.
- Logro.
- Confiabilidad.
- Responsabilidad.
- Participación Social.
- Estatus socioeconómico.

Evidentemente deben ser absolutamente más populares, y tener buen rendimiento en la tarea. Dos de los más importantes investigadores de propaganda política de México coinciden casi en la mayoría de los aspectos que debe tener un líder en la materia. Retomamos los puntos estipulados por Eulalo Ferrer, en el Ancho Mundo de la Propaganda:

- Inteligencia.
- Cualidades de mando.
- Voluntad.
- Honestidad.
- Decisión.
- Tenacidad.
- Dinamismo.
- Ilustración sobre el problema del estado.
- Patriotismo.
- Mística partidista.
- Religión.

- Sentido.
- Responsabilidad.
- Simpatía.
- Magnetismo.
- Programa.
- Ideas de gobierno.

Con todos estos elementos enunciados en la parte teórica del trabajo, la propaganda trabaja para difundir la imagen de esos grandes líderes o para crearlos si es necesario, es decir, el trabajo de la propaganda en ocasiones no sólo consiste en aprovechar la imagen de un líder, sino en crear uno, en crear mitos para ayudar a una campaña. De lo que hablaremos a continuación.

## 2.6 COMO CREAR UN LÍDER EN LA PROPAGANDA

A través de toda la historia universal, la propaganda ha funcionado también como una fábrica de mitos, de líderes, de leyendas que guíen a la sociedad. Su labor no sólo consiste en difundir la imagen de un hombre, sino en muchas ocasiones de "crear a ese hombre".

Y es que una sociedad acostumbrada a que un guía dirija, no puede existir si no está presente la figura del líder. Hasta la actualidad no existe algún caso de comunidades que haya podido desarrollarse como tal sin la presencia de un mandatario.

Crear un líder, o un mito, en muchas de las ocasiones es más que un acto de poder, es sobre todo un hecho de sobrevivencia de la sociedad.

La psicología a podido comprobar que la moral de una comunidad disminuye cuando no tiene algo en que creer, inclusive se habla de que las emociones menguan si no existe un patrón humano digno de imitarse. Si no hay uniformidad en la tribu el destino es casi siempre indiscutiblemente: el caos. Por lo tanto debe existir una figura a la cual se le encomiende la dirección de la sociedad, pero esa imagen no debe recaer en cualquier persona, debe ser un hombre fuera de serie, que se coloque por encima de todos los demás; un individuo con el carisma suficiente para atraer a las masas, para dominarlas, para gobernarlas.

Es usual, por ejemplo en períodos de crisis ver disminuir la moral y las emociones de las naciones; este es el mejor momento para el surgimiento de un nuevo líder en la comunidad, este es el instante de hacer funcionar a la propaganda.

Cuando un hombre fuera de serie se presenta ante la sociedad, la labor del propagandista no es difícil, la gente lo acepta por sí mismo porque su personalidad los atrae. Cristo, Mahoma, Buda e incluso Napoleón no tuvieron problema alguno para su propaganda, no necesitaban de los servicios de un especialista para convencer a las masas.

Pero al pasar el tiempo, las circunstancias se han modificado. Años más tarde emergerían Lenin, Hitler, Churchill, Ghandi, Stalin y Roosevelt entre otros grandes líderes del siglo XX. Cada país cuenta en su haber con un gran hombre, un genio, un líder.

Esos hombres lograron el control de una forma natural en su imperio o país. Estos líderes eran naturales, su magnetismo personal les permitía eso y mucho más.

La propaganda en esos casos sólo refuerza a través de diferentes medios la imagen de los líderes. El éxito de la campaña se puede decir está asegurado, no existe el menor riesgo de perder porque hay un genio de las masas de por medio.

Estos líderes carismáticos parecieran ser los más idóneos para usarlos en la dirección de una campaña porque sus cualidades para el manejo de la gente y su poder de captar las necesidades emocionales de ésta pueden ayudar mucho. Harold Laswell sostiene que estos líderes carismáticos son oportunistas y se adhieren a la organización que pueden darle el poder.

Pero lejos de ser un insulto para ellos, el nombrarseles como oportunistas es una cualidad más, porque demuestran inteligencia para acceder al poder, su instinto se encuentra siempre fresco para valerse de cualquier cosa y conseguir el dominio de las masas.

Sin embargo en los umbrales del siglo XXI la propaganda enfrenta un grave problema, pareciera que de pronto esta generación de hombres dejó de existir, las masas ya no creen más en aquellas que se dicen líderes. La propaganda entonces, ahora es más estilizada. Los propagandistas tienen como misión convertir al hombre común y corriente, en un gran líder.

Actualmente a falta de líderes natos se fabrican y no sólo para conseguir el poder, sino para llenar esos huecos en la sociedad; un efecto contrario conllevaría a una catástrofe social. Pero entonces, la propaganda crea un mito, un líder:

En su texto, *La Opinión Pública y la Propaganda*, Kimball Young da una serie de sugerencias para llegar al objetivo:

Quando se crea un nuevo mito hay que tomar en cuenta los antecedentes de aprendizaje temprano y las motivaciones\*. Es decir, hay que saber cuáles son las características de la sociedad, para conocer así qué cualidades debe tener el nuevo líder.

Si se trata de una sociedad paternalista, entonces el líder será el nuevo padre; si la comunidad gusta de la libertad, entonces un hombre revolucionario atento a las reglas del juego; si... esto..., entonces... aquello.



Bajo este parámetro la propaganda trabaja para darle al pueblo exactamente lo que ellos quieren, no debe haber lugar a dudas de que encontraron el hombre perfecto para guiar sus destinos.

1. Los deseos más intensos de la población, desde el punto de vista psicológico son los frustrados. 18  
Sobre eso entonces el propagandista debe trabajar, su principal objetivo es encontrar psicológicamente cuáles ha sido los deseos frustrados de esa sociedad y entonces usarlos en la promoción.

Pero, si esos deseos no existen en la mentalidad de la población, " el propagandista los crea, los induce a través de diversas técnicas", lo importante es que los receptores encuentren alguna necesidad para cubrir con ese líder.

2. - Se le debe dar al líder una nominación poderosa, "se clasifica al líder como una persona emocionalmente poderosa, un hombre que puede darlo todo por su pueblo." 19
3. A través de un proceso testimonial, los hombres más sobresalientes de un país aprueban al líder, porque es el mejor hombre que pueda encontrar la nación. Con él todos los obstáculos quedan derrumbados y sin él el país no es nada.
4. Generalidades brillantes. La imagen, evidentemente deben ser la de un hombre fuera de serie, sin igual, la gente quedará convencida de que él es un individuo con las características suficientes para guiar el grupo sin contratiempos.
5. Se utilizan evidentemente engaños y la falsificación de la información.

Por último, y quizá uno de los puntos más sobresalientes es el de realizar diferentes asociaciones o transferencia de imágenes. Es decir, vincular a este hombre con individuos cuya imagen por sí misma cautiva a la gente. Un hombre carente de personalidad busca la figura de un gran líder para cobijarse en ella. A través de este mecanismo se hace creer a las personas que este incipiente líder es la viva imagen de aquel gran héroe.

Sin embargo, también es necesario despertar en la población verdaderos deseos de encontrar a un hombre como el que se promueve.

Estas técnicas la mayoría de las veces requieren de un esfuerzo que de manera inconsciente y casi desvinculada apoye al pie de la letra las indicaciones de cómo hacerlo, también de un estudio de la población receptora, incluso de manera inconsciente, un análisis global de las circunstancias, y del momento histórico.

Para apoyar este proceso, es importante también difundir conceptos emocionales como el miedo, la cólera y en general todos esos sentimientos que afectan a la población.

**"También habrá que difundir ideas que tengan que ver con la seguridad económica, la satisfacción en el amor, bienestar de los miembros de la familia y de los amigos íntimos". 20**

A las masas, en determinadas ocasiones les gusta un líder democrático, apegado al derecho y no a la demagogia, sin embargo esta solicitud no es permanente y con el tiempo la falta de autoridad personal acaba por cansarlos, este líder se dirige invariablemente al fracaso.

Y es que los grandes líderes se consolidan, precisamente porque demuestran su capacidad de mando y de dominio de la población, la cual cae rendida ante su autoridad. Entre más fuerte es el líder, mayor es la seguridad de la población con respecto a la nación, es decir, están seguros de tener al frente a un hombre con la fortaleza necesaria para guiar los destinos del país.

El hecho de que no sean líderes carismáticos emanados del poder de la masa también los coloca en desventaja, pues aunque los hombres respetan a las instituciones, su persona no les merece el menor respeto ni admiración, y conforme pasa el tiempo esas instituciones tampoco significan nada para ellos. Además el alejar a la sociedad de los procesos de selección provocan un distanciamiento entre el líder y ellos y por lo tanto carecen de legitimidad.

La propaganda en estos casos recurre a una más de sus técnicas: El propagandista otorga un nuevo nombre a la peor estructura, la convierte en un nuevo mecanismo, con un nuevo nombre, agradable a la sociedad. Es así como la comunidad puede volverlo a aceptar. Pero hay casos, en que las técnicas no son bien utilizadas, este lamentablemente es el problema de México.....

## NOTAS DE PIE DE PÁGINA CAPITULO II

1. Stuart Mill. **Sobre la Libertad**. Ed. Aguilar. pag. 98
2. John Stuart Mill. **On Liberty**. Ed. Norton. pag. 61
3. Op. cit. pag. 63
4. Friedrich Nietzsche. **El Futuro del Poder**. Ed. Rusell and Rusell. pag. 366
5. Friedrich Nietzsche. **El Anticristo**. Ed. Fontamara. pag.9
6. George Sabine. **Historia de la Teoría Política**. Ed. Fondo de Cultura. pag. 636
7. Op. cit. pag. 637
8. Adolfo Hitler citado por Sabine. op. cit. pag. 644
9. Max Weber. **From Max Weber: Essays in Sociology**. Ed. Oxford University Press. pag. 295
10. Emile Durkheim. **Las Formas Elementales de la Vida Religiosa**. Ed. Nueva York Free Press. pag. 387
11. Op. cit. pag. 389
12. Véase Emile Durkheim en el **Dualismo de la Naturaleza Humana**
13. Emile Durkheim. **Las Formas....** pag. 380
14. IBIDEM
15. Sigmund Freud. **Group Psychology and the analysis of ego**. Ed. Norton. pag. 6

16. Wittaker. *Psicología Social en el Mundo de Hoy*. Ed. Fondo de Cultura. pag. 67.
17. Otto Klineberg. *Psicología Social*. Ed. Paidós. pag. 96
18. Kimball Young. La Opinión Pública y la Propaganda. Ed. Paidós. pag
19. Op. cit. pag.
20. 7Op. cit. pag.

**CAPITULO III**

***HISTORIA DEL PERIODISMO EN MEXICO***

### 3.1. HISTORIA DEL PERIODISMO EN MEXICO

En 1519 los hombres llegaron a la Villa de Rica de la Veracruz, la leyenda de Quetzálcoatl, decían, se había cumplido. Los pregoneros rápidamente informaron de lo acontecido. La labor informativa estuvo presente en aquella fecha. Sólo dos años después el 13 de agosto de 1521 esos hombres celebran la caída de lo que fue la Gran Tenochtitlán y nuevamente los pregoneros dan cuenta de esto en sus mensajes.

Se documenta así sólo uno de los casos en los que el periodismo está presente en las culturas antiguas de México; sin requerir del invento de Gutemberg y del chino Isai Koun, los habitantes de la nueva nación pudieron enterarse de lo acaecido.

Aproximadamente desde 1524 se reconoce la labor de los pregoneros en la Nueva España, a través de ellos los dirigentes daban a conocer las principales disposiciones del cabildo. Se dice que el primer pregonero en México fue Francisco González.

Al paso del tiempo, el periodismo fue convirtiéndose en una labor importante y temida por los reyes. Se cuenta por ejemplo, que llegaron a prohibir hasta los pasquines pues cuando éstos se convertían en rumor llegaba a provocar incluso daños sociales. Estos mensajes eran colocados en las puertas de las casas y la gente se encargaba de difundirlos, su amplia cobertura les daba un gran poder sobre la masa.

El 10 de junio de 1539 el invento de Gutemberg llega a México; a través de Juan Cromberg y Juan Pablos el invento llega al nuevo continente.

En esa imprenta se edita el primer libro de la nación: La Breve y más Compendiosa Doctrina en Lenguaje Mexicano y Castellano. La Escala Espiritual para subir al Cielo de San Juan Climaco. 1

Después de la llegada de la imprenta comienzan a circular las denominadas hojas volantes, que en Europa ya tenían algunos siglos de estar funcionando. La más antigua, según se tiene registro es la del 10 de septiembre de 1541 cuando Juan Rodríguez relataba "El espantable terremoto que ha acaecido en las Indias en una ciudad llamada Guatemala". Rodríguez estuvo presente en el fenómeno natural y utilizó la entrevista para documentar su nota, con un carácter, evidentemente, amarillista.

Con el tiempo estas hojas volantes le dieron forma a las Gazetas, (integradas con siete u ocho cuartillas) La primera en la Nueva España es "Sucesos de este año de 1667", impresa por la viuda de Calderón.

En 1722 surge la Gaceta de México editada por Juan Ignacio Castorena y surge el periodismo como tal. En la Gaceta se separa la información geográficamente; sin embargo no estaba constituido por noticias recientes, sino de meses atrás. Su aparición era mensual y sólo se conocen seis números. En él también se abordaban temas religiosos. <sup>2</sup>

En 1728 surge la segunda Gazeta de México, editada por Juan Francisco Sahagún de Arevalo. De este medio se conoce por lo menos 157 números con apariciones quincenales y mensuales. Su desaparición se debió, se dice, a la falta de papel; sin embargo tiempo después resurge con el nombre de Mercurio de México. <sup>3</sup>

En este periódico se publicaban las notas de más actualidad y la información extranjera se daba a través de cartas. También colaboraron ahí políticos, religiosos e intelectuales.

El poder de la prensa en la época colonial ya se vislumbraba, por tal razón los reyes rápidamente legislaron para poner barrera a la libertad de expresión.

Por ejemplo, para poder imprimir un periódico se necesitaba de la aprobación del Virrey y éste ponía como condiciones seleccionar las notas y no realizar críticas al sistema. Las fuentes de información eran en muchas de las ocasiones "oficiales" y carentes de sentido social. No existen los géneros opinativos, por lo tanto los periódicos se consolidaron como un documento histórico.

En 1784 surge a la luz una nueva Gazeta de México, ésta fundada por Manuel Antonio Valdés. El incipiente diario era una copia del editado por Sahagún. Sin embargo en 1809 da un cambio en su estilo y se convierte en el órgano oficial del movimiento de Independencia.

El periodismo poco a poco se va transformando y dejando atrás su carácter oficial para acceder a un nivel social, de conciencia popular y otorgándole voz al pueblo.

Cuando el 15 de septiembre, Miguel Hidalgo y Costilla da el grito de Independencia también se abre una nueva perspectiva para el periodismo nacional. Debido al conflicto, la prensa se ve obligada a tomar partido y se convierte así en una prensa opinativa, en favor o en contra del movimiento.

A favor de la Independencia se encontraban: **El Despertar Americano**, que edita Miguel Hidalgo y Costilla. **El Ilustrador Nacional**, de José María Coss, (en él se comentaba las batallas y conflictos y su influencia llegó a ser tal, que los cleros amenazaban con la excomunión a quien colaboraba y leía el periódico). **El Diario de México**, también apoyó la causa insurgente.

En este medio colabora Leona Vicario, a quien la historia da el mote de primera mujer periodista en México.

Con fines revolucionarios, la Constitución de Cadiz (1812) establece la primera Ley de Imprenta, en donde se defendía la libertad de escribir, en tanto no se atacara la vida de las personas, sus costumbres y sobre todo la religión.

Evidentemente esta constitución no es difundida en la Nueva España por lo que Joaquín Hernández de Lizardi critica en su periódico **El pensador mexicano**, la medida. Por eso y muchas acciones más Lizardi estuvo en varias ocasiones recluido en la cárcel. <sup>4</sup>



Así, a manera de conclusiones podríamos decir que la prensa durante el movimiento insurgente se caracterizó por su contenido opinativo, delegando los temas intrascendentes que había dominado la historia del periodismo hasta este momento.

El periodismo, posteriormente adquiere una verdadera importancia, algunos periódicos llegaban a editar hasta dos mil ejemplares, que tomando en cuenta el analfabetismo existente era considerable.

La prensa en México, dio así uno de los más importantes giros. Imitando la tradición de la Revolución Francesa que en 1879, junto con la libertad, la igualdad y la fraternidad, promovió también el periodismo de la opinión.

Cuando el movimiento insurgente triunfa y sube al poder el emperador, Agustín de Iturbide, la prensa continúa con su cualidad crítica, aunque también tuvo algunas limitaciones. Veamos:

Los periódicos continúan divididos en dos bandos, los que están a favor y en contra. Hay poca censura, todos podrían escribir si tenía una imprenta para publicarlo. El periodista deja de ser un simple Informador para convertirse en un líder social. Cuya palabra influye en los lectores y políticos.

Durante este lapso los periódicos más importantes son: **El Diario de la Soberana Junta del Gobierno del Imperio, de Alejandro Valdés**. Pretendía justificar las acciones del emperador y del grupo en el poder, se constituyó como el principal organismo de propaganda masiva de el régimen de Iturbide

Nuevamente como en los tiempos de la independencia cada corriente política contaba con su órgano de difusión no sólo para expresar sus ideas, sino para influir en los lectores, se trataba en pocas palabras de conseguir adeptos a través de este medio de comunicación. El periodismo así, se va ligando rápidamente a la actividad política. Antonio López de Santa Ana se convierte en el nuevo Presidente y surge uno de los principales diarios del país: El siglo XIX. Este periódico fundado por Ignacio Cumplido en 1841 se consolida como el medio liberal por excelencia. Entre sus principales colaboradores estuvieron Francisco Zarco y Guillermo Prieto. <sup>5</sup>

Y al correr del tiempo, los políticos en el poder se dan cuenta de la enorme influencia del periodismo dentro de los círculos sociales, por eso, para evitar ataques comienzan a decretar diversas leyes atacando directamente la libertad de expresión.

Una de esas leyes es precisamente la elaborada por Manuel Arista, la cual coloca trabas a la libre expresión de las ideas en los periódicos. Esta ley junto con la Ley Lafragua y la Ley Lares, efectuadas más adelante; censuran a los periódicos, se atacaba a la gente que insultara al gobierno y a sus representantes. Prohíbe la difusión de noticias falsas, y aquellas en donde se invitara a la población a participar en una rebelión; e inclusive se castigaba con severas multas y cárcel a todos aquellos periodistas y editores irrespetuosos de las leyes.

La mayoría de los periodistas, sin embargo, no se dejaron amordazar por los políticos y después de la caída de Santa Ana pidieron estar presentes en el Congreso Constituyente y, en él pugnar por garantías constitucionales para la libertad de expresión.

Quedaron así establecidos los artículos 6 y 7, los cuales sólo limitaban a la libertad de expresión en tanto no se atacara la vida, la moral y las cuestiones públicas de la nación.

Sin embargo, tras el comienzo de una nueva contienda, esta vez de carácter externo; la prensa resurge como un medio crítico y partidista, donde los enemigos se habrán de enfrentar con la artillería de las palabras.

Surge La Orquesta, un periódico de oposición radical. A manera de anécdota se cuenta que sus editores se inclinaron por ese nombre porque intentaban suavizar al supremo gobierno insensible. La música, decían, hablaba a los animales.

En estos momentos la prensa era totalmente partidista; era el canal donde se gestaba la lucha ideológica con bastante fuerza; su objetivo era evidentemente conseguir adeptos para sus causas las cuales defendían en los distintos frentes de la contienda.

La importancia del periodismo se representa cuando los mismos franceses al arribar a Veracruz (donde comienza la contraintervención) deciden formar un periódico que les sirviera como órgano oficial a los soldados de Napoleón II, este diario se denominaba "la Crónica del Ejército Expedicionario". Y su meta era también funcionar como un medio de propaganda abierto. <sup>6</sup>

En la contraparte, Sotero Ojeda creó en Uruapán **La Luz de la Vigía** y en Puebla se formaron dos seminarios para dar cuenta de la histórica batalla del 5 de mayo, en donde las tropas mexicanas al mando del general Zaragoza derrotaron al ejército francés.

Los soldados luchaban en la montaña y los intelectuales sobre todo, en la prensa. **El pájaro Verde**, por ejemplo, fue un diario de propaganda a favor de la instauración de monarquía en nuestro país. Precisamente durante el Imperio se creó un órgano de difusión y apoyo al régimen, **El Diario Imperial**, en él, Maximiliano tuvo un buen aliado, ahí se publicaba todo lo bueno en torno al emperador. Evidentemente hacía esfuerzos por negar los conflictos y problemas de la monarquía. Junto con Maximiliano, el **Diario Imperial** desaparece en 1867.

También Benito Juárez supo gestar un colaborador. Al arribar a San Luis Potosí en huida al ejército francés, se publicó el **Diario del Gobierno de la República**, vocero oficial, sobre todo en aquella dura lucha ideológica entre liberales y conservadores. <sup>7</sup>

En 1864, Juárez consigue la Presidencia con la ayuda del general Porfirio Díaz, quien elaboró el **Plan de la Noria** para defender la no reelección.

Durante el mandato de Juárez floreció el periodismo cultural. Henry Ledipus en su libro Historia del Periodismo Mexicano, afirma "fue una especie de renacimiento literario, los periódicos establecían clubes de la lectura y se celebraban sesiones en las que se leía poesía".

En este lapso los grandes intelectuales, sobre todo ideólogos, formaban sus periódicos para dar a conocer sus ideas y, nuevamente influir en la sociedad.

Sin embargo, no todo era miel sobre hojuelas, la mayoría de los periódicos externaban una dura crítica contra el gobierno de Juárez, al cual acusaban de "sanguinario". Al respecto había quien difundía la versión de que a Juárez se le debía el mayor número de crímenes políticos registrados hasta ese momento en la historia de México.

El diario *El Federalista*, por ejemplo justificaba su ataque a Juárez, de la siguiente manera: "a él se le deben 14 años en que ha llovido sangre, creíamos tener un Moctezuma, pero tenemos un huichilobos. Jamás olvidaremos que supo colonizar los cementerios".<sup>8</sup>

Pero la peor parte de esta crítica fue cuando Juárez intentó buscar la reelección; a partir de ese momento, arreciaron los reclamos, hay inclusive quien señala, al Benemérito de las Américas como un sujeto mal visto su partido.

Y cuando consiguió la reelección, los periódicos documentaron "el fraude electoral", realizado para mantener en el poder al "sanguinario" Juárez. Los diarios que más difundieron esta versión fueron: *Siglo XIX y el Ferrocarril*, dos periódicos defensores de la causa porfirista.

Mientras, *La Voz de México y el Republicano*, guardaban cierta neutralidad.

Estas batallas en los diarios se vieron reflejadas en el país, México continuó con constantes rebeliones e inestabilidad política.

En el año 1874 México, vio nacer a uno de los diarios más críticos creados hasta el momento. La familia de los Ahuizotes, hizo su aparición con el primero de ellos.

Ya sin Juárez la lucha a través de los medios se suscita entre Sebastián Lerdo de Tejada (presidente) y Porfirio Díaz. *La Revista Universal*, por ejemplo, realizaba propaganda a favor del primero, mientras que *El Correo de México* y *el Sufragio*, lo hacían por Díaz.

El periodismo de esta época no es resultado de una actividad comercial, sino producto de la necesidad creciente de contar con un órgano de difusión, sobre todo en los círculos intelectuales, pues el resto de la población era un analfabeta.

El periódico se convirtió así, en un medio dedicado a la propaganda, a través de él, se trataba de influir a los demás ciudadanos; el objetivo final era ganar adeptos, y el periódico resultaba ser el mejor medio para lograr una buena cobertura.

Un claro ejemplo de lo anterior, fue la fundación de tres importantes periódicos creados para hacer campaña en favor de su jefe máximo: Porfirio Díaz. Estos medios fueron *El Monitor Tuxtepecano*, y *el Republicano*, los cuales se constituyeron en "magnífico vehículo de propaganda para el Presidente Díaz".<sup>9</sup> Finalmente los resultados fueron favorables y Porfirio Díaz llegó a la presidencia de la cual no se separaría en más de tres décadas.

### 3.1.1. PRENSA EN EL PORFIRISMO

Una de las prensas más críticas que registre la historia del país, es sin duda la del inicio del mandato de Porfirio Díaz, sin embargo, era evidente que un periodismo de esta envergadura estaba destinado a la sepultura, como señala María del Carmen Ruiz Castañeda.

Porfirio Díaz, conocedor de lo eficiente del poder de la prensa cuando alguien se propone cambiar el sistema de gobierno; impulsa algunas medidas para frenar a la prensa; una de ellas, fue diseñar un programa de subvenciones a los periodistas y comprar así las líneas de los diarios. Evidentemente, los disidentes sufrieron una gran represión por no aceptar colaborar con el régimen.

La prensa, entonces, optó por cambiar el discurso en sus notas, ahora se identificaban con la clase burguesa, clamaban por la paz y reprochaban las tendencias revolucionarias, pues sólo buscaban el poder, decían, y no el bien de la nación.

El resto de sus compañeros, que continuaban con sus afanes reflexivos fueron atemorizados. En 1883, Díaz propone una modificación constitucional a los artículos 6 y 7 de la Carta Magna, limitando así nuevamente la libertad de expresión, uno de esos cambios otorga al estado, el poder de juzgar a los periodistas que transgredieran las leyes, siendo, "coincidentemente", los opositores los catalogados como transgresores de la Ley.

La labor para acallar a la prensa se concretó también en un ataque directo a los periodistas; en numerosas ocasiones se le recogía el material de la imprenta y se confiscaban sus bienes, instrumentos señalados como objetos del delito.

Pese a los constantes ataques en contra de la prensa opositora durante este lapso, dicen los investigadores como Salvador Novo, se desarrolló un periodismo de gran calidad, con hombres profesionales que sin embargo, fueron desapareciendo poco a poco.

Al principio de su régimen Porfirio Díaz contó con el apoyo de importantes diarios, como fueron **La Prensa, La Reforma y El Diario del Hogar**. Sin embargo, cuando se anunció la reelección, muchos de estos periódicos, le dieron la espalda. La respuesta gubernamental, fue consecuentemente más represión.

Al pasar el tiempo, el número de periódicos editados en el país, era sumamente inferior. Pero, claro, aumentó la cantidad de diarios subvencionados.

Los gastos para este rubro eran de por lo menos 40 mil pesos al mes, según estimaciones de María del Carmen Ruiz Castañeda, este aparato de propaganda costaba igual que mantener a 248 diputados y 46 senadores, además de los presidentes municipales.

Durante este período también aparece *El Imparcial*, un diario que revolucionó al periodismo nacional. A cargo de Rafael Reyes Espindola, este periódico introdujo importantes avances tecnológicos.

Subsidiado también por Díaz, *El Imparcial* estableció un sistema de sorteos a través de suscripciones, con lo cual pretendía atraer la atención del público lector. Y tal fue su éxito que en 1907 llegó a vender, más de 100 mil ejemplares.<sup>10</sup>

Así el panorama de la prensa comienza a transformarse en los últimos meses del siglo.

En 1900 los liberales encabezados por Camilo Arriaga inician la fundación de clubes de reflexión, donde se pugnaba por el respeto a las Leyes de Reforma. Estos ideólogos revolucionarios pugnaron por la formación de un órgano de difusión donde pudieran transmitir sus planteamientos. Este medio fue precisamente *Regeneración*, aquel histórico periódico de los hermanos Flores Magón.

*El Monitor Liberar*, *El Porvenir* y *Renacimiento*, fueron también órgano de difusión que sin embargo, desaparecieron al mismo tiempo que la junta de San Luis, cuando sus miembros fueron descubiertos y encarcelados. Previamente los editores de *Regeneración* habían sido aprehendidos y sometidos a cautiverio.

Después de 20 años de sumisión periodística, los diarios de México dan un giro y se convierten nuevamente en una prensa crítica. Los diarios aumentaron inclusive en cantidad (llegaron a ser 300).

El temor a la prensa se reflejó en cárceles llenas de periodistas y no de criminales.

Los periodistas deseosos de continuar con sus puntos reflexivos abandonaron el país, pero transmitían desde el lugar en donde se encontraban. Este fue el caso de Ricardo Flores Magon, que desde el estado norteamericano de Texas inicia la segunda etapa de **Regeneración** (este diario logró imprimir más de tres mil ejemplares en su mejor época, es decir, tenía una buena cobertura a nivel nacional). Sin embargo, *El Imparcial*, un diario con carácter marcadamente gobiernista era el de mayor circulación (75 mil).

En 1907 surge otro importante diario para los movimientos que pugnaban por el cambio. El **Antirreleccionista** fue un medio de difusión de la causa maderista, aunque al parecer no tuvo la misma penetración de *Regeneración*.<sup>11</sup>

La prensa en este período se encuentra otra vez en una pugna ideológica compuesta de dos bandos, la prensa revolucionaria y la oficialista. Finalmente se impone la primera, y la otra cede campo.

A manera de conclusión señalamos las características de la prensa durante este lapso son las siguientes.

- \*\* Modernización tecnológica de los periódicos.
- \*\* Los diarios se encuentran subsidiados por el gobierno con el propósito de obtener notas a favor del régimen.
- \*\* Desaparecen muchos periódicos opositores al gobierno.
- \*\* Se atenta contra la libertad de expresión encarcelando periodistas y confiscando sus bienes.
- \*\* Inicia la llamada prensa industrial.
- \*\* Surge la prensa especializada.
- \*\* Al final del siglo reaparece la prensa crítica.



Pese a todos los obstáculos puestos por el régimen, la prensa logra mantener su prestigio. Nuevamente los periódicos críticos regresan la dignidad al gremio (aunque no a todos, como es evidente).

Finalmente la prensa vuelve a ser un medio de reflexión y de apoyo al movimiento revolucionario. Otra vez, después de un siglo la prensa toma partido en un movimiento de liberación: LA REVOLUCIÓN

### 3.1.2. LA PRENSA EN LA REVOLUCIÓN

Este período inicia con el interinato de Francisco de León de la Barra, quien emana del pacto de Ciudad Juárez y quien trata de garantizar la libertad de expresión.

Esta nueva etapa favorece a los periódicos reprimidos y aquellos pacificadores del país, aunque aun no había estabilidad política. Este fue el caso del *Universal*, el cual se convirtió en el órgano oficial del llamado Partido Científico. A través de su información justificaba al régimen argumentando que ya en el poder los revolucionarios tienen todo el derecho de cambiar de opinión.<sup>12</sup>

Los periódicos de obreros fueron puestos en manos de quienes entorpecían el movimiento para restarle fuerza al sindicalismo, dicen los investigadores.

En este lapso resurgen algunos diarios como el *Diario del Hogar*, *Regeneración* y *Redención*. Las críticas ahora se centran en la permanencia de algunos miembros del gabinete de Díaz en el actual gobierno.

La prensa continuaba siendo una arma sumamente poderosa para influir fácilmente en las clases medias; sin embargo, no era bien encauzada por los gobernantes y constantemente se realizaban alzamientos en distintas partes del país causando inestabilidad nacional.

Los gobernantes, entonces buscaban la manera de coaccionar a la prensa. El mismo Victoriano Huerta ordenó a sus voceros invitar a través de los diarios a la pacificación del país, pues de otra manera no iba a poder gobernar a la nación, pero tampoco lo logró. Los periódicos seguían funcionando como un gran órgano de propaganda donde los diferentes grupos podían expresar sus planteamientos. Y cada partido, evidentemente estaba comprometido con un aspirante al poder.

Estas manifestaciones de lucha ideológica, rápidamente se convirtieron en acontecimientos armados, que ni el periódico más oficialista pudo evitar.

Incluso, el papel de la prensa durante este período en muchas ocasiones era confundir a la opinión pública para que no pudiera defender sus ideales.

En el mandato de Madero por ejemplo, Fernando Ramírez invitó a los periodistas a pelear contra el Presidente no sólo con las plumas, sino con las armas.

Y en el gobierno de Victoriano Huerta la división en la prensa es evidente; así pues, se forman tres grupos de periódicos con distintos fines.

1. Prensa de la Metrópoli. Apoyó abiertamente a Huerta. Estaba formada por los periódicos El Noticioso Mexicano, El Independiente y La voz del Pueblo.
2. La prensa editada en el extranjero. Estos periódicos eran hechos por mexicanos, pero pretendían dividir a los revolucionarios.
3. Prensa extranjera. Compraba o alquilaba columnas en los principales diarios para apoyar al gobierno de Victoriano Huerta.

Evidentemente criticaba a todos los revolucionarios por sus afanes de desestabilizar al país.

Uno de los pocos diarios pocas veces censurado pese a su feroz crítica fue el Constitucionalista, un periódico editado por Salvador Martínez amigo íntimo de Venustiano Carranza, y si no lo hicieron fue por que se le consideraba inoperante debido a su lejanía.

Sin embargo, es claro que se cometió un error más al menospreciar a ese medio de comunicación, pues tan sólo unos meses después Carranza ocupa la Ciudad de México, con una entrada triunfal.

Y es Carranza precisamente el primer presidente que designa a un jefe de prensa (por lo menos es del primero que se tienen conocimiento). Este importante cargo recae en Alfredo Breceda y su misión principal era lograr la unión de los periódicos en torno a Carranza y lograr así la pacificación del país. Aunque sus logros no fueron muchos, consiguieron convertir a La Convención, en el principal órgano de difusión del estado.

Lamentablemente, la carencia de un programa político en torno a los medios escritos ocasionó un nuevo fraccionamiento. Al poco tiempo algunos grupos formaron sus vehículos de comunicación difundiendo tendencias opuestas. Entre ellos **El Monitor, El Norte y la Opinión**.

El caudillo del Sur, Emiliano Zapata, también comprendió la importancia del periodismo y fundó el diario denominado **Tierra y Justicia**.

El 1 de octubre de 1916, siendo presidente de la República Venustiano Carranza, Félix Palavicini funda el primer gran diario de la nueva época: **El Universal**. Con este diario se inicia la nueva etapa del periodismo nacional, seguida por Rafael Alducín y su **Excélsior**.

Estos diarios inauguran de lleno la denominada época de la prensa industrial y sobre todo constituyen los antecedentes más cercanos del diario que aún conocemos.

### 3.1.3. PRENSA COMERCIAL

OBREGON, CALLES, CÁRDENAS.....

Después de la Constitución de 1917 quedó ampliamente garantizada la libertad de expresión; los artículos 6 y 7 de ese documento garantizaban el derecho de cualquier individuo a escribir sobre cualquier tema, con la única limitación de no atacar la ley, la moral y la vida privada.

Uno de los impulsores de estas garantías fue el presidente Venustiano Carranza, sin embargo tiempo después puso en voga severos castigos a todos los periodistas contrarios a su régimen, como señala en su libro, Luis Reed Torres.

El reportero debía de retractarse de lo afirmado sólo unas horas más tarde de haberlo escrito, de lo contrario era drásticamente sancionado. Aunque como los periodistas no firmaban sus notas, el periódico se hacía responsable de lo aparecido.

La prensa así, va adquiriendo nuevamente un carácter oficial, otra vez los boletines de las dependencias llenan los espacios en la prensa.

Durante este período, como ya lo señalábamos, surge uno de los más importantes diarios de hoy en día.

Un miembro del Congreso Constituyente y experimentado periodista decide crear en 1916 el diario **El Universal**. La idea de Félix Palavicini era apoyar a través de un medio las reformas del estado además de profesar gran amor a la labor periodística. En sus primeras etapas, **El Universal** sólo se da a la tarea de explicar las cosas buenas y malas de la Constitución recién creada.

También durante este período surge **El Excelsior**, un diario editado por Rafael Alducín, quien anteriormente había publicado el **Automóvil de México**.

Este nuevo diario, señala Luis Reed, siguió los patrones de edición del periódico estadounidense New York Times. Así desde aquel año se convirtió en un acérrimo rival para El Universal, colocándose unas veces sobre él y otras debajo.

Una de las conmemoraciones más importantes para el país fue creada por este diario. Con el propósito de fomentar el consumismo. Alducín crea El Día de las Madres.

Entre el oficialismo y la crítica débil, transcurren los últimos años de la prensa en el mandato de Carranza; sin embargo la relación habría de cambiar con los siguientes gobiernos, sobre todo durante el mandato de Plutarco Elías Calles.

El mismo Reed Torres señala que a Alvaro Obregón también le tocaron tiempos difíciles con la prensa; sin embargo, supo controlar a los periodistas con dinero, o con golpes.

Varios, editores, dice, fueron hostiles al gobierno, y lo atacaron con inusitado vigor, lo cual durante la primera etapa Obregón toleró; pero un general de su embergadura no podía permitirse semejante humillación, así estableció los castigos corporales para todos los desobedientes y para los sumisos los "cañonazo de 50 mil pesos", que gustosos aceptaban.

Obregón gustaba de asistir a convivios con los periodistas e incluso contarles chistes rojos, todo con tal de tenerlos contentos y propiciar halagos en los medios. Sin duda Alvaro Obregón tenía clara la noción de importancia de la prensa, lo cual no consiguió su sucesor.

Cuando Plutarco Elías Calles llega al poder y pone en marcha la plena vigencia de los artículos constitucionales referentes a la relación Iglesia-Estado, (130 sobre todo) se acarrea un cúmulo de críticas incesantes.

El movimiento conocido como Guerra Cristera hizo tomar partido a los periódicos; éstos en su mayoría lo hicieron por la "Santa Iglesia", uno de esos periódicos fue El Universal, diario que para este momento ya contaba con un gran poder sobre la clase media y alta del país.

En 1927 Calles censura a los diarios que se manifestaban a favor de los católicos, e incluso ordena tajante no informar sobre las confiscaciones de bienes al clero.

El caso más extremo de desobediencia al jefe máximo lo realizó Palavicini con sus diarios **El Universal** y **El Globo**, razón por la cual sale deportado del país.

Aunque Palavicini ya tenía problemas de antaño con el Ministro de Hacienda, Alberto Pani, quien prohíbe a los comerciantes anunciarse en el **Globo**, razón por la cual desaparece ese medio.

Y en tiempos de la Guerra Cristera la situación se vuelve a repetir, el presidente da la orden de no anunciarse en **El Universal**, o de lo contrario sufrirían severos castigos ; aunque en este caso la medida no surtió el efecto deseado y el diario logró sobrevivir, pero con dueños diferentes, la familia, Lanz Duret.

Junto con Palavicini sale también deportado un editorialista de **Excélsior**.

Cuando paso el movimiento cristero la prensa se encontraba más controlada, el ejemplo de los castigos quedo bastante grabado en la mentes de los periodistas.

También durante su mandato, Calles, aplica la censura telegráfica, através de este método ningún periódico o reportero podía mandar información al extranjero.

Se dice, de igual forma, que el presidente Calles compró el **Excélsior** en 1929 a través de un prestanombres (Federico Lachic). El director quita a Alducín y pone a Manuel Barragán al frente, y para consolidar su estrategia despide a muchos periodistas de los considerados críticos.

En 1931 este diario se convierte en cooperativa, es decir pasa a manos de los trabajadores y queda como director Rodrigo del Llano.

En 1928 se funda **La Prensa**, un diario manejado por los miembros de la Compañía Mexicana de Rotograbados. Tiene como director fundados a José Campos. En 1935 se convierte en cooperativa y se adhiere completamente al sistema de gobierno imperante.

El último periódico fundado en la época de Calles, es el vocero oficial del partido Junto con el Partido Nacional Revolucionario surge **El Nacional**. Este diario continúa siendo hasta la actualidad no sólo el vocero del Partido, sino del estado en su conjunto. De hecho dependen de la Secretaría de Gobernación.

Con la fundación de este diario, Calles demuestra las enseñanzas que le dejó el movimiento y retoma los espectros básicos para el control de la prensa. Su experiencia se manifestó cuando en el Máximato no vuelve a sufrir los desagrazos de la prensa de manera tan dura.

Le sucede a Abelardo L. Rodríguez, Lázaro Cárdenas del Río, y los mecanismos de concertación con la prensa cambian completamente.

El control sobre la prensa deja a atrás las formas violentas y se encauza por vías legales.

Aunque los motivos de creación de la Productora e Importadora de Papel, S.A. fueran una respuesta para favorecer la libertad de expresión, lo cierto es que funcionó como un mecanismo de control hacia el periodismo, ya que si no actuaba como debía se le restringía el uso de papel y podía incluso hasta desaparecer.

Aunque ciertamente la política populista de Cárdenas le permitió tener una mejor relación con la prensa en comparación con sus antecesores.

**La Prensa**, por ejemplo al convertirse en cooperativa le ofreció respaldo absoluto a su mandato y a todas las acciones de gobierno; como él muchos diarios más.

En 1941 se fundo el diario **ESTO** y junto con él toda una cadena de periódicos de gran fama y poder en la nación. El coronel García Valseca inicia la formación de varios diarios en toda la República; sin embargo, sus malas relaciones con el gobierno provocaron en 1972, la intervención del Grupo Somex y la Cadena García Valseca fue vendida por su gran endeudamiento.

Cuatro años más tarde apareció en poder de Mario Vázquez Raña presidente del Comité Olímpico Mexicano, y junto a él estaban también los hermanos Vázquez. Sin embargo, según Eduardo García Valseca el verdadero propietario era el ex presidente Luis Echeverría Álvarez.

Para este época la Cadena García Valseca se había convertido en la Organización Editorial Mexicana y su denominación era Cadena de los Soles, unión encabezada por el Sol de México.

En 1936 Ignacio Herrera da inicio al Novedades, pero sólo diez años después cambia de propietario y pasa al control de las familias O Farril y Alemán, accionistas dueños de la cadena de televisión más importante: Televisa

En 1947 surge otro de los más importantes diarios, y no sólo por su contenido, sino por el gran tiraje que posee. Ovaciones pertenecía a la Familia González Días Lombardo, posteriormente fue propiedad de los González Parra y hoy es uno de tantos medio de comunicación que son dominados por la Compañía Televisa.

Su orientación es deportiva, va dirigida a las clases bajas y despolitizadas, pero es clara su línea editorial en apoyo al gobierno en turno .

La Editora Alarcón crea en 1965 el diario **El Herald** con la idea de apoyar la imagen del Presidente Gustavo Díaz Ordaz.

En su libro **Las relaciones de Producción en los Medios de Comunicación**, Angelina Gutiérrez señala que este diario es " vocero de la oligarquía mexicana ligada a la familia Espinosa Iglesias y al Grupo Televisa"



Algunos años antes se funda **El Día**, a cargo de Enrique Ramírez y Ramírez.

En 1977 como consecuencia del golpe propiciado al diario Excélsior surge el Uno más Uno, producto de una cooperativa entre los trabajadores; sin embargo, nuevamente problemas económicos coloca la empresa fuera del alcance de éstos y pasa a poder de Luis Gutiérrez.

(Otra vez un diario es captado por el gobierno y convertido en otro de sus órganos de difusión).

Como consecuencia de los problemas en el diario, en 1984 salen de él un grupo de periodistas destacados y deciden formar su propio diario. **La Jornada** viene así a incrementar el número de periódicos en México, continuando la tendencia crítica que había perdido Excélsior y Uno más Uno.

**El Financiero**, es otro diario que surge en la época de los 80. A cargo de Rogelio Cárdenas y el grupo editorial Sefi, el medio se coloca como una opción en finanzas y recientemente en algunos aspectos políticos.

Y apenas en 1993 sale a la luz **Reforma**, un diario que se pretende la ampliación de un poderoso diario de provincia **El Norte de Monterrey**, y que logró captar a importantes articulistas con el propósito de atraer la atención de los lectores de periódicos.

Todos, sus embargos han servido de alguna manera al gobierno; a esto se le conoce desde el punto de vista periodístico como **Prensa Vendida**.

### 3.2 PRENSA VENDIDA

En 1968 los estudiantes que participaron en el movimiento estudiantil lo escribieron en algunas bardas de la ciudad, "Prensa vendida", llamaron a los periódicos que habían falsificado la información para favorecer la imagen del gobierno; Desde entonces la frase se utiliza con regularidad para denominar a la mayoría de los periódicos y periodistas del país.

Esa historia de corrupción entre el gobierno y los reporteros ya no se encuentra tras bambalinas, hoy, la población lo sabe, los reporteros no lo niegan y los investigadores en la materia lo documentan.

Aunque ciertamente no existe una amplia bibliográfica en torno al tema, hay casos específicos de autores, quienes hacen señalamientos claros para sustentar su posición. Nos referimos en concreto a Julio Scherer, Rafael Rodríguez Castañeda, Fátima Fernández, Carlos Monsivales y Miguel Ángel Granado Chapa.

Como se sabe, cada 7 de junio, desde 1952 los periodistas celebran en una comida con el presidente de la República el Día de Libertad de Prensa. Sin embargo, más que una conmemoración a la libre expresión, los directores de periódicos realizan el "besa manos" al presidente, como lo llama Julio Scherer.

Y sobre esto, existen discursos claros. Mario Santaelia, director de la Prensa, dijo en una de las celebraciones:

"Le repetimos una vez más señor Presidente, que puede contar que en todos los casos usaremos de todo nuestro profesionalismo y entusiasmo ayudándolo a conocer los deseos del pueblo, que naturalmente concidirán con los suyos".<sup>13</sup>

El entonces director de Excélsior, Becerra Acosta, había respondido, "hacer del periodista un siervo obsecuente y ruin, lastima a la prensa, nada justifica que el periodista descienda de la dignidad".<sup>14</sup>

Pero poco o nada les importó a sus colegas que continuaron con la misma política hacia el Primer Mandatario en turno.

Martín Luis Guzmán elogiaba a Díaz Ordaz después de la matanza del 2 de octubre: " le aplaude a usted una prensa que al ejercer plenamente su libertad demostró no ser una prensa vendida, como la malicia y la subversión nos gritaba". le dijo <sup>15</sup>

Toco el turno a Luis Echeverría y nuevamente la prensa estuvo de su lado. Fue la época de las guerrillas, de la pobreza insoportable. La prensa los acusaba de bandoleros, asaltantes, hampones y gavilleros. Es más, tenían prohibido referirse a ellos como guerrilleros.

Obviamente a cambio de este fiel servilismo, recibían fuertes cantidades de dinero provenientes del erario público, sin importar desestabilizar las finanzas nacionales.

Como en tiempos de Don Porfirio, la prensa estaba ávida por recibir gratificaciones monetarias a cambio de exaltar la imagen del golemo. La función social del periodista paso a ser cosa de la historia, de la ancestral historia del periodismo.

Siempre al frente de las comitivas del " besa manos" , estaba Francisco Ealy Ortiz, y claro, tuvo su recompensa: En 1969 asume la dirección del Universal y Nacional Financiera le otorga un préstamo de 4 mil millones de pesos para unas rotativas.

De acuerdo con Fátima Fernández, " este préstamo del gobierno fue uno de los primeros que posteriormente tradujeron en una dependencia de el Universal con respecto al estado". " <sup>16</sup>

Todo transcurría normal dentro de los cánones del periodismo nacional, sin embargo, a partir de 1971 el gobierno comenzó una casería cuyo objetivo final era desaparecer al periódico más crítico de la época.

Todo un trabajo minucioso se preparó para sepultar a Excelsior y a su director a Julio Scherer.

Al respecto sólo consignaremos las apreciaciones de Miguel Angel Granados Chapa al dar su opinión. " El gobierno pagaba los sueldos de los despedidos de Excelsior y así difamaba al diario" <sup>17</sup> Se exhortaba a los anunciantes a evitar los espacios de Excelsior porque había caldo en la extrema izquierda. Sin embargo, el diario logró sobrevivir gracias a su sólida estructura económica, a la diversificación del trabajo en sus talleres y al auxilio del gobierno a través de empresas públicas.

El auxilio económico del gobierno se realizó para tapar sus verdaderas intenciones, pero tiempo después se supo abiertamente que Echeverría había preparado el golpe.

En sus memorias, el presidente López Portillo, narra su apreciación en torno al problema con la prensa...." hay crisis del periodismo porque hay demasiados periódicos, que se reparten un limitado número de lectores. Y una de dos, o buscan por el camino del halago, el subsidio, lo que es desagradable, o el prestigio a través de la agresividad y la búsqueda de la porquería" <sup>18</sup> La alternativa para el poder, decla, es comprar a la prensa.

Sin embargo, también agregaba su negativa a hacerlo...., luego entonces menospreció a los periodistas. El primer 7 de junio, por ejemplo no asistió a pronunciar el discurso tradicional.

Pero tampoco pudo permanecer así durante mucho tiempo. Y poco a poco fue entrando al juego del " embute" . Durante su sexenio se dio el más escandaloso caso de corrupción entre el gobierno y la prensa.

En los **Presidentes** Julio Scherer se encarga de documentar en torno al famoso caso de desvío del Banco de Crédito Rural hacia instituciones públicas para pagar los sueldos de los reporteros.

El entonces director del Banco, Miguel Lerma Candelaria, platicó a Scherer desde la cárcel, cuales habían sido los mecanismos para transferir y canalizar el dinero del agro hacia los reporteros.

Y el cinismo de José López Portillo llegó a tal grado que en una ocasión reclamó a los reporteros, "no les pago para que me paguen".

Antes, ya les había dicho: "callan para cobrar, mienten para argumentar y calumnian para vivir".

A López Portillo se le debe la creación de la Oficina de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, que en parte también estaba destinada para repartir dinero a los reporteros de la fuente presidencial.

Un ejemplo de lo anterior lo da también Scherer: " la oficina de asuntos especiales de la presidencia autorizó una partida mensual de 200 mil pesos para el director de el Universal". <sup>19</sup>

Evidentemente debía de favorecer al gobierno a través de la información del Diario.

Detrás de las labores de información, las oficinas de prensa, bajo rubros como partidas especiales, confidenciales, atenciones a periodistas, gastos imprevistos, corrompen o mediatizan a instituciones, periodistas o reporteros.

Por eso el ex jefe de prensa de Adolfo Ruíz Cortines, Humberto Romero, decía que un jefe de prensa no vale nada si no tiene dinero para repartir.

Relata Rodríguez Castañeda que en la Campaña de Miguel de la Madrid, para presidente de México, Miguel González Avelar distribuyó dinero a raudales a título de gratificaciones entre la mayoría de los informadores de la comitiva del candidato. Los primeros embutes, sostiene, promediaban 14 mil pesos por reportero en cada entidad visitada, y a finales de la campaña se incrementó a 25 mil.

Ya siendo presidente Miguel de la Madrid continuó con las mismas prácticas. En las giras internacionales por ejemplo, se afirmaba, los reporteros llegaban a recibir hasta 25 mil pesos.

Los embutes o chayos, como se podrá ver inician desde las campañas de los funcionarios públicos hasta su estancia al frente del gobierno.

Otro ejemplo más para sostener las tesis, fue la campaña de Carlos Salinas de Gortari, quien también aprobó los métodos de corrupción de la prensa.

Al iniciar su campaña, en el estado de Nuevo León, el entonces gobernador, Jorge Treviño repartió 400 mil pesos a los reporteros A, 200 mil a los B y 100 mil a los C.

Sigue relatando Rodríguez Castañeda que en Tamaulipas, Américo Villarreal, dio 300, 200 y 100 dólares.

En Oaxaca se llegó a repartir hasta 15 mil pesos por reportero. Aparte de lo que recibían en los estados, los reporteros cobraban cantidades adicionales en sus respectivos periódicos por conceptos de publicidad.

Como se podrá observar, dice el autor, " no existe afán noticioso, sino intereses que cumplir, con el afán de conquistar el favor del poder y tener influencia en él".<sup>20</sup>

Aunque no estamos descubriendo el hilo negro, es claro que el periodismo ha dejado de cumplir con la función social. Y se ha transformado en un anexo de las oficinas de prensa de las dependencias gubernamentales, en particular de la presidencia de la República.

Y pese a que los funcionarios lo niegan, todavía continúan las mismas prácticas viciosas entre el poder y la prensa.

En 1994, el candidato del partido oficial, Ernesto Zedillo repartió a diestra y siniestra cuantiosas cantidades de dinero a los reporteros que cubren su campaña. Aunque no es una generalización, la mayoría de los reporteros recibieron alrededor de un millón de pesos por estado, además de las dádivas de que son objeto por parte de los encargados de prensa.

La relación hoy, como en tiempo de Porfirio Díaz sigue tan viciada y corrompida. Así es la historia del periodismo en México.

### 3.3. LAS CUALIDADES DEL PERIÓDICO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

El mejor medio para educar a las organizaciones políticas, como decía Lenin, posee diversas cualidades que lo han mantenido pese al avance tecnológico que se ha suscitado en el mundo.

Esas características personales le han permitido continuar en la dura competencia de la comunicación de masas, frente a la radio y la televisión, sobre todo.

Cuando Gutemberg inventó la imprenta y permitió el avance del periodismo, consolidó a un medio que daba la oportunidad de expresividad, permanencia, rapidez y difusión.

Su bajo costo, en comparación con el libro u otros medios lo hacen también un canal viable para la efectividad de la comunicación

La prensa logró eternizar los mensajes y multiplicarlos. Desde sus inicios, el periódico fue una herramienta intelectual, que se estaba forjando como la memoria sólida de la humanidad.

El público ávido de conocimientos busca la información de los diarios, porque es la opción más viable para realizar un estudio profundo, dada su manejabilidad y alcance de los mensajes publicados en cualquier momento, cosa inoperante en la televisión por ejemplo.

Dennis Mc Quail agrega además, que el periódico es un medio de comunicación individual pero masivo, por su contenido múltiple y perecedero.

Dice: " constituye un puente entre lo privado y lo público, y en teoría debe actuar con libertad" , sin embargo en muchos lugares la prensa es controlada por el poder estatal.

La capacidad que tiene para orientar a la opinión pública a través de información sustentada en contra de un régimen lo transforma en un poderoso enemigo de éste.

Y por el otro lado, cuando se coloca del lado del poder puede ayudar a mantener el status vigente sin mayor contratiempo, con la salvedad de encontrarse una prensa crítica compitiendo de frente a ella.

Por eso es que los grandes sistemas de estado monopólico lo primero que realizan al llegar al poder es el control absoluto de la prensa, así lo hicieron los bolcheviques y los nazis cuando llegaron al poder.

Pero la importancia de la prensa aún es tema en voga, sus cualidades como medio le han permitido continuar en la lucha de la comunicación de masas, y al parecer así lo hará por mucho tiempo más. Por eso su importancia dentro de la propaganda.



### 3.4. LA IMPORTANCIA DEL PERIÓDICO EN LA PROPAGANDA.

La historia lo señala: Durante sus inicios, el periódico surgió como un medio de propaganda. Como ejemplo de esto se encuentran las Actas Diurnas, creadas por Julio Cesar, el emperador romano. De ahí en adelante la prensa escrita tiene un largo historial en la materia.

Los grandes movimientos sociales acontecidos después de la invención del periódico, necesitaron casi por la fuerza de la utilización de éste, el periódico era el medio más poderoso, y además el de moda.

Hoy la prensa escrita es imprescindible. Cualquier campaña de propaganda masiva requiere del periódico, de ese medio que se convirtió en un arma de lucha.

Decía Antonio López Peláez: " el poder de la prensa entra por los ojos aun cerrándolos"<sup>21</sup>. Y no es para menos, desde hace siglos los gobernantes de los diferentes países buscan como frenar ese poder del periódico.

\* Los hombres de poder buscaban poner silencio a los informadores, sobre todo los Papas, empeñados en que no se conociera la Reforma. Llegaban incluso a quemar informadores. Pio V, por ejemplo prohibió, a través de la Bula Romani Pontificia, de 1572 a los escritos que atacaran a la Iglesia, de lo contrario los creadores serían sentenciados a muerte". \* 22

En las civilizaciones antiguas el poder leer y escribir concedía determinado prestigio a los individuos. Aquel hombre que dominaba estas actividades podía considerarse un ser superior, y en realidad lo era.

Sin embargo, la invención de la imprenta rompe con estos tabúes y coloca al periódico, (por lo menos), en un medio accesible para la población. Después de esto, muchos nobles perdieron sus privilegios y fueron desplazados por individuos que ya tenían acceso a la información. Avanzó así la humanidad en la cuestión social.

El periódico se convirtió en un instrumento que moldeaba conductas y actitudes. Era ya una palanca. " crea la opinión pública, las costumbres, fortifica a la familia, hace o deshace las famas, hasta tiene en sus manos la paz o la guerra". \*23

La población estaba ávida de conocer, de informarse en torno a la realidad; el periódico era el único canal que satisfacía sus requerimientos y acudían a él diariamente. De ahí la importancia de la prensa. De ahí el temor de los gobernantes, sabían de su poder, de la capacidad para penetrar en las mentes de los súbditos, de la astucia para llamar a movilizaciones sociales.

El periódico, ciertamente fue una respuesta a la exigencia gubernamental, pero en menos de un siglo, éste era ya un agente social, por eso podía ser utilizado como agente de propaganda, como el mejor.

Georges Wellf lo ratifica, " el periódico es un instrumento de propaganda, es una potencia ante el poder. El poder teme a la prensa por sus vínculos sociales". \* 24

Sin la prensa, dice, muchas revoluciones no se hubieran podido suceder.

El ejemplo más claro es la Revolución Francesa. " Los franceses no piensan, decía Drumont, les falta tiempo para pensar, no piensas más que por sus periódicos. Tienen el cerebro de papel".

En este sentido, agrega López Peláez, " ante el avance de la civilización, la población no tiene capacidad para pensar, el periódico piensa y decide por ellos, eso es el Cuarto Poder". 25

Y aunque evidentemente esta afirmación no se da en todos los casos, es claro que la prensa es un orientador de opiniones y puede, en algunos casos guiar a los lectores hacia tal o cual posición.

Y aquí algo importante. A través de la información que publica el periódico se intenta sugestionar a los individuos sobre determinadas cosas, así es en realidad como ayuda a la propaganda.

En época de elecciones \* La prensa es un agente electoral indispensable, visita cada día a su elector, que no piensa nunca en protestar ni en extrañarse de tal asinuidad, le forma la convicción poco a poco, sin violentarle, sin que lo aprecie siquiera\*.<sup>26</sup>

En este sentido se puede decir, adormece al lector haciéndole creer que todo esta bien. Es por eso que se dice que antes de luchar en los comicios se lucha en la prensa.

Los alemanes por ejemplo denominaron al alfabeto como los 25 soldaditos de Gutemberg. Ellos experimentaron la influencia del periódico, no sólo en una contienda electoral, sino en una guerra mundial. Sabían perfectamente de su influencia en la población.

Cuando un gobierno logra sostenerse durante mucho tiempo, los analistas lo atribuyen al poderoso aparato de medios de comunicación a su servicio, entre estos medios, evidentemente la prensa ocupa un lugar preponderante.

Pero el costo de los periódicos aunado a la crisis económica suscitada en la actualidad ha ido restringiendo el uso del periódico en la mayoría de la población, hoy sólo una élite tiene acceso a ellos, sin embargo, estos individuos se encargan de difundir los contenidos de los diarios y así la prensa continúa con su poder de antaño.

No podríamos concluir este apartado sin dejar de considerar los postulados que en torno a la importancia de la prensa ha aportado uno de los más ilustres filósofos y políticos de este siglo.

En su texto Que Hacer, Lenin sostiene que la tarea del periódico es fundamental para la lucha política, pues no sólo es un propagandista colectivo, sino un organizador de masas.

Por eso se manifiesta por "elevar al periodismo y no rebajarlo al nivel de hojas volantes". \* 27

Para eso se requiere de profesionales del medio, no de inexpertos jugando a la democracia, señala.

Ha sabiendas que el periódico es el mejor medio para educar a las masas, Lenin proponía en sus textos la creación de un órgano de difusión escrita para penetrar en las mentes de los obreros; un espacio en la lucha sindical, sostenía. Pero como las condiciones salariales impedían este mecanismo, entonces se planeó la creación de panfletos distribuidos gratuitamente a muy bajo costo, sólo así lograrían sus objetivos.

El periódico como se podrá observar es crucial para la lucha propagandística, la misma historia de México está llena de ejemplos de la importancia del periódico en la propaganda.

Y es que como decía Domenach, en esos tiempos; " el vehículo de propaganda mejor adaptado es el diario", y no sólo en esos tiempos, hoy en día aún posee grandes cualidades de propagandista, sobre todo cuando toma partido y pasa desapercibido.

### 3.5. EXCELSIOR

El 18 de marzo de 1917, los voceadores agregan un nombre más en la lista de periódicos; y Rafael Alducín consolida su sueño. Tras más de un año de preparación, el diputado por el 9 Distrito da a conocer a su nueva creación: **Excélsior**.

Desde 1916, Alducín con un grupo de amigos manejaron la idea de fundar un gran diario que llenara los huecos informativos del país; algunos de ellos se dedicaron a la labor de identificar las carencias a nivel de información en el resto del diarismo, fue así como surgió el modelo de **Excélsior**.

Y nació con grandes noticias, en aquel entonces se vivía la crueldad de la 1ª Guerra Mundial, el inicio de la Revolución Bolchevique y la promulgación de la nueva Constitución Mexicana. Todos estos acontecimientos ayudaron al nuevo periódico a consolidarse como una opción viable en el ámbito de la información.

Los editores trabajaban bajo la idea de no más opiniones y sí información objetiva y verídica, pues esa era la exigencia de la población.

\* Con anterioridad Alducín había fundado la revista **El Automovilista Mexicano**, y tiempo después adquirió **Revista de revista**, fundada por Luis Manuel Rojas, constituyente de Querétaro.

Pero, qué significa **Excélsior**. El diario debe su nombre al poeta, José de Jesús Nuez y Domínguez, quien argumentaba lo siguiente: **Excélsior** es excelente, lo más alto, lo mejor sin par. Sus compañeros quedaron satisfechos y el Gran Diario de la Vida Nacional adquirió su nombre.<sup>28</sup>

\* El primer número del diario causó revuelo entre los voceadores de periódicos. Acostumbrados éstos a la puntualidad de otros, por la tardanza en la salida del nuevo diario, apedrearon el edificio ubicado en la esquina de Colón y Rosales donde estaban oficinas y talleres. Eran las doce del día y **Excélsior**, aún no salía a la venta. Estaba anunciado que aparecería a las seis horas.\*<sup>29</sup>

El primer número del nuevo periódico llegó a manos de los voceadores alrededor de la una de la tarde.

Los primeros problemas rápidamente quedaron superados, pues la calidad del periódico y la información ávida de sus integrantes, pronto se colocó en el gusto del público, quien buscaba esta línea editorial.

A quien no le gusto mucho la ideología del diario, fue al entonces presidente, Venustiano Carranza, reiteradamente se quejó de ese periodismo práctico, Excélsior, sin embargo continuó en ascenso con su línea.

El 7 de mayo de 1920, Excélsior se anotó el primer éxito periodístico. fue el primero en informar sobre el traslado del gobierno constitucional de Don Venustiano Carranza, al puerto de Veracruz. catorce días después también informó, por medio de extras, del proditorio asesinato de Carranza y seis de sus acompañantes". \* 30

Un mes antes, durante ese mismo año, el periódico lanzó la iniciativa para dedicar un día a enaltecer a la madre. Se acordó el 10 de mayo como la fecha para la celebración. Así Excélsior inauguraba un nuevo aspecto social de la nación mexicana.

Para 1923 el diario alcanzó una circulación de cien mil ejemplares, lo que evidenciaba el gran éxito del periódico de Alducin.

La marcha ascendente del diario continúa y el 19 de marzo de 1924 se inaugura Radio Excélsior (CYX), la estación más potente de México. Su primera transmisión fue un concierto de música mexicana.

Sin embargo, días después fallece Rafael Alducin, a consecuencia de una caída de un caballo. Entonces toma las riendas del diario su viuda, la señora Consuelo Thomalen, pero su inexperiencia en el ramo provoca una crisis en todos los espacios de Excelsior y finalmente decide vender la empresa.

Pese a que los nuevos dueños eran gente de empresa, su falta de conocimientos a nivel informativo, volvió a hundir más al diario. Incluso hubo un momento en donde ya no quisieron invertir más dinero y solicitaron a los empleados el 15% de su sueldo para poder mantener la empresa. Estos préstamos se prolongaron mucho tiempo, hasta que el Consejo de Administración decidió promover la liquidación judicial en vista de los fracasos.

Cuando se enteraron del anuncio trabajadores en general del diario, buscaron el apoyo del General Plutarco Elías Calles para impedir la clausura de sus fuentes de empleo. Fue así como decidieron formar la sociedad cooperativa.

El grupo de trabajadores encabezados por Rodrigo del Llano, Manuel Becerra Acosta, Gilberto Figueroa y Salvador Loredó, entre otros, solicitó el apoyo del entonces secretario de Industria Comercio y Trabajo, Abelardo L. Rodríguez, para continuar con el diario.

En primera instancia adelantaban la no injerencia de Da Lachica y su grupo de empresarios, quienes habían apoyado al General Aarón Sáenz en su candidatura a la presidencia de la República. Aún así les negó el apoyo solicitado; les recomendó en cambio buscar el apoyo del General Calles.

El grupo de trabajadores se trasladó hasta la ciudad de Cuernavaca, para entrevistarse con el Jefe Máximo. Relata Salvador Loredó Torre su audiencia con Calles: "Plutarco Elías entró minutos después y nos salvó. La realidad política notificada fue que éramos los representantes de 270 elementos de Excelsior. El era un consumado diplomático y después de escucharnos con asuma atención manifestó:

- Señores no tengo nexos de amistad con los empresarios de ese periódico. No veo la forma de ayudarlos. Pero voy a hacer investigaciones. Regresen mañana para ver si puedo darles la ayuda que me piden. Tres días después tuvieron la respuesta de Calles: " Señores les tengo una buena noticia. Ya hable con los dueños del negocio,. El periódico Excelsior está en mala condiciones económica, pero la empresa está dispuesta a entregar la fuente de trabajo a los elementos que en ella laboran.. Les pongo como condición que formen una cooperativa".<sup>31</sup>

El mismo Salvador Loredo relata como el general Calles hablaba de los compromisos que el periódico habría de tener con el gobierno y aunque los representantes se hacía sordos a los llamados, más adelante acataron las reglas.

Su primer director fue Juan M. Durán y Casahonda.

En enero de 1932 quedó formalmente constituida la sociedad cooperativa. Los empleados recibieron las instalaciones y el material a cambio de sus prestaciones pendientes. Además como sociedad empresarial asumía un pasivo de 1 222 98160 pesos.

Estas cantidades de deudas obligaba a los trabajadores a tomar medidas drásticas en cuestiones económicas. Una de ellas fue la reducción del 50 por ciento de sus percepciones.

Además, Rodrigo del Llano, entonces director del diario, llamó a colaborar a periodistas prestigiados, lo cual aumentó la circulación del diario y por ende la publicidad, estas circunstancias permitieron a la empresa reducir pasivo heredado en la compra.

Poco a poco, los cooperativistas de Excelsior recobraron el buen nombre del diario y se volvieron a coloca como un periodismo de vanguardia en nuestro país.

Su situación económica mejoro a tal grado que en septiembre 1936 inauguraron nuevas máquinas y en octubre del mismo año una moderna rotativa.



Durante ese mismo año también comienza a publicarse el vespertino *Últimas Noticias* y nueve meses después la segunda edición del mismo.

Avanzaba así, a pasos agigantados, la empresa de los trabajadores; sin embargo este éxito provocó un sin número de envidias, las cuales se reflejarán más adelante.

Pero no sólo por parte de la competencia hubo puntapiés, la objetividad de su información pronto causó conflictos hasta con algunas autoridades del poder público. El caso más sonado en la historia del diario, fue el famoso "golpe a *Excelsior*" provocado por el presidente Luis Echeverría Álvarez, en 1976.

## GOLPE A EXCÉLSIOR

\* No habrá estado de sitio, afirma García Barragán. Recto combate al dispersar el ejército un mitin huelguista".<sup>32</sup>

Este fue el encabezado del periódico *Excélsior* del día 3 de octubre de 1968, fue uno de los titulares más críticos al sistema, pero fue también el inicio de una muerte lenta por el periodismo crítico en el país.

Los esfuerzos de los cooperativos por lograr un periodismo independiente de la línea gubernamental tuvo un precio muy alto.

La deslealtad mostrada por el diario hacia el poder ejecutivo acarreo graves consecuencias tan sólo meses después.

El 20 de julio de 1969, 14 miembros de la cooperativa denunciaron ante los medios de comunicación la ilegalidad de su dirigencia, acusándola de corrupta y viciosa. Señalaban directamente a Julio Scherer, director; Alberto Ramírez de Aguilar, gerente; Manuel Becerra Acosta, subdirector y a todos los directivos del diario.<sup>33</sup>

Pero *Excélsior* era el diario más leído, popular y de amplio sentido crítico, y precisamente por estas cualidades sus opositores lo atacaron.

Hoy se sabe de manera categórica que el gobierno encabezado por Díaz Ordaz creó y alimentó al movimiento disidente en el diario. En la Secretaría de Gobernación se les pagaban los sueldos a los trabajadores conflictivos.

En su libro *los presidentes*, Julio Scherer relata con unos años más tarde, el líder del movimiento, le expuso todos los apoyos proporcionados por la Secretaría de Gobernación, a cargo de Luis Echeverría para propiciar su caída de la dirección del diario.

Pero los problemas no concluyeron en ese lapso, al contrario, cuando Luis Echeverría asume el poder se propone terminar definitivamente con el periodismo crítico de las estructuras de poder.

Al celebrarse la tradicional comida del Día de la Libertad de Prensa, Scherer cuenta:

Los directores de los principales diarios del país cumplimos con el besamanos...para los afortunados habla tiempo extra, Echeverría sonreía...Llegado mi turno, su mano fuerte y larga oprimió ligeramente mi brazo. Era la señal. Era de los elegidos. Quiero decirte, empezó, que me han llegado informes que no debes menospreciar, tengo noticias, no confirmadas aún de que los empresarios planean represalias contra Excélsior. Sonrió Echeverría amistoso, cualquier dato me lo comunicaría. 34

Esta fue la primera amenaza indirecta dada por el Poder Ejecutivo al diario.

En 1971 se inicia una larga serie de embestidas de la televisión comercial contra Excélsior. Los expulsados (1965) y algunos de sus cómplices, encontraron abiertos los foros y los micrófonos del monopolio televisivo para calumniar al diario y a sus dirigentes. La campaña se recrudeció en 1972.

Tal y como lo había anunciado Echeverría, en 1972 los empresarios retiraron toda la publicidad al diario.

Juan Sánchez Navarro, contó a Scherer tiempo después, que en realidad Echeverría había planeado el boicot contra el periódico, la decisión final era asfixiarlo y terminar con él. 35

En un gesto de hipocresía, Echeverría mantuvo la publicidad del estado, para apoyar, según él, la sobrevivencia de Excélsior. Sin embargo, esto no bastó para solventar las necesidades del diario, y los trabajadores, entonces diversificaron su labor.

Durante esta época Excélsior sobrevivió de los trabajos de impresión de materiales y alguna otras actividades relacionadas con la edición.

Ninguna medida funcionaba, los cooperativistas continuaban luchando por la existencia de su fuente de empleo. El estilo del diario seguía manteniendo su espíritu crítico; sin embargo sí se sumó a la condena por la agresión al Presidente Luis Echeverría, en su visita a Ciudad Universitaria el 14 de marzo de 1974.

Para mostrarse ajeno a la problemática cada vez más aguda, el presidente de la República ordenó a su jefe de comunicación social, Fausto Zapata dar la premisa a Excélsior en torno a la sucesión presidencial.

Abiertamente, Zapata, dijo a Scherer el nombre del futuro candidato del partido oficial a la presidencia. Entonces Excélsior debería publicar una serie de reportajes y caricaturas para anunciar el nombre del sucesor de Luis Echeverría Álvarez.

Así fue como Excélsior, el periódico más odiado por Echeverría tuvo la exclusiva sobre la sucesión.

Pero luego 1976....

Scherer no quiso formar parte de la comisión de editores que entregaría un reconocimiento al Presidente. Pero sí lo acompañó en su trayecto hacia los Pinos.

Un mes después de aquel día (7 de junio), se produjo el golpe a Excélsior. Scherer junto con 200 de sus colaboradores abandonó las instalaciones del diario, dejó su lugar a Regino Díaz Redondo.

\* El ocho de julio de 1976 el diario Excélsior sufrió el mas duro golpe de su historia y de la historia del periodismo nacional. Fue un episodio elocuente de los enfrentamientos entre el gobierno y la prensa en un régimen político como el mexicano\*. 36

En la contraportada del libro **Dos Poderes**, de Manuel Becerra, Humberto Batis agrega: \* Una asamblea golpista organizada por Regino Díaz usó matones para expulsar a la legalidad desarmada: al grupo de periodistas y escritores de opinión que al no querer renunciar a ser críticos exasperaron al poderoso que sólo quería titeres\*.

Antes de concluir su mandato, Echeverría, concluyó su obra: terminar de una vez por todas con el periodismo de oposición al régimen.

Le heredó a su sucesor un diario servil., puesto a sus órdenes y fiel a su mandato.

Sin embargo, el 6 de noviembre de 1976, Scherer resurgió con su equipo, ahora en una revista denominada **PROCESO**.

Después de este golpe, Excélsior no siguió con su rebeldía, tomaron su papel como el resto de la prensa y obedecieron los designios de quien los habría colocado en el poder. El gobierno apoyó directamente a la nueva directiva, incluso de manera económica y a cambio recibió a un periódico obediente. Los mejores años de Excélsior habían pasado. Su poco sentido crítico y su marcado carácter oficial han provocado que cada vez más y más lectores se alejen de sus líneas. Hoy es sólo un diario más en la lista de periódicos. De **Excélsior** sólo quedó su historia iniciada en 1917.

Regino Díaz continúa en el poder fiel a los designios de sus superiores.

## NOTAS DE PIE DE PAGINA CAPITULO III

1. María del Carmen Ruiz Castañeda. **El Periodismo en México.** Ed. UNAM. pag. 29
2. Se considera el primer periódico como tal, aunque no se trataba de informar a los nacionales, sino a los extranjeros.
3. M. Carmen Ruiz Castañeda. op. cit. pag. 121 63
4. Véase Ruiz Castañeda. op. cit. pag. 121
5. Luis Reed Torres. **El Periodismo en México.** Ed. UNAM. pag. 165
6. Henry Lepidus. **Historia del Periodismo Mexicano.** Ed. Hemeroteca Nacional. pag. 426
7. Miguel Velasco Valdés. **Historia del Periodismo Mexicano.** Ed. Olimpo. pag. 95
8. Celerino Salmerón. **Las grandes traiciones de Juárez.** Ed. Tradición . pag. 16
9. Luis Reed Torres. **Op. cit.** pag. 227
10. Véase Ruiz Castañeda. **Op. cit.** pag. 243
11. Diego Arenas Guzmán. **El Periodismo de la Revolución Mexicana.** pag. 225
12. Ruiz Castañeda. **Op. cit.** pag. 263
13. Rodríguez Castañeda. **Prensa Vendida.** ED. Grijalbo. pag. 130.

14. Op. cit. pag. 105
15. Rodríguez Castañeda. Op. cit. pag. 123
16. Véase Fátima Fernández. **Los Medios Masivos de Comunicación.**  
Ed. Juan Pablos.
17. Miguel Angel Granados Chapa. **Excélsior y otros temas de comunicación.** Ed. El Caballito.
18. Véase José López Portillo. **Mis Tiempos, Biografía y Testimonio Político.**
19. Julio Scherer García. **Los Presidentes.** Ed. Grijalbo.
20. Rodríguez . Op. cit. pag. 292
21. Antonio López Peláez. **La Importancia de la Prensa.** pag. 33
22. Georges Weill. **El Periódico.** pag. 16.
23. Georges Weill. Op. cit. pag. 290
24. Georges Weill. Op. cit. pag. 340
25. López Peláez. Op. cit. pag. 45
26. Theiller Boncheville citado en la **Importancia de la Prensa.**
27. Vladimir I. Lenin. **Qué Hacer?** pag. 234
28. Salvador Torres Loredo. **Algunos apuntes sobre la vida de Excélsior.** Ed. Excélsior. pag. 3
29. Loredo Torres. Op. cit. pag. 17
30. Loredo Torres. Op. cit. pag. 36.

31. Loredo Torres. Op. cit. pag 45.
32. **Excélsior**. México, Distrito Federal. 3 de octubre de 1968.  
pag. 1.
33. Rodríguez Castañeda. Op. cit. pag. 173.
34. Julio Scherer. **Los Presidentes**.



**CAPITULO IV**

***HISTORIA DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO***

#### 4.1 PARTIDO NACIONAL REVOLUCIONARIO

Nació del poder...

Era el último informe de gobierno del presidente Calles pero el proyecto estaba casi listo: ahí sólo hizo un llamado a todas las fuerzas revolucionarias para agruparse en torno a un amplio organismo político, que les permitiría consolidar el aparato de estado.

En realidad, la exhortación reconocía en último caso la aguda crisis política del régimen. Calles había dicho: "necesitamos de reales partidos nacionales orgánicos que hagan olvidar en lo sucesivo a los hombres necesarios como condición fatal y única para la vida".<sup>1</sup>

El proyecto implicaba absoluta disciplina política y así lo entendieron los legisladores, quienes rápidamente se agruparon en torno al programa del Jefe Máximo de la Revolución.

El proyecto también perseguía la estabilidad económica de la nación, pues los inversionistas extranjeros se negaban a invertir en un país con tantas revueltas militares como lo era México. Y a falta de reclus personalidades para gobernar con mano firme a la nación, la opción más viable era evidentemente un partido político con un programa de gobierno claro. El 1 de diciembre de 1928 estaba ya la Convención Constituyente del nuevo órgano de la Revolución y para los revolucionarios.

La mayoría de los delegados eran representantes de diversos partidos estatales, quienes se presentaban como legítimos herederos del movimiento de 1910. La familia revolucionaria se congregó en la Ciudad de Querétaro y le dieron forma a su organismo: PARTIDO NACIONAL REVOLUCIONARIO

Los estatutos del PNR fueron obra de Basilio Vadillo, ex embajador de México en la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas quien obviamente retomó las bases del Partido Comunista de la Unión Soviética. Desde ahí, se vislumbró el carácter centralista del nuevo partido, copia fiel de uno de los regímenes más autoritarios de la época.

Su emblema reflejaba también su tinte nacionalista y gubernamental, estaba integrado por un círculo dividido en tres secciones verticales coloreadas en verde, blanco y rojo.

De manera oficial, el partido se dice surgido de una asociación de partidos políticos de distintas partes de la república, convencidos de la necesidad de constituir un fuerte mecanismo político de control nacional, para lograr la transición pacífica del poder.

Pese al gran proyecto vislumbrado por Calles, la mayoría de los políticos de la época estaban convencidos que el partido sólo tendría fines puramente electorales. Y así funcionó en gran medida

Las asambleas para seleccionar candidatos a puestos populares sólo se convirtieron en parte del teatro democrático del partido, pues los elegidos eran designados por el presidente en turno. El caso más notable era la selección del candidato a la presidencia.

Las convenciones nacionales eran ampliamente manipuladas por el grupo en el poder con el afán de imponer al candidato de preferencia en la selección interna; en la reunión de Querétaro, por ejemplo, los panistas fueron influenciados para apoyar al candidato elegido por Plutarco Elías Calles. Los delegados se inclinaron así por Pascual Ortiz Rubio, ex embajador de México en Río de Janeiro y Secretario de Gobernación.

Esta falta de democracia interna en los inicios del partido marcaron profundamente en lo sucesivo la historia de este organismo político.

En aquel entonces Aarón Sáenz, Secretario de Hacienda y aspirante a la precandidatura de la presidencia, denunció el cúmulo de manejos turbios realizados por el grupo callista para imponer en la convención a Ortiz Rubio. Y aunque ciertamente sus declaraciones reflejaban el resquemor de no haber sido electo, era obvia la antidemocracia en el partido.

El bloque revolucionario obregonista, sin embargo, se justificaba aludiendo a la importancia de partido sobre el hombre.

La respuesta a esta antidemocracia se encontró en los generales encabezados por José Gonzalo Escobar y Jesús Aguirre, quienes reclamaron su exclusión de la convención.

Ciertamente los delegados a la convención de Querétaro no eran representativos de las fuerzas revolucionarias, sino miembros de pequeños y medianos partidos nacionales y estatales. Después de la convención, un político débil, sin carisma y sin vínculos militares, deja atrás a un general con arraigo en las tropas y con presencia política. Nadie se explicaba la derrota de Aarón Sáenz ante Portes Gil, pero este hecho significó la permanencia del General Calles dentro del poder político sin ser oficialmente Presidente de la República.

El partido se convirtió en un organismo manipulado por grupos de caciques, incluso estatales que marcaron su carácter corrupto y prepotente. Y aunque el proyecto de Calles había previsto un partido aglutinador de diferentes sectores, su política elitista separaba a los campesinos y obreros, de la élite.

El Partido Nacional Revolucionario no había logrado ser el aglutinador de toda la nación, como lo previó Calles y sí se había convertido en un órgano corrupto y viciado que funcionaba sólo como legitimador electorero.

Bajo esta perspectiva se consideró a la fundación del PNR como un acto político secundario, de protagonismo del Jefe de la Revolución, quien pretendía Instaurar un gran partido en un estado carente de ellos y con gran carga de antidemocracia.

Pero el objetivo electoral se cumplió: Pascual Ortiz Rubio fue electo presidente con 1 millón 825 mil 732 votos contra 105 mil de su más cercano adversario, José Vasconcelos.

Para estas alturas era innegable el apoyo gubernamental hacia el partido, incluso en la campaña de los gobiernos federales

El partido era de facto, una institución del régimen revolucionario, pero la intervención de Calles lo convirtió en un instrumento más para ampliar su poder.

\* La crisis política creada después de la muerte de Obregón, lejos de solucionarse, como lo había previsto Calles, se agudizó a tal grado que dentro del propio congreso la pugna entre blancos y rojos se acrecentó.<sup>2</sup>

El partido había funcionado como órgano electoral, pero no solucionó la crisis iniciada en 1928. El partido, ahora (1930) estaba dirigido por el General Lázaro Cárdenas del Río, quien desde el inicio de su mandato intentó darle al partido un carácter popular, incorporando a los campesinos y obreros al organismo; sin embargo, estas clases sociales no podían participar abiertamente en el partido, pues éste continuaba siendo un órgano de caciques y empresarios.

Los obreros en particular estaban resintiendo las consecuencias de la política económica y notaban el avance del desempleo. Ante esta perspectiva, Cárdenas instruyó a los comités municipales y nacionales para promover campañas deportivas y sociales, como fue la establecida en contra del alcoholismo.

Pese a los esfuerzos de Cárdenas por darle otra imagen al partido, los grupos callistas impidieron la incursión de campesinos y obreros y así retomaron el poder.

Uno de los mejores amigos del general Calles retoma el mando del partido y con ello aumenta el control del ex presidente sobre todas las instituciones del estado.

Aprovechando su carácter de Jefe Máximo, Calles citaba a juntas de gobierno en su casa, quitaba y ponía funcionarios, recibía embajadores y dirigía los destinos de la nación.

Este exagerado control sobre la nación, provocó una crisis entre Calles y el entonces presidente Pascual Ortiz Rubio. Los conflictos finalizaron el 2 de septiembre de 1932, cuando este último renunció al cargo de presidente. Pero rápidamente, Calles designó al sucesor aunque el partido llamara a sesión, la decisión ya había sido tomada, Calles se inclinó por Abelardo L. Rodríguez.

Esta elección vino evidentemente a fortalecer la unidad en torno a Calles, incluso en el interior del partido.

En este período se revirtieron algunas de las reformas obregonistas, como fue la reelección del Presidente de la República en un lapso no inmediato. Se prohibió también la reelección de diputados, pero en cambio se amplió su mandato.

Y así transcurrió el gobierno de Abelardo de L. Rodríguez, con un Calles omnipotente y un partido satélite a las órdenes del Jefe Máximo de la Revolución.

Mucho tiempo antes de iniciarse la sucesión, tres grupos políticos dividieron al partido. Por un lado los partidarios del general Lázaro Cárdenas, secretario de Guerra y Marina, por el otro los amigos del también general Manuel Pérez Treviño y por último el grupo de Adalberto Tejeda.

De estos tres precandidatos, "Cárdenas era el más favorecido por su partido; pues contaba con un apoyo más organizado incluso fuera del partido por sus trabajos con el sector popular".<sup>3</sup> Recordemos que a Cárdenas se le debe la creación de la conmemoración del 20 de Noviembre con un desfile deportivo.

Los campesinos organizados en la Confederación Campesina Mexicana ofrecieron también su apoyo al general Cárdenas.

Y en el interior del partido un grupo de reconocidos políticos organizó un comité para apoyar su candidatura. En este se encontraban Graclano Sánchez, Emilio Portes Gil y Enrique Flores Magón.

"El 2 de mayo de 1933, otras organizaciones como un nuevo partido llamado **Gran Partido Revolucionario Institucional** se afiliaron a su candidatura".<sup>4</sup>

Durante el período electoral presidió al partido Melchor Ortega quien tuvo a cargo la difícil tarea de mantener la unidad del partido pese a las diferencias electorales.

La más dura prueba del partido pudo ser salvada gracias a la cohesión revolucionaria en torno a Calles. El Jefe Máximo, triunfó nuevamente. Plutarco Elías Calles decidió nuevamente a su sucesor Lázaro Cárdenas del Río, y dejó fuera a su íntimo amigo Manuel Pérez Treviño.

Imitando, nuevamente el sistema soviético **El Partido Nacional Revolucionario** adoptó los planes sexenales de gobierno y con ello demostró su compromiso con la nación. El primer plan sexenal se inició cuando Carlos Rivalpalacio dirigía al partido, y cuando evidentemente Cárdenas estaba ya en la presidencia del país.

Cárdenas seguía contando con el apoyo popular, pero el partido no. " El PNR había nacido en plena crisis económica y nunca había gozado de popularidad, públicamente identificado con la corrupción reinante y se había convertido para campesinos y obreros en un instrumento de la oligarquía que gobernaba al país".<sup>5</sup>

Sin embargo las promesas del general a los campesinos surtieron efecto y con la esperanza de recuperar el ejido y obtener una arma para defenderlo, le brindaron su apoyo.

En unas elecciones organizadas y controladas por el gobierno, el partido oficial no tuvo problemas para imponerse a sus adversarios y como seis años atrás, obtuvo más del 90 por ciento de la votación.

Esto parecía increíble, pues durante sus mítines de campaña tuvieron que forzar a los obreros y campesinos a asistir bajo fuertes presiones. El PNR entonces continuaba identificándose con la corrupción y el totalitarismo.

Los caciques callistas utilizaron la violencia en las urnas y las amenazas contra los votantes para lograr el triunfo de su partido. En esas elecciones sólo votaron 14 por ciento de los posibles electores. " El 30 de noviembre de 1934, Lázaro Cárdenas tomó el poder y da un giro a la política de características callistas".<sup>6</sup>

Ese partido financiado arbitrariamente con los sueldos de los obreros, dejaría de convertirse en un instrumento de Calles para perpetuarse en el poder.

La política popular, cultural, social y deportiva del partido se transformó. Ahora sí, Cárdenas, pudo concluir los esfuerzos iniciados por él cuando fue presidente del PNR. Desde entonces se había manifestado por la unión de obreros y campesinos en sendas cámaras y la creación de un sector femenino, juvenil e infantil dentro del partido. En estas cuestiones se enfocó sus primeros esfuerzos.

Estas acciones le valieron la dura crítica del ex Jefe Máximo, quien lo acusaba de sumir a la nación en seis meses de huelgas injustificadas.

Para poder avanzar en su política, Cárdenas destituyó a todos los callistas y configuró su propio gabinete. Al frente del partido, estuvo por segunda ocasión Emilio Portes Gil (ahora enemigo de Calles).

En el mismo sentido gubernamental los discursos partidistas tomaron un tinte socialista, se hablaba de la lucha de clases y de la justa repartición de la riqueza. Los ejidos comenzaron a ser repartidos, como Cárdenas lo había prometido y los obreros recibieron apoyo por parte del estado.

Este tipo de acciones provocaron el enojo de los caciques callistas, quienes a través de cartas le solicitaban al Jefe Máximo su intervención en el gobierno.



Los reclamos de Calles poco importaron al presidente Cárdenas quien continuó con las mismas prácticas populistas. Para 1937 el nuevo gobierno contaba con el apoyo de amplios frentes de diversos estratos sociales.

Sin embargo los conflictos concluyeron cuando Cárdenas ordenó el 10 de abril de 1936, la expulsión de Calles y varios incondicionales entre ellos, Luis N. Morones, Luis L. León y Melchor Ortega. Sólo después de este momento el presidente pudo, ahora sí consolidar su poder dentro del gobierno y del partido.

\* Muchos callistas se vieron en la necesidad de conjuntarse en torno al régimen, pues no tenían otra alternativa de sobrevivencia".<sup>7</sup>

El partido, entonces iniciaba una seria transformación en busca del apoyo popular, los callistas corruptos habían dejado de ser los dueños del partido.

Pero los intentos del presidente no alcanzaron su culminación pues Emilio Portes Gil siguió bajo las directrices prepotentes del PNR eligiendo candidatos a puestos de elección popular de acuerdo al compadrazgo. Tiempo después trató de justificarse argumentando ser sólo un empleado del presidente.

Paralelamente a la transformación del partido se llevó a cabo la formación de la Central Campesina y de la Confederación de Trabajadores de México, pero éstas no se afiliaron de manera inmediata al partido, aunque sus dirigentes así lo desearan.

\* La constitución de estas dos organizaciones populares constituyó un éxito más de la política de masas del cardenismo y fortaleció el poder del ahora legítimo heredero de la Revolución".<sup>8</sup>

Este avance en la política gubernamental se reflejó también dentro del partido, pues en 1937 el órgano se dividió en tres sectores: Campesino; Obrero y Popular, además de Militar.

Esta división por sectores tenía la intención de evitar posibles pugnas electorales entre los miembros del partido. Sin embargo las elecciones estatales continuaron siendo antidemocráticas.

Luego, entonces diversas organizaciones partidistas y apartidistas solicitaron al Jefe del Ejecutivo la desaparición del partido, por considerarlo un órgano corrupto de la política de Calles, que pese a los esfuerzos realizados no había podido superar los vicios existentes.

Los postulados originales del partido no pudieron ser reafirmados. Carranza, Zapata y Villa habían dejado de ser el eje motriz de su ideología.

La desaparición o transformación del partido era de carácter urgente. Cárdenas aún no lograba hacer de él la poderosa organización popular. El primero de los cambios fue la sustitución en la dirección del partido, Silvano Barba González releva a Portes Gil. Acto seguido se publicó un manifiesto en los periódicos "El Universal y El Nacional"; en donde se buscaba dar una mejor imagen; se afirmaba por ejemplo: "el partido se identifica plenamente con la política cardenista y ha dejado atrás sus vestigios callistas".<sup>9</sup>

Este fue el indicador crucial de la transformación del partido de la Revolución.

Sin embargo poco o nada se avanzó en cuestiones de democracia, los puestos de elección popular continuaron siendo repartidos de manera extraoficial, pese a las elecciones internas. La nueva democracia presumida por el presidente Cárdenas era sólo un lema ficticio del partido.

Las acciones políticas entonces, deberían ser más cimentadas, pues la población exigía cambios contundentes. Era ya un requisito.

## 4.2 PARTIDO DE LA REVOLUCION MEXICANA

Creció en el poder y para el poder.....

El 18 de enero de 1938 la III Asamblea Nacional Ordinaria del partido aprobó la nueva denominación. De ahora en adelante se llamaría Partido de la Revolución Mexicana y su lema el de "Por una democracia de los trabajadores".

Así concluan los paulatinos cambios encabezados por el presidente de la República, quien se convertía con esto en el nuevo Jefe Máximo de la Revolución.

Poco tiempo antes de cambiar la denominación, Cárdenas Instruyó al líder del partido ,para vigorizar las estructuras del partido., y darle un carácter más popular, convertirlo , ahora sí, en un partido de masas.

En su calidad de presidente de México, Cárdenas oyó los reclamos de los trabajadores al servicio del estado, quienes se quejaban por las cuotas impuestas por el gobierno federal para financiar al partido. Con esta medida , el presidente trató de disminuir la inconformidad en el seno de la burocracia y lograr mayores adeptos a su política popular.

El nuevo partido dio cabida a todos los grupos sociales, su nueva estructura estaba basada ahora en cuatro sectores: obrero, campesino, popular y militar.

Las confederaciones de obreros y campesinos al incorporarse al partido tal y como y como lo había deseado Cárdenas, contribulan a ampliar la base social del PRM y a aumentar el número de sus militantes.<sup>10</sup>

Este apoyo incondicional provino después de la Expropiación Petrolera, acto mediante el cual, el presidente dio muestras del compromiso fiel a los trabajadores.

Varios sectores rindieron un homenaje al Jefe del Ejecutivo por las acciones emprendidas. Luego entonces, cuando Silvano Barba anunció el 30 de marzo de 1938 la creación legítima del nuevo partido no hubo oposición alguna. El presidente y sus acciones contaban con el apoyo de la población.

El partido continuaba en el poder pero con un nuevo jefe y una nueva política. Sin embargo seguía siendo heredero nato de la Revolución y claro, como dejar su principal atractivo.

Pero no sólo era una nueva denominación; sus estatutos y discursos se vieron seriamente afectados. El partido de la Revolución Mexicana se proponía luchar por la emancipación del proletariado.

\* En su artículo 4 formuló la preparación del pueblo para el establecimiento de un régimen marxista ....En su artículo 3 se reconoce a la lucha de las clases como un medio para superar al capitalismo".<sup>11</sup>

Inclusive se dice que el proyecto original para cambiar de nombre al partido se consideraba llamarlo Partido Socialista Mexicano. Sin embargo, de esta manera perdería automáticamente su membresía revolucionaria y eso no lo podían permitir los hijos del movimiento armado.

Pese a considerarse un partido con tintes marxistas, nunca pertenecieron, (ni lo intentaron) a la Internacional Socialista.

El partido había dejado así de ser el partido de Calles para convertirse en el partido de Lázaro Cárdenas. Y como tal se acoplaba a las directrices del régimen. Los obreros y los campesinos a través de sus centrales dominaban al partido.

Sin embargo, Cárdenas trató de negar esta posibilidad, argumentando que el partido contaba con un sistema de democracia funcional mediante el cual, los cuatro sectores recién creados tenían votos de igual valor.

En las nuevas elecciones a puestos populares, cada sector mediante una votación interna elegía a su representantes. Empero estos procesos de selección eran ampliamente manipulados por sus dirigentes, quienes elegían a los candidatos de su predilección.

Esta configuración de sectores provocó evidentemente el enojo del grupo empresarial del país, quien no sólo se molestaba por la integración del partido, sino por el apoyo del presidente a los obreros. Las quejas; sin embargo resultaron infructuosas, pues la base social de la nación apoyaba al presidente.

Y para finales de 1936, el partido era ya una organización sin rival político, fuerte en su estructura y prácticamente invencible. Todo esto obra del presidente Cárdenas. Durante ese mismo año Silvano Barba deja la dirección del partido y le sucede Luis Y Rodríguez.

Durante su mandato se constituyó la organización del sector popular, confiriéndole la misma importancia que a los obreros y campesinos.

La configuración del sector militar, acaecida tiempo antes, pretendía otorgar a los generales la posibilidad de organizarse, y así crear nuevas revueltas. Aunque no lo hizo del todo, pues recordemos que el general Saturnino Cedillo organizó la última revuelta armada en este régimen (1936), empero fue rápidamente sofocada.

El partido siguió así consolidándose como un partido plenamente popular. \* La nueva dirección nacional estimaba entonces contar con un número de miembros cinco veces mayor que en 1936., de los cuales la mayoría eran miembros del sector campesino: 2 millones 500 mil (581 250 000 (29.04 %) del sector obrero, 500 mil (11.61%) del sector popular y 55 mil del sector militar (1.28%) (12).

Los documentos básicos del PRM consideraban las cuotas voluntarias de todos sus agremiados para la manutención del partido, sin embargo, en la realidad el estado continuó financiando los gastos de la organización política. Pese a las modificaciones se vela claramente el carácter gubernamental del partido. Era por y para el poder.

Cuando se volvieron a acercarse los tiempos electorales el partido daba la imagen de un grupo político fuertemente unido, sin embargo al interior de él la división sectorial era eminente.

Los miembros del partido se agrupaban en torno a los siguientes hombres: Francisco Mújica, hombre de confianza de Cárdenas; Manuel Ávila Camacho, Gildardo Magaña, Francisco Castillo Najera, Joaquín Amaro y Juan Andreu Almazán, principalmente.

En los umbrales de la preselección sólo quedaban Francisco Mújica y Manuel Ávila Camacho. En torno a ellos se agruparon sus partidarios. Sin embargo pese a la precampaña, se cuenta que el presidente Cárdenas dio línea a la Confederación Nacional Campesina (creada en 1938) para anunciar su apoyo a Ávila Camacho. Los simpatizantes de Mújica se inconformaron tachando de ilegal el pronunciamiento, pues violaba los reglamentos internos del partido, Cárdenas entonces desautorizó tal señalamiento y evidenció así sus preferencias en la sucesión.

Siguiendo el mandato del presidente el 22 de febrero de 1939, la CTM se pronunció también a favor de la candidatura de Manuel Ávila Camacho. Se consumó así, nuevamente, la decisión del Ejecutivo y evidenció la antidemocracia disfrazada de DEMOCRACIA FUNCIONAL.

"Durante este período, el callista, Manuel Pérez Treviño fundó el Partido Revolucionario Anticomunista. Pero el poder del partido de masas de Cárdenas era tal que no tuvo oposición fuerte en la contienda".<sup>13</sup>

La designación del candidato oficial quedó consumada el 16 de abril de 1939, en el Toreo de Cuatro Caminos, con el apoyo unánime de todos los sectores; sin embargo fue oficial hasta el 3 de noviembre.

El segundo plan sexenal estuvo a cargo de Heriberto Jara, el general veracruzano amigo del presidente Cárdenas y de su sucesor Manuel Ávila Camacho. Dentro de sus funciones estuvo también el de convencer a Mújica de retirar su candidatura en franca muestra de apoyo a la Revolución.

La única oposición era entonces Juan Andreu Almazán, quien de manera conjunta a su campaña denunciaba las prácticas antidemocráticas del Partido de la Revolución Mexicano y acusaba al presidente de promover vicios de los regímenes callistas.

A decir de los historiadores el apoyo a la candidatura de Almazán contó con un amplio apoyo popular, sin precedentes hasta el momento. Sin embargo con acarreo y presiones a los empleados, y escandalosos fraudes, el partido de la Revolución consiguió nuevamente llevar a su candidato a la silla presidencial.

Durante este año, es importante el surgimiento de uno de los partidos de oposición con mas tradición: el **Partido Acción Nacional**, fundado por Manuel Gómez Morín.

Los panistas encabezados por su dirigencia decidieron sostener la candidatura de Almazán a la presidencia, sin embargo las prácticas fraudulentas impidieron a éste llegar al poder.

Aunque quedaron registradas como las elecciones más difíciles en la historia del PRM, pese a las abrumadoras cifras oficiales:<sup>14</sup>

Manuel Ávila Camacho	2 millones 476 mil 641 votos
Juan Andreu Almazán	151 mil 101 votos.

Los reclamos en torno al fraude electoral no encontraron eco en la población, pues el gobierno controlaba prácticamente todo. Era la época en donde las casillas electorales las cuidaba el ciudadano que llegara más temprano a votar, esos ciudadanos eran casualmente empleados del PRM y del mismo gobierno.

Pese a la victoria tan holgada, según las cifras, estas elecciones contribuyeron a debilitar al partido oficial. Se veía nuevamente los inicios de una seria crisis de divisionismo en el partido, pero a pesar de eso debía seguir fiel al presidente de la República.

### **MANUEL AVILA CAMACHO**

Cuando el nuevo presidente de México, Manuel Ávila Camacho, tomó posesión de su nuevo cargo, los discursos del partido oficial cambiaron por completo. La lucha de clases y el sistema socialista quedaron en el olvido.

En cambio hubo una política más conciliatoria, algunos miembros de oposición fueron llamados a colaborar en el gabinete de Manuel Ávila Camacho, entre ellos algunos callistas.

El partido de composiciones corporativas comenzó a transformarse en un partido de burocracias políticas. Su base social era ya muy diferente, la CTM y la CNC fueron abandonadas por la política del presidente.

Dentro de esa línea se estimulaba a las empresas privadas por lo tanto se olvidaban las exigencias obreras, la política económica llevaba otro camino.

Sin embargo las masas populares continuaban legitimando a los candidatos elegidos por la dirigencia de su partido, sin discutir su mando



Durante este período también, a sólo menos de dos años de su creación fue suprimido el sector militar. El 10 de diciembre de 1940 los militares dejaron de pertenecer al partido de la Revolución sin embargo, algunos generales decidieron agruparse a través del sector popular, vertiente de gran poder durante este sexenio.

\* El 1 de enero, Ávila Camacho asienta otro golpe al partido: le retira el periódico El Nacional, como órgano de difusión partidista y lo convierte en un medio del estado, controlado por la Secretaría de Gobernación".<sup>15</sup>

El debilitamiento del partido contribuyó a aumentar el poder del presidente de la República y de sus Instituciones. La política de unidad nacional, proclamada por el régimen, surtió efecto y los sectores sociales deciden agruparse en torno al Presidente y no al partido.

Así el partido perdió el poco prestigio, y muchos de sus dirigentes hablaban de la posibilidad de transformar al órgano político de la Revolución.

Para evitar un mayor resquebrajamiento del partido, Ávila Camacho dio línea para ampliar el sector popular. Se trataba de la creación de una central para darle la legitimidad al gobierno.

Los sindicatos burócratas rápidamente se alistaron en la nueva labor del presidente para demostrarle su apoyo. Sin embargo fueron los excárdenistas Ramón Bonfil, Lauro Ortega y Carlos Madrazo, quienes crearon en 1941 la Comisión Coordinadora de las Organizaciones Populares. Más adelante su trabajo fue relegado y el CCE del partido se encargó de los trabajos de creación.

Todos los estados de la república constituyeron comités del sector popular. Y el 28 de febrero de 1943 quedó formalmente constituida la Confederación Nacional de Organizaciones Populares.

Sin oposición fuerte llegaron nuevamente los tiempos de la sucesión, Manuel Ávila Camacho estaba decidido a terminar con los gobiernos militares y transitar a la vía civil. Sus candidatos a sucederlo eran: Miguel Alemán, Ezequiel Padilla y Javier Rojo Gómez.

Y otra vez más como era de esperarse, los sectores y militares del PRM se disciplinaron y acataron la voluntad presidencial.

Ávila Camacho se decidiría por su secretario de Gobernación, el veracruzano Miguel Alemán Valdés.

\* Meses atrás, varios colaboradores del presidente, entre ellos, Miguel Alemán, consideraban que era imprescindible la transformación formal del partido<sup>16</sup>, y como virtual candidato y posteriormente presidente electo Alemán se dedicó a esa tarea.

### 4.3. EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL

...Ahora la revolución puede con razón llamarse Institucional y la lucha continúa...

La transformación del partido, era nuevamente, acto de sobrevivencia del régimen. El acercamiento con las masas durante el cardenismo fue una táctica olvidada cuando Ávila Camacho gobernó al país, esta circunstancia colocó otra vez al PRM lejos de los ciudadanos. Era, como en antaño un organismo electoral del régimen y un mecanismo de presión caciquil. Las vertientes callistas dominaron la estructura en nombre de su Jefe Máximo.

La lucha entre callistas y cardenistas no cesaron y continuaron desestabilizando al país. El partido alguna vez diseñado como cauce para la pacificación de la nación, era hoy, motivo de disputa.

Los problemas partidistas seguían reflejándose al interior del gobierno y viceversa. Cual embrión a la madre, el partido continuaba dependiendo del gobierno y viceversa.

Utilizando el clásico discurso revolucionario, el presidente Miguel Alemán llamó a los miembros del partido a cohesionarse en torno a la REVOLUCIÓN y a las INSTITUCIONES. Como máximo jefe de la nación podía efectuar esos llamados y ser escuchado.

Este nuevo llamado llevaba implícito un proyecto de transformación partidista. "Decían, no sólo sería otra vez un cambio de nombre, sino una transformación de fondo de la estructura del partido".<sup>17</sup>

La modificación pretendía estabilizar al país, calmar las pugnas y consolidar su calidad de máxima autoridad de la nación.

Así, el 20 de enero de 1946 los miembros del PRM reunidos en Asamblea Nacional dieron origen al **PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL**.

El partido era ahora una institución más del régimen, institución que le permitía en nombre de la Revolución, mantener el orden y la unidad del país.

En su declaración de principios seguía considerándose un movimiento emanado de la lucha armada de 1910. Pese a ser ya un partido de civiles. Los generales habían cedido su lugar a los estudiantes más "brillantes". El siglo de las luces había llegado al país.

El partido más antidemocrático declaraba en sus principios: "El PRI acepta en absoluto y sin reserva alguna, el sistema democrático del gobierno".

Y observar la ineficiencia de la Revolución para mantener el poder sin problema alguno, se declararon también un organismo aglutinador de todos los momentos históricos de México, decían:

"El partido representa la unidad de las fuerzas que derrocaron a la dictadura en 1910, lucharon en todos los frentes contra los grupos y los intereses que se oponían al progreso del pueblo e incorporaron sus ideales en la Constitución de 1917". 18

Y al declararse un partido nacionalista, agregaba: "El nacionalismo se ha encontrado en momentos culminantes de su historia, la INDEPENDENCIA, LA REFORMA Y LA REVOLUCIÓN".

En este sentido se presentaba como una institución donde tendría cabida, Hidalgo, Morelos, Juárez, Zapata, Villa y Carranza. Un partido abiertamente caciquil ahora se mostraba luchador de las causas sociales.

Evidentemente sólo en teoría se cumplían los principios del nuevo partido de la Revolución, pues en realidad, la población lo continuaba identificando como el más corrupto instrumento del gobierno en turno. Aquí todos los compadrazgos eran premiados, el amiguismo seguía siendo la práctica más socorrida de los dirigentes partidistas.

El gobierno golpeaba a los obreros económicamente, despojaba de sus tierras al campesino y protegía una y otra vez a los empresarios del país. El partido como era de esperarse jamás se pronunció en contra de la política que humillaba a la clase baja del país, pero, era obvio, al evidenciar las prácticas antipopulares se estaba evidenciando así mismo.

Pese a ser casi idéntico a sus antecesores en sus prácticas corruptas, existen tres diferencias básicas:

-- En lugar de la acostumbrada nominación por sectores a la Cámara de Diputados y Senadores, ésta comenzó a realizarse sobre la base territorial de los sectores.

-- Los sectores se comprometieron a no tener luchas electorales entre sí, respetando las decisiones de su jerarquía.

-- Los unía el recuerdo a la Revolución, pero el PRI se manifestaba también partidario de las luchas de Carranza Villa y Zapata.

El empresario, Carlos Muñoz Jiménez, distinguido priista no quedó conforme tan sólo con esos políticos y en el colmo de la desvergüenza agregó: " ...abrigamos la convicción de que el partido liberal que fundó el Padre de la Patria José María Morelos y Pavón y que al correr de los años fue reestructurado por el gran presidente Benito Juárez, es el mismo Partido Revolucionario Institucional, que ahora enarbola sus banderas democráticas de justicia social, inspirados en los propósitos de la Revolución de 1910" <sup>19</sup>

Ese partido perfecto en principios y bases ideológicas, era sin embargo, a consideración de Arnaldo Córdova, el " típico partido fascista europeo", esos partidos tampoco eran de ciudadanos, sino de organizaciones y además reproducían las mismas tácticas antidemocráticas.

Y para recuperar electores y poseer credibilidad, cada sexenio juraba y perjuraba que ahora si la separación del partido de estado era eminente y en consecuencia la democratización del organismo era un hecho palpable.

Al final del sexenio la promesa volvía a quedar en el aire. El nuevo mandatario tenía la encomienda de repetir una vez más la aspiración de muchos militares priistas.

El primer intento por democratizar al partido fue en 1963, cuando se anunció una reestructuración. Pero el pronunciamiento fue uno más de los discursos partidistas.

Y cuando uno de sus presidentes tomó la decisión de llevar a la práctica las promesas fue agredido por sus mismos compañeros. El ex gobernador de Tabasco, Carlos Madrazo, se vio en la necesidad de renunciar el mismo año de su nombramiento.

Y para poner las cosas en su lugar, se denominó a Lauro Ortega, nuevo presidente del PRI. Durante su gestión, por ejemplo, se intentó crear al cuarto sector del partido, el cual sería integrado por los empresarios del país. Estos intentos tampoco tuvieron eco, debido a la clara oposición de la CTM, la cual continuaba siendo un pilar dentro del partido.

Vino después la gestión de Alfonso Martínez Domínguez, quien intentó terminar con las pugnas partidistas y efectivamente el partido logró mantener la unidad.

Sin embargo, al reconocer las desavenencias o triunfos de un presidente del partido, implica devaluar o exaltar la labor del Jefe del Ejecutivo en turno, pues como decía Francisco Martínez de la Vega " el PRI depende del rumbo que de un día a otro señale el gobernante en turno. No se trata de lealtad a una ideología, es lealtad a un edificio, a un hombre, a un gobierno cualquiera que sea".<sup>20</sup>

En adelante las políticas y decisiones partidistas siguen siendo como antaño, de promesas incumplidas, de corrupción, de amiguismos y alejadas de las clases populares.

La única transformación del partido desde su modificación en 1946, ha sido el cambio de nombre de la Confederación Nacional de Organizaciones y Ciudadanos, el cual significó un intento por fortalecer al sector popular del partido.

Sin embargo sus acostumbradas prácticas antidemocráticas le han ocasionado el repudio de la mayoría de la población, quien ve en el PRI al órgano de gobierno más corrupto y prepotente.

Por esa razón desde aproximadamente 30 años, los dirigentes de ese partido han propagado la idea de democratización del partido, la cual sin embargo sigue sin tocar siquiera la puerta del órgano de la Revolución.

Desde el sexenio de Adolfo López Mateos, cuando Alfonso Corona del Rosal, dirigía a los priistas, ya se hablaba de transparentar los procesos de selección de candidatos a puestos de elección popular. Sin embargo el discurso sólo quedó en eso, y los vientos de la democracia no llegaron.

El intento más serio por democratizar al partido, lo efectuó Carlos A. Madrazo; a quien los escandalizados militantes del PRI acusaron de querer dividir al partido. Cuatro años después murió casualmente en la explosión de un helicóptero.

En adelante la farsa y el teatro de la democracia aumentó en el seno del organismo político. Ni el ideólogo Jesús Reyes Heróles pudo hacer algo para avanzar en ese rubro.

Y la disidencia tuvo que salir. En 1986, un grupo de distinguidos priistas, encabezados por Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo, denuncian abiertamente las prácticas antidemocráticas de su partido. Los dirigentes se volcán contra ellos y algunos meses después los hacen abandonar el partido.

Esta escisión era sólo comparable con la que en 1940 encabezó Juan Andreu Almazán y al igual que él, Cárdenas también se presentaría como candidato opositor a la presidencia de la República.

Durante ese año, el presidente de México, instruyó a los dirigentes del PRI para organizar la pasarela política más famosa en la historia del partido.

Ante los militantes se presentaron, Manuel Bartlett, Alfredo del Mazo, Miguel González Avelar, Sergio García Ramírez, Ramón Aguirre Velázquez y Carlos Salinas de Gortari. Finalmente el presidente, Miguel de la Madrid elegiría a este último y la opereta quedaría consumada.

Cuando Salinas de Gortari llegó al poder nombró dirigente nacional del partido a Luis Donaldo Colosio Murrieta. Nuevamente los discursos de la democratización del PRI, quedaron en el tintero.

Llegó entonces Genaro Borrego Estrada; a este se le conoció ampliamente por aquella frase de: " Mi única lealtad es con el Presidente de la República". Así evidenció la relación de sumisión del máximo dirigente del PRI en relación al Presidente.

Le sucedió en el cargo, Fernando Ortiz Arana, líder de la Cámara de Diputados, quien tuvo como misión dar a conocer el nombre del candidato del PRI a la presidencia. Después de una reunión en la Residencia Oficial de los Pinos informó que el elegido era Luis Donaldo Colosio, ex presidente de su partido y Secretario de Desarrollo Social.

A la muerte de éste, el 23 de marzo, algunos priistas quisieron madrugarle la decisión al Ejecutivo, pero este se apresuró, el candidato sería Ernesto Zedillo Ponce de León.

Y poco tiempo después de la designación se da otro relevó más en el tricolor, ahora llega a la carga Ignacio Pichardo Pagaza, quien es traído desde la Embajada de México en España para dirigir al PRI en los tiempos electorales.

Y cuando se vuelve a hablar de la separación PRI-GOBIERNO, Pichardo señala: " El que se termine el matrimonio no significa que vayamos al divorcio".<sup>21</sup>

Y es que como bien afirma Arnaldo Córdova: "para el PRI, renovarse es morir".<sup>22</sup>

De manera complementaria presentamos a continuación una lista de los presidentes del Partido y sus principales aportaciones a la institución.



**FALTA PAGINA**

No. 137

#### 4.4. LOS PRESIDENTES DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO

##### PNR

**1. MANUEL PEREZ TREVIÑO.** Presidió la segunda fase del comité organizador del partido. Instaló la Asamblea Constitutiva en marzo de 1929. Coordinó la campaña de Ortíz Rubio. Fue secretario de Industria y Comercio en el gobierno de Calles y gobernador de Coahuila. Era uno de los amigos más íntimos del Jefe Máximo de la Revolución.

**2. BASILIO VADILLO.** Dirigió al partido del 11 de febrero de 1930 al 22 de abril del mismo año. Dejó al partido para hacerse cargo de El Nacional, órgano de difusión del partido.

**3. EMILIO PORTES GIL.** Estuvo al frente del 22 al 15 de octubre de 1930.

**4. LAZARO CARDENAS.** Del 15 de octubre de 1930 al 28 de agosto de 1931. Se le recuerda por iniciar una transformación popular del partido. Instituyó el desfile deportivo del 20 de noviembre.

**5. MANUEL PEREZ TREVIÑO.**

**6. MELCHOR ORTEGA.** Presidente del PNR del 13 de mayo al 9 de junio de 1933. Durante su mandato se preparó la campaña presidencial de Lázaro Cárdenas.

**7. MANUEL PEREZ TREVIÑO.** Del 19 de junio al 25 de agosto de 1933

**8. CARLOS RIVAPALACIO.** Estuvo al frente del partido del 25 de agosto de 1933 al 14 de diciembre de 1934. Presidió la II Convención del partido, en donde se nombro oficialmente a Cárdenas como candidato a la presidencia.

**9. MATIAS RAMOS.** Del 14 de diciembre de 1934 al 15 de junio de 1935

**10. EMILIO PORTES GIL.** Del 14 de junio de 1935 al 28 de agosto de 1936. Dirigió al partido durante la crisis política del 35, donde Cárdenas reorganizó su gabinete .

**11. SILVANO BARBA GONZALEZ.** Fue el último presidente del PNR, Estuvo al frente del 28 de agosto de 1936 al 2 de abril de 1938. Durante su gestión se realizó la incorporación de las nuevas fuerzas campesinas y obreras.

#### **PRM**

**12. LUIS Y. RODRIGUEZ.** Presidente del PRM. Apoyó a Cárdenas durante la expropiación petrolera.

**13. HERIBERTO JARA.** De 19 de junio de 1939 al 2 de diciembre de 1940. Ayudó en la campaña presidencial de Manuel Avila Camacho.

**14. ANTONIO VILLALOBOS.** Último presidente del PRM. Del 2 de diciembre de 1940 al 19 de enero de 1946.

#### **PRI**

**15. RAFAEL PASCACIO GAMBOA.** Primer presidente del PRI, ocupó el cargo del 20 de enero de 1946 al 5 de diciembre del mismo año. Dejó el cargo para ser Secretario de Salud.

**16. RODOLFO SANCHEZ TABOADA.** Estuvo a frente del 5 de diciembre de 1946 al 1 de diciembre de 1952. Tomó protesta al candidato Miguel Alemán.

**17. GABRIEL LEYVA VELAZQUEZ.** Distinguido militar que ocupó el cargo del 4 de diciembre de 1952 al 26 de abril de 1956.

**18. AGUSTIN OLACHERA AVILES.** Dirigió al PRI del 26 de abril de 1956 al 4 de diciembre de 1958

**19. ALFONSO CORONA DEL ROSAS.** Llego al PRI el 4 de diciembre de 1958 y concluyó el 5 de diciembre de 1964

**20. CARLOS ALBERTO MADRAZO.** Fue colaborador del Vicente Lombardo Toledano en la Universidad Obrera. El más democrático de los dirigentes priistas llegó el 1 de diciembre de 1964 al 22 de noviembre de 1965.

**21. LAURO ORTEGA.** Reveló a Madrazo el 22 de noviembre de 1965 y concluyó el 27 de febrero de 1968. Intentó crear el sector empresarial, pero no tuvo éxito.

**22. ALFONSO MARTINEZ DOMINGUEZ.** Presidente del PRI del 27 de febrero de 1968 al 7 de diciembre de 1970. Como presidente del PRI justificó la agresión a los estudiantes durante 1968.

**23. MANUEL SANCHEZ VITE.** Del 7 de diciembre de 1970 al 21 de febrero de 1972.

**24. JESUS REYES HEROLES.** Estuvo al frente del PRI del 21 de febrero de 1972 al 25 de septiembre de 1975.

**25. PORFIRIO MUÑOZ LEDO.** Dirigió al partido del 25 de diciembre de 1975 al 4 de diciembre de 1976. Coordinó la campaña de José López Portillo.

**26. CARLOS SANORES.** 4 de diciembre del 1976 al 8 de febrero de 1979.

**27. GUSTAVO CARBAJAL.** Presidente del PRI del 8 de diciembre de 1979 al 19 de marzo de 1981.

**28. JAVIER GARCIA PANIAGUA.** 19 DE MARZO DE 1981 AL 14 DE OCTUBRE

**29. PEDRO OJEDA PAULLADA.** Arribó al PRI el 14 de octubre de 1981 y finalizó el 2 de diciembre de 1982.

**30. ADOLFO LUGO VERDUGO.** Presidió al PRI del 2 de octubre de 1982 al 8 de octubre de 1986.

**31. JORGE DE LA VEGA DOMINGUEZ.** Presidente de PRI del 8 de octubre de 1986 al 3 de diciembre de 1988.

**32. LUIS DONALDO COLOSIO MURRIETA.** Fungió como presidente del 3 de diciembre de 1988 al 13 de abril de 1992.

**33. RAFAEL RODRIGUEZ BARRERA.** Del 13 de abril de 1992 al 14 de mayo del mismo año.

**34. GENARO BORREGO ESTRADA.** Dirigió al tricolor del 14 de mayo de 1992 al 30 de marzo de 1993.

**35. FERNANDO ORTIZ ARANA.** A partir del 30 de marzo de 1993 al

**36. IGNACIO PICHARDO PAGAZA.** Desde

**37. MARÍA DE LOS ANGELES MORENO.**

**38. SANTIAGO OÑATE LABORDE**

**\*FUENTE:** Documento Histórico del **PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.**

La Ideología del Partido de la Revolución . PRI. 1a. Edición. Nombre de 1993.

## NOTAS DE PIE DE PÁGINA      CAPITULO IV

1. Informe Presidencia del 10. de Septiembre de 1928 en el Universal. 2 de septiembre de 1928. pag. 1
2. Luis Javier Garrido. El Partido de la Revolución Institucionalizada. Ed. SEP. pag. 149.
3. Francisco Gaxiola. El Presidente Rodríguez (1932-1934). Ed. Cultura. pag. 177
4. Luis J. Garrido. Op. cit. pag. 187
5. Luis J. Garrido. Op. cit. pag. 198
6. Véase Luis león. Crónica del Poder en los Recuerdos de un político en el México Revolucionario. Ed. Fondo de Cultura. pag. 383.
7. Emilio Portes Gil. Quince Años de Política Mexicana. Ed. Botas. pag. 487.
8. Véase Arnaldo Córdova. La Política de Masas del Cardenismo.
9. El Nacional. 3 de febrero de 1937.
10. Luis J. Garrido. OIp. cit. pag. 297
11. La Ideología del Partido de la Revolución. Ed. PRI. pag. 38
12. Documentos Estadísticos del Partido Revolucionario Institucional. pag. 20
13. El Universal. Llamamiento a la masa ciudadana de México. 8 de diciembre de 1938.  
pag. 15

14. Diario de los debates de la Cámara de Diputados de la XXXVIII legislatura citado por Luis Javier Garrido. Op. cit.
15. Luis J. Garrido. Op. cit. pag. 464
16. Miguel Alemán Valdés. *Remembranzas y Testimonios*. Ed. Grijalbo.
17. *Excelsior*. 21 de enero de 1946. pag. 10
18. *Documentos Básicos* . Ed. PRI. pag. 15-17
19. Véase Elías Chávez. *50 Años de PRI*. Ed. Proceso.
20. Elías Chávez. Op. cit. pag. 25
21. Elías Chávez. Op. cit. pag. 71
22. Elías Chávez. Op. cit. pag. 25

**CAPITULO V**

**"LOS DESTAPES"**



## 5.1. EL PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN Y SUS CANDIDATOS

En aras de la presidencia de la República, los partidos políticos buscan proyectar a su mejor hombre, al más brillante y talentoso, al líder, el gran candidato; sin embargo, el Partido Revolucionario Institucional, desde sus inicios, prácticamente, se ha empeñado en lanzarse a la contienda electoral al peor y más ineficiente.

Es que como afirma, Ernesto J. Teissier, "la Revolución Mexicana, ya no tiene los suficientes hombres capaces; la Revolución hecha gobierno carece de material humano".<sup>1</sup> Aunado a eso, habría de agregar las malas decisiones de los presidentes en turno, quienes con el afán de cuidar su imagen y persona, eligen para próximo presidente, al peor de sus colaboradores. Al menos brillante, el inexperto.

Estas determinaciones, para desgracia de los mexicanos, no sólo han provocado una carencia de verdaderos líderes en el partido, sino que han repercutido en la mala economía nacional, pues un político inexperto, en la mayoría de las veces, es garantía de problemas.

El hombre brillante no puede ser tomado en cuenta pues ocuparía la imagen omnipotente de su antecesor y esto el sistema político no lo puede permitir. La historia de México se encuentra, llena de ejemplos de este tipo. Veamos:

El ex presidente, Emilio Portes Gil, narra en su libro, *La Sucesión Presidencial*, como les fallaron los hombres a Obregón y Calles y tuvieron que inclinarse por el menos apto; dice: "A Obregón le falló el general Serrano, al que mandó a Europa para cambiar su vida de bohemio, y a Calles Luis N. Morones".<sup>2</sup>

Los revolucionarios se olvidaron de la no reelección e inventaron un canal para continuar en el poder: elegir a un hombre lítere, al cual pudieran manejar a su entera satisfacción.

Un ejemplo...

Después de la muerte de Obregón, los simpatizantes de éste apoyaban la candidatura de Aarón Sáenz, el más brillante de la camada de revolucionarios; sin embargo, en la Convención del PNR el resultado favoreció a Pascual Ortiz Rubio.

Portes Gil, lo explica así: "Sáenz era considerado de izquierda y no tuvo la habilidad política para contrarrestar la crítica". Sin embargo, el mismo Portes Gil, reconoce: "Si Sáenz hubiera sido presidente la crisis que duró dos años, jamás se hubiera presentado". 3

Pero si Sáenz hubiera sido Jefe del Ejecutivo, Plutarco Elías Calles, nunca se hubiera convertido en el Jefe Máximo de la Revolución. Calles, ahora se sabe, designó a Emilio Portes Gil, Pascual Ortiz Rubio y Abelardo L. Rodríguez. Y también aunque influenciado por su hijo Rodolfo, a Lázaro Cárdenas del Río.

Calles no quería pronunciarse en favor de Cárdenas, pero su hijo Rodolfo y Abelardo L. Rodríguez, lo convencieron de hacerlo, pues desconfiaban del favorito del Jefe Máximo: Manuel Pérez Treviño. Finalmente Calles se inclinó por Cárdenas, pese a sus dudas.

Para el sexenio siguiente, la decisión final correspondió a Cárdenas. El hombre más brillante era sin duda, Francisco Múgica. Pero el triunfador fue Manuel Avila Camacho. Ernesto Teissier, cuenta al respecto: "Cárdenas y Múgica discutieron fuertemente en vísperas del destape. Entonces el michoacano se inclinó por Avila Camacho". 4

Portes Gil, un hombre que vivió de cerca los acontecimientos relata: "Manuel Avila Camacho es el que mejor supo esperar. Múgica no fue tomado en cuenta porque comió ansias y empezó su campaña antes que Cárdenas lo decidiera". 5

Avila Camacho hizo lo propio seis años después. El brillante de la época era Ezequiel Padilla, el flamante Secretario de Relaciones Exteriores; sin embargo, su buena imagen a nivel internacional fueron opacados por el joven Secretario de Gobernación, Miguel Alemán Valdés.

Cuando a éste le llegó el turno volvió a pasar lo mismo. Nuevamente Portes Gil, dice: "A Miguel Alemán también le falló su hombre, Fernando Casas Alemán; entonces recurrió a Adolfo Ruiz Cortines". 6

En este sentido el mismo Teissie señala, en la duda los presidentes prefieren sacrificar al amigo, al correligionario, al de confianza, con tal de no lesionar al sistema. Algunos presidentes han tratado de justificarse argumentando bienestar para el país. Ruiz Cortines, por ejemplo, decía: "el presidente interpreta lo que el pueblo quiere". Sólo que es un consulta anónima, pues desde hace mucho se sabe que en México no hay elección, sino designación de un candidato. Un candidato, frecuentemente sin carisma efecto por el Presidente de la República y, por grupos de presión a nivel nacional.

Una revisión minuciosa de la información publicada en el diario Excelsior los días posteriores al conocido "destape", nos permitirá observar cómo ante un lder con poca carisma, el Partido Revolucionario se empeña en manejar una imagen favorable a su candidato.

Para tal efecto efectúe una investigación de la información correspondiente, a las designaciones del candidato del tricolor durante los 15 días posteriores a ésta.

En estas se evidencia cómo el manejo de imagen de las candidatos del partido oficial ha ido evolucionando y aumentando conforme pasa el tiempo. De iniciar con una simple asociación revolucionaria, el partido llegó a crear una nueva personalidad a su designado.

En los casos de Zedillo y Colosio, por ejemplo, el partido transformó por completo sus atributos y creó a un nuevo hombre.

Para realizar el análisis de cómo se les ha construido una imagen a los candidatos del PRI, recurrimos al análisis de contenido con una metodología inductiva diseñada bajo los siguientes puntos

1. Recopilación del material publicado de cada uno de los candidatos durante los 15 días posteriores a la designación.
2. Selección de información que hubiera ayudado a crear una imagen diferente del candidato (desplegados y notas de presentación).
3. Contabilizar y ordenar los adjetivos atribuidos a cada candidato y las notas concernientes.
4. Comparar los resultados con los modelos teóricos en creación de imagen y vincularlo.
5. Conclusiones

Este procedimiento nos permitió presentar los siguientes resultados

## 5.2. PASCUAL ORTIZ RUBIO

El 4 de marzo de 1929, el partido quedó formalmente constituido, el candidato relegado. Excelsior no le dedicó ni la nota principal del día. La sublevación militar encabezada por el general , Manzo, fue más importante como noticia.

La primera plana estaba llena de adhesiones enviadas al Sr. Portes Gil, a causa de la rebelión militar del norte.

En la nota correspondiente a la constitución del partido, se manejaba, también la imagen del candidato. Se le calificaba, por ejemplo, de **honrado y digno sucesor de Calles y Portes Gil**. En el Teatro de la República de Querétaro quedaron plasmados los ideales del partido; sin embargo, su candidato no tenía forma ni figura. 7

Después de ese día, Ortiz Rubio, quedó relegado del ámbito noticioso. En los días subsiguientes, Excelsior dio a conocer cómo había sido la recuperación de Matamoros, y cómo avanzaban en general las acciones militares encabezadas por el General y Máximo Jefe de la Revolución, Plutarco Elías Calles. Al menos en 15 días, Ortiz Rubio, no volvió a ser mencionado.

Inclusive, durante esos días, se publicó información en torno a José Vasconcelos, quien competía por la presidencia. 8

En el ámbito militar, se difundían íntegros los boletines de la Secretaría de Guerra, en donde notificaban de los acaecidos en el frente.

Lo importante de la información, no fue la nominación, sino la formación del partido aun que Calles seguía teniendo más fuerza.

La siguiente designación tuvo más importancia..

### 5.3. LAZARO CARDENAS DEL RIO

Días antes de la Convención ya se conocía el nombre. El 2 de diciembre 1933, Excelsior publicó una nota donde Luis L. León aseguraba: "el elegido será Cárdenas la opinión Revolucionaria está unificada... Es la personalidad idónea para llevar a la práctica el Plan Sexenal".<sup>9</sup>

En Primera plana, el 3 de diciembre, Excelsior informó: "En la Convención Cárdenas es aclamado por representantes de 26 estados".<sup>10</sup>

Aunque sin ningún despliegado de apoyo, el partido organizó diversos mítines en varias partes de la República para mostrar el arraigo de su candidato; un ejemplo fue la manifestación en Yucatán y Baja California, donde incluso salieron de sus casas al paso de Cárdenas para vitoriarlo.<sup>11</sup>

Fiel a la causa, Excelsior publicaba todas las notas en favor del candidato. El 4 de diciembre Sebastián Allende dijo de Cárdenas: "Es un caso insólito en la historia, la opinión revolucionaria está unificada en un sólo haz de voluntades".<sup>12</sup>

Las notas en torno al candidato lo hacían ver como un hombre fuerte en personalidad, recto en su figura y viril. Con Cárdenas, decían, serán una realidad los postulados de la Revolución y su slogan señalaba: "Hechos, no palabras".<sup>13</sup>

En su discurso de toma de protesta (6 de diciembre) delineó los propósitos de su campaña; sobre todo, afirmaba responder a los anhelos revolucionarios. En ese mismo texto hizo una invitación a los "viejos y acreditados jefes de la Revolución" para que participaran en su gobierno (si quedaba electo).<sup>14</sup>

El PNR, decía, es la representación misma del programa de la Revolución, misma que fue impuesta por el pueblo. Al final del mensaje se leyeron cartas de felicitación enviadas por el presidente Abelardo L. Rodríguez y el Jefe Máximo, Plutarco Elías Calles.<sup>15</sup>

Es importante subrayar la publicación de fotografías de la toma de protesta y del aspecto eufórico de la convención.<sup>16</sup>

A partir de ese momento, Excelsior diariamente dio amplia cobertura de los actos de Cárdenas en su gira. En todos se hacía notar el gran apoyo de la gente hacia Cárdenas (concentraciones de más de 10 mil personas) y la gran visión de su plan para México. En los mítines se agradecía a la población el haber asistido, atendiendo no el llamado del partido, sino el de la Revolución, como lo dijo Pérez Treviño. 17

Excelsior se preocupó, a través de información "objetiva", por difundir una buena imagen del candidato del partido de Calles. Lo hacían ver como un transformador seis años después, la designación fue totalmente diferente.

#### 5.4. MANUEL AVILA CAMACHO

En los 15 días posteriores a la designación...

La Segunda Guerra Mundial opaco a nivel informativo a un candidato de por sí débil.

El 1 de noviembre de 1939 Excélsior publicó el llamado a los priistas para asistir a la convención en donde se elegiría candidato a la presidencia. El evento se realizaría en el Palacio de Bellas Artes.

En aquel entonces, el candidato más fuerte era Juan Andrew Almazán, inclusive un día antes del evento aún se dudaba si sostendría su candidatura.

Sin embargo, los 1478 delegados de la Convención Nacional (714 campesinos, 351 obreros, 103 militantes y 310 del sector popular) sabían ya que no se debería apoyar a un hombre popular, sino al candidato de la Revolución, del partido.. y ese era Manuel Avila Camacho.

Los revolucionarios defendían su decisión argumentando: "No es cuestión de hombres, sino de programas". Cuando se le preguntaba al Presidente del partido si la designación de Avila Camacho era una imposición afirmaban: "claro que vamos a imponerlo pero son los sectores del partido es el pueblo el que va a imponerlo". Evidentemente negaba cualquier injerencia del presidente Cárdenas... "es el pueblo de México el que quiere a Avila Camacho". 20

El 3 de noviembre se aprobó el Plan Sexenal y al día siguiente en la plana, pero sin ser principal (de hecho era una nota con letras pequeñas); se informaba de la toma de protesta como candidato presidencial de Avila Camacho que había sido electo por dos millones de votos.

Cantando la Adelita y otros temas revolucionarios, según decía Excélsior, Cárdenas abrazaba y apoyaba a su candidato al candidato, del partido de la Revolución y del pueblo haciendo una santísima trinidad. 21

El manejo de las cuestiones revolucionarias como se ve es algo muy presente en la imagen del candidato

Los días subsiguientes a la toma de protesta hubo cierta críticas al plan sexenal; pero no al candidato, inclusive se informaba de manifestaciones en favor de Avila Camacho en Mérida.

Por dos días consecutivos informaba de mítines "muy concurridos" en apoyo del candidato del PRM.

La nota principal de la Primera plana, nunca durante su destape fue un lugar para Avila Camacho; Hitler y los Aliados robaron ese preciado espacio político al candidato.

Incluso notas en torno a Almazán tenían mejor colocación; el martes 7 se informaba de una gran recepción a éste en Chilapa, Guerrero. En aquella entidad Almazán calificó de falsa la convención del PRM y ofreció el voto a la mujer, si resultaba electo presidente. Evidentemente su candidatura tuvo que hacerla fuera del partido oficial.<sup>22</sup>

La única nota de ese día para Manuel Avila Camacho se colocó en la página 11 y era una felicitación por parte de la Cámara de Diputados.

Tampoco en esa designación hubo desplegados de apoyo, pero no fue porque no los necesitara, sino porque el partido se encontraba dividido. La imagen política, aún no se trabajaba. Profesionalmente continuaba siendo la sombra del presidente en turno.



### 5.5. MIGUEL ALEMÁN VALDES

Ya sin caudillos, sin generales, sin revolucionarios natos, el nuevo partido no tuvo más que recurrir a un universitario: Miguel Alemán. Con él, se inaugura la etapa de los desplegados de apoyo, cuya intención era abiertamente fabricar la imagen del candidato.

Su nuevo líder electoral, carecía de imagen propia, y en consecuencia, el partido tenía que (en teoría) dotarlo de las mejores cualidades como hombre. Miguel Alemán, es el primer candidato de **unidad** que tuvo el partido, y lo hicieron así, porque sus cualidades carismática no daban para mucho.

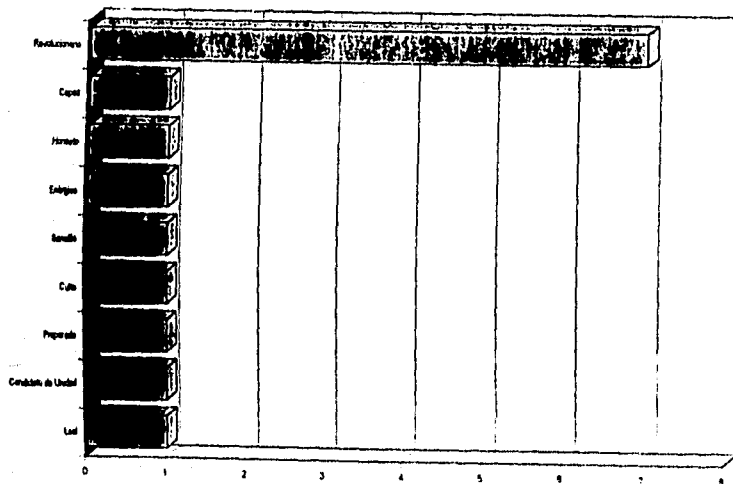
Los grupos del partido parecían inclinarse por Ezequiel Padilla, pero finalmente Alemán fue el elegido.

El 2 de julio de 1944, en la ciudad de Irapuato, se da la primera manifestación de apoyo a Alemán. A partir de ahí, la línea política estaba marcada, todos los sectores paulatinamente, se fueron manifestando en favor del Secretario de Gobernación.<sup>23</sup>

Los días posteriores a su designación, los desplegados comenzaron y a diario Excélsior le otorgaba un espacio en su primera plana, 15 notas, durante los mismos días; sin embargo, la imagen se continuaba manejando a través de desplegados.

A continuación presentamos los calificativos con los cuales se le construyó una imagen pública; por medio del diario.

MIGUEL ALEMÁN



Como se aprecia en la gráfica, se le manejaba la imagen de un candidato surgido del movimiento revolucionario, aunque jamás hubiera participado en él; pero, es que no podían jactarse de ser un partido surgido de la lucha armada y tener como candidato a un inexperto universitario.

El 4 de ese mismo mes, Excélsior dio a conocer de una manifestación de más de 30 mil personas en apoyo a su candidatura. Fue la primera ocasión en que a un candidato del PRI se denominaba: **candidato de unidad nacional.**<sup>24</sup>

El 6 de julio de ese año, la Confederación de Jóvenes Mexicanos se manifestó también por su candidatura. Al día siguiente lo hizo la Confederación de Trabajadores de México.<sup>25</sup> Pese a las manifestaciones de apoyo, Ezequiel Padilla continuaba con un espacio en el diario, su postulación como candidato independiente, ocupaba también los titulares de la prensa.

Sin embargo, el 17 de enero de 1945, acabó la incógnita, se anunciaba ya la convención en donde saldría reformado el PRM y en el cual se designaría a Alemán como candidato.<sup>26</sup>

El instrumento de corrupción de Calles cambió así, pero continuó con viejos vicios en la designación de candidatos.

Miguel Alemán, según dijo, Teofilo Borunda, líder del Sector Popular, "descendía de su soberbia para ser el candidato del pueblo".<sup>27</sup>

El PRI, le dijo Sánchez Taboada, "pone en usted la bandera de la Revolución, la misma de Lázaro Cárdenas y Manuel Avila Camacho".<sup>28</sup>

De manera complementaria enumeramos a continuación los calificativos también atribuidos.

#### **GENERALIDADES BRILLANTES**

Criterio Revolucionario  
 Valuarte de la Revolución  
 Candidato de la Unidad  
 Capaz  
 Honesto  
 Con energía  
 Sencillo  
 Culto

Preparado

Ideal Revolucionario

Sabr  interpretar el sentido histórico de la reforma social

Espiritu Revolucionario

Plataforma revolucionaria

Limpia trayectoria revolucionario

Leal colaborador de los gobiernos revolucionarios

Conocedor de las necesidades de los trabajadores

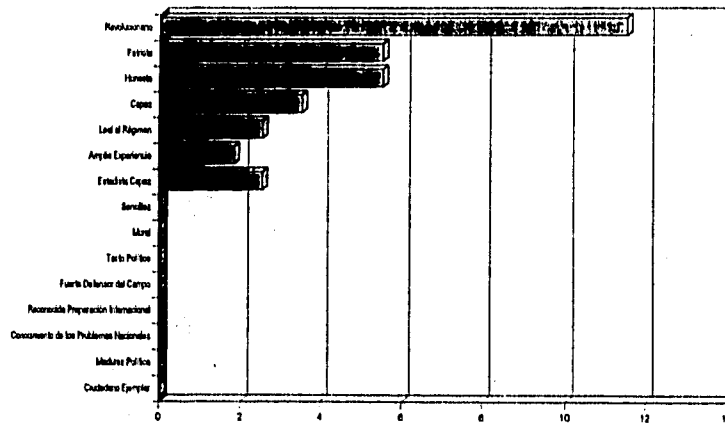
Votar por él, declaran los desplegados "no sólo es un derecho, sino un deber del pueblo".

En todos los desplegados se manejaba la idea de continuador del patriota presidente, Avila Camacho. Y aunque hubiera quien no estuviera de acuerdo, el presidencialismo en el país obliga a cerrar filas. Y así lo hacían los obedientes priístas.

## 5.6. ADOLFO RUIZ CORTINES

Con un candidato aún más débil que los anteriores, el PRI luchaba por la presidencia. Sin embargo, nuevamente, la parte fuerte del manejo de imagen estuvo en los desplegados, 34 desplegados en 15 días se encargaron de señalar 45 veces sus cualidades. La más notoria evidentemente fue la de revolucionario.

ADOLFO RUIZ CORTINES



Estos fueron los calificativos bajo los cuales se manejo la imagen del candidato del Revolucionario en aquella ocasión en el diario Excélsior.

Aunque no se puede acusar al diario de oficialista por esa circunstancia, ya que los desplegados son información pagada y el periódico tiene la obligación de publicarla.

La imagen a través de desplegados, en esta ocasión, no fue suficiente; el partido se vio en la necesidad de hacer uso de otra técnica propagandística para manejar la imagen, y esta fue: la información "objetiva" publicada en el diario. Incluso se recurrió a los datos biográficos (corregidos y aumentados) para darle personalidad a un candidato carente de ella.

Presentar a un universitario brillante, no funcionaba para un partido emanado de la Revolución, entonces, éste difundió "los antecedentes revolucionarios de su candidato".

Aunque esto resultó contraproducente, pues un general con prestigio Francisco Múgica le reprochó haber traicionado a la patria, al participar al lado de los estadounidenses en la invasión de Veracruz.

El partido evidentemente lo negó; sin embargo, el mismo diario publicó una lista de mercenarios mexicanos colaboradores de Estados Unidos; en ella aparecía el nombre de: Adolfo Ruiz Cortines.<sup>29</sup>

Para el partido esto era una coincidencia, se trataba, dijo, tan sólo de un ciudadano de la misma edad, con el mismo nombre y de la misma ciudad.<sup>30</sup>

En este sentido Excélsior dio cabida a todas las opiniones pero forzado por la opinión pública. El compromiso de los cooperativistas no había concluido, seguían agradeciendo al gobierno y al partido su apoyo para conseguir el diario.

Adolfo Ruiz Cortines, nació el 30 de diciembre e 1890, en Jalapa Veracruz. Estudió sociología y economía. En 1906 trabajó como contador comercial. En 1912 llegó a la capital y en 1914 regresó a su tierra.

Entre sus antecedentes revolucionarios se encontraba "haber combatido a los villistas", haber sido ayudante del General Heriberto Jara y propagandista en contra del régimen de De la Huerta.<sup>31</sup>

Sus correligionarios lo calificaban como de una trayectoria luminosa, ejemplar.... por servir a México a dado todo y nada ha reclamado .... Representa la unidad de los revolucionarios, la defensa de la Patria y la Constitución, según dijo Vicente Luna Campa.<sup>32</sup>

Como parte del manejo de imagen se hizo común observar en la información de prensa mítines multitudinarios en donde se mostraba el apoyo de pueblo de México, a la candidatura de Ruiz Cortines.<sup>33</sup>

El resto de los calificativos publicados en los desplegados eran:

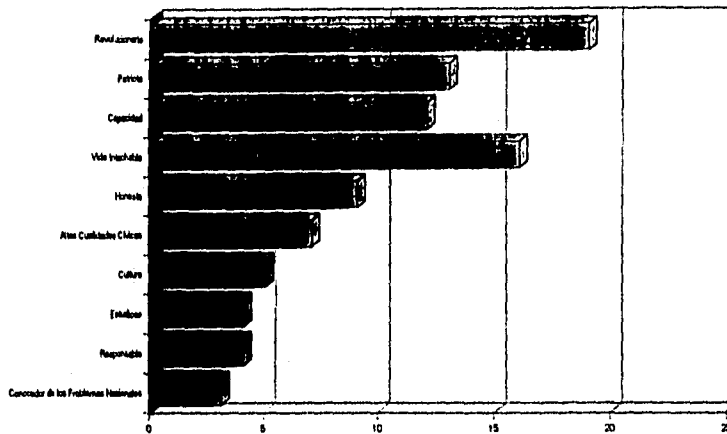
Revolucionario (12 veces)  
Patriota (6)  
Honesto (6)  
Capaz (4)  
Leal al régimen (3)  
Amplia experiencia (2)  
Estadistas capaz (3)  
Sencillez (1)  
Moral (1)  
Tacto Político (1)  
Fuerte defensor del campo (1)  
Reconocida preparación intelectual (1)  
Conocimiento de los problemas nacionales (1)  
Madurez Política (1)  
Personalidad (1)  
Ejemplar ciudadano (1)

### 5.7. ADOLFO LOPEZ MATEOS

Porque el PRI era "primero", los revolucionarios fueron ahora más allá de la Revolución. Adolfo López Mateos se definió al estilo de José María Morelos y Pavón: "Soy el siervo de la Nación", dijo cuando tomó posesión como candidato del Revolucionario Institucional. El 15 de noviembre de 1957. <sup>34</sup>

Desquebrajada la idea de la Revolución, la imagen hubo de retomar otros movimientos históricos. Los desplegados de apoyo ahora decían: "Creemos en los hombres de 1810, en los erigidos varones de 1857, y en aquellas de 1910 a 1917, que pusieron los cimientos sobre los que descansa la patria". <sup>35</sup>

ADOLFO LÓPEZ MATEOS



Excelsior, leal al partido difundía ante la población al ciudadano más patriota de la camada de revolucionarios y exaltaba los espacios donde se reconocía al PRI como una institución antecesora de los sucesos históricos más importantes en la historia de México.

Ese mismo 15 de noviembre de 1955, un desplegado de los priistas de Tabasco sostenía: "El PRI es el mismo que surgió con las manifestaciones de rebeldía de los precursores de la independencia que identificamos con Hidalgo .... También de los Constituyentes de Apatzingan".<sup>36</sup>

En cualquier tiempo que haya florecido un sentimiento de nobleza, de amor a los humildes el PRI ha estado presente.

Es rol del mismo que llevó a la Reforma con Juárez a la cabeza.

Nuestro PRI está enraizado en los tiempos encabezados por Madero y Pino Suárez; Carranza, Zapata, Cárdenas, Ruiz Cortines, Avila Camacho y Alemán".<sup>37</sup>

Al día siguiente, López Mateos agradeció a los militantes del PRI el haberlo abanderado con la Revolución, inmediatamente al otro día (17) de noviembre de 1955, López Mateos rindió protesta como candidato del Revolucionario. En el evento realizado en el estadio de la Ciudad de los Deportes, el nuevo candidato delineó su proyecto de trabajo, otra vez los mismos: más empleo, productividad de empresas, soberanía, justicia, democracia, y seguridad social.<sup>38</sup>

El prestigiado orador agregaba:

- En el petróleo ni un paso atrás, es conquista de la Revolución.
- Voto a la mujer
- Prohibida en la Administración Pública

Aunque ya no fue nota principal, el 18 de noviembre Excélsior cubrió ampliamente la "Emocionada despedida que le hicieron a López Mateos en la Secretaría del Trabajo". Hubo, decía la nota, lágrimas, risas y escenas tiernas.<sup>39</sup>

Ese mismo día se informaba también (en otra nota) de sus actividades en el CEN del PRI.

El 22 de noviembre, el candidato ofreció su primera conferencia de prensa. La nota principal de la primera plana decía: "Ni Alianza Políticas ni Programas Ajenos; López Mateos".<sup>40</sup>

También en la primera plana: "Homenaje del candidato a los Constituyentes; es admirador de la Carta Magna y será apasionado observante". Todos los días (hasta el 30) Excélsior dedicó una nota al candidato del PRI, aunque no manejaba abiertamente su imagen, sólo su plataforma política.



En todas las notas como se ve, se hace énfasis en transferirle la imagen de grandes hombres, todos ellos héroes nacionales y fieles ciudadanos mexicanos. El candidato bien podía cubrir las cualidades de Juárez, Carranza, Zapala y Obregon todos aquellos luchadores de la Patria.

Los mexicanos según el PRI habían descubierto en su candidato a otro gran hombre.

La imagen, nuevamente, estuvo manejada en los desplegados. En ellos se le otorgaba a López Mateos una cantidad considerable de adjetivos para proyectarlo ante los tectores, veamos:

- Capacidad	13
- Austeridad	1
- Lealtad Hidalgo, Juárez, Madero y Carranza	1
- Candidato del pueblo	1
- Justo	1
- Honesto	10
- De trayectoria Revolucionaria	3
- Leal continuador de la obra Revolucionaria	12
- Patriota	14
- Continuator de Ruiz Cortines	1
- Defensor de la Soberanía	1
- Calidad humana	1
- Gran visión	2
- Justa aspiración del pueblo	1
- Limpia personalidad	1
- Ecuanimidad	1
- Vinculado al Programa Revolucionario	1
- Responsable	3
- Conocimiento de los problemas nacionales	4
- Culto	6
- Talentoso	1
- Labor pulcra	5
- Vida intachable	11
- Brillante carrera política	1
- Hombre moderno	1
- Sensibilidad	1
- Surgido de la masa	1
- Calidad moral	1

- Rectitud	1
- Sinceridad	1
- Militante PRI	1
- Madurez	1
- Inteligencia	2
- Altas cualidades cívicas	8
- Convicción Revolucionaria	2
- Democrático	2
- Progresista	2
- Garantía de la Defensa Revolucionaria	2
- Personalidad 2	2
- Dinamismo	3
- Estudioso	5
- Sereno	2
- Práctico	1
- Resuelto	1
- Sagaz	1
- Digno	1

## 5.8. GUSTAVO DIAZ ORDAZ

A la transferencia de imagen en los desplegados se añadió con más fuerza los datos biográficos y las declaraciones de funcionarios. Algo que en propaganda se le conoce como Generalidades Brillantes y Procedimientos testimoniales.

En su biografía, Excélsior, difundía la idea de un hombre humilde, educado en el campo, con gran espíritu de superación. De esta manera la gente común podría identificarse mejor, o sentirse allegada a un hombre de su misma clase social.<sup>42</sup>

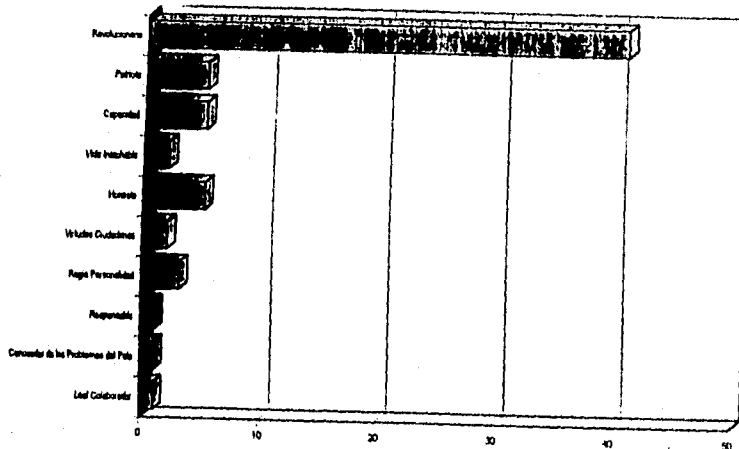
Para los universitarios estaba la figura de un ciudadano con amplia preparación, que incluso llegó a Vice Rector de la Universidad de Puebla.

Y para los políticos un hombre con gran carrera política.

Gustavo Díaz Ordaz, según los propagandistas, era un ciudadano super dotado ningún aspecto fue descuidado; su bibliografía de diseñó de tal manera para poderlo vincular con un hombre de pueblo, al estilo Benito Juárez.

Los desplegados no dejaron de aparecer para el manejo de imagen, al contrario, aumentaron el número de ellos y, evidentemente también creció el número de calificativos como a continuación vemos:

GUSTAVO DÍAZ ORDAZ



Como ya era una costumbre el nombre del candidato se conocía antes de celebrarse la convención; en el caso de Díaz Ordaz, desde el 15 de noviembre el PRI de Tamaulipas había lanzado su candidatura, y a partir de ahí inicio la publicación del desplegado de apoyo. Todos, evidentemente estaban con Díaz Ordaz, ninguno de los demás tenía las cualidades para ser el electo.

El 4 de diciembre el sector obrero lanza su candidatura y, Excélsior vuelve a dar gran cobertura; ahora incluso publica una visita a su casa, después de una comida con el Presidente. En la nota se hacía notar que él mismo manejaba su automóvil en compañía de su esposa. <sup>43</sup>

Todos los días, el diario cumplía puntual toda la información generada en torno al Secretario de Gobernación, pese a su sentido crítico, Excélsior (dirigido por Julio Scherer) dedicaba más espacio al candidato del PRI en comparación con los otros contendientes. Lo cual evidenciaba una cierta preferencia pese a no ser oficial su candidatura. <sup>44</sup>

El 16 de diciembre la nota principal decía: "Abrióse la Convención del PRI: tácitamente proclamaron a Díaz Ordaz".

Y en su momento, entra en juego otro elemento propagandístico, consistente en fabricar la imagen con testimonios de personas allegadas al sujeto.

Este fue el caso de Alfonso Corona del Rosal quien lo calificaba como un hombre con "reconocida identificación con la Revolución Mexicana, sensible a los problemas y con carácter"... remataba: "surgido de las entrañas del pueblos". <sup>45</sup>

El lenguaje de los desplegados se traslada así a las entrevistas con personajes de la vida política y cultural del país. La propaganda había reforzado la idea con versiones periodísticas, en teoría más objetivas y así impactaba más a la población.

Al día siguiente la de ocho columnas rezaba: "Por aclamación D.O. fue designado candidato al PRI". En la nota se resaltaba el que no hubo votación ni intento de ello, pues los 4 500 delegados lo aclamaron de manera unánime. <sup>46</sup>

Usted, le dijeron, va a abrir una nueva página en la historia de la Revolución Mexicana para bien de nuestra patria". <sup>47</sup>

Fuera de la nota, una crónica crítica, al estilo de Excelsior de aquel entonces. En ella se enjuiciaba el gran despliegue de aparatos de comunicación para grabar el evento (más de 7 cámaras y 6 cineastas) y la gran transmisión por radio y televisión.

También se le atribuyeron las siguiente cualidades:

Recto (1)  
Abanderado de Zapata (1)  
Responsable (1)  
Alto Patriotismo (3)  
Moral (1)  
Contacto con los problemas gubernamentales (1)  
Capacidad (6)  
Militancia Revolucionaria (7)  
Recia personalidad (3)  
Criterio (1)  
Ejemplo político (2)  
Miembro distinguido del PRI (2)  
Continuador del programa Revolucionario (17)  
Ideas Revolucionarias (2)  
Conducta Intachable (2)  
Estadista (1)  
Honestidad (5)  
Experiencia (2)  
Conocedor de los problemas (1)  
Cualidades Revolucionarias (2)  
Acendrado patriotismo (3)  
Calidad humana (1)  
Ejecutoria revolucionaria (2)  
Ejecutoria pública (1)  
Virtudes ciudadanas (2)  
Cumplimiento de los postulados revolucionarios (2)  
Militancia partidista (1)  
Convicción revolucionaria (10)

Leal colaborador (1)

Leal (1)

Reconocido revolucionario (1)

Limpia carrera (2)

Continuador de Hidalgo, Morelos, Juárez, Madero y Zapata.

En todos los casos se aseguraba era el continuador del Gran Revolucionario Adolfo López Mateos y era la esperanza de cambio en los niveles de vida de los trabajadores.

### 5.9. LUIS ECHEVERRÍA ALVAREZ

Un candidato de 1a., de Primera plana.

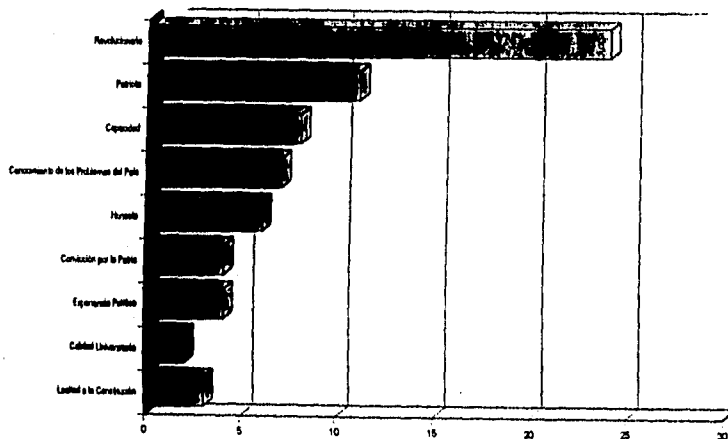
Como nunca antes, Excélsior dedicó casi toda su información principal al destape de Luis Echeverría.

El diario más temido del poder privilegio la información del nombramiento. Todos los aspectos fueron cubiertos: la nota, la crónica de actividades, la estancia en su casa, la biografía, el testimonio de familiares y amigos. Todo en torno a él era importante, el hecho parecía algo fuera de serie.

También el periódico coadyuvó al manejo de imagen; un diario con amplia credibilidad mostraba los mejores aspectos del candidato... no se podía dudar, este sí era el bueno.

En este período aumentaron el número de desplegados, los calificativos mostraban una buena imagen del candidato, pues aunque se agregaban otros calificativos la idea del revolucionario con arraigo no dejó de existir. Un partido emanado de la Revolución no podía lanzar a un ciudadano común tenía que ser alguien con las siguientes cualidades:

LUIS ECHEVERRÍA ALVAREZ



Como se percibe, los priistas habían electo, según ellos, al hombre más patriota y honesto del gabinete evidentemente pertenecía a la camada de revolucionarios herederos de la historia nacional.

Los desplegados señalaban una y otra vez, sus cualidades; finalmente, la población quedaría convencida de los grandes dotes del nuevo abanderado del tricolor (según ellos).

Pero el periódico apoyó también con notas informativas. El 22 de octubre al darse a conocer el nombre extraoficialmente (la Convención aún no se realizaba), Excelsior cubrió tan amplio como el PRI lo hubiera deseado; el aspecto crítico del diario todavía no salía.

Debido a que el sector campesino fue el primero en manifestarse, la imagen se maneja en ese sentido. Augusto Gómez, líder de la CNC, dijo de Echeverría: "Será el defensor de los campesinos".<sup>48</sup>

A éstos recibió en su despacho de Bucareli para mostrar al país su gran apoyo, su sencillez. Obviamente la entrevista con el candidato se efectuó frente a un cuadro de Zapata.

En su biografía quedó al descubierto, el hombre más brillante del gabinete. De ayudante ascendió a Secretario Particular y luego a encargado de Prensa y Propaganda del partido.<sup>49</sup>

Nacido el 17 de enero de 1922 era un ciudadano de amplia carrera política.

Buen hijo, buen padre, buen amigo, leal... México no podía desear algo más.

Todos los días Excelsior fijó la imagen del candidato. No hubo un sólo día en que no apareciera una nota en torno a él, de hecho andaba ya en campaña a pesar de no ser oficial.

25 de octubre, por ejemplo, la nota principal resaltaba que "el cambio de gobierno no paralizaría la economía como en otras ocasiones", además se manifestaba por romper el amiguismo y compadrazgo y sólo privilegiar a los mejores ciudadanos.<sup>50</sup>

Diario un evento diferente lo mismo hablaba con campesinos que con economistas y Constituyentes. Con éstos se reunió el 26 de octubre y definió su filosofía política.



Dos días después trató de limpiar el error de Díaz Ordaz al reunirse con jóvenes universitarios, ahí se proclamó Revolucionario.

Muestras de apoyo no sólo se hicieron en desplegados; sino en información colocaba en buen espacio, por Excélsior como fue el caso del 30 de octubre, donde el Grupo Monterrey se declaró en favor de él.

En la toma de protesta sin embargo, surgió el espíritu crítico del diario dirigido por Scherer.

14 de noviembre en la Convención, Abel Quezada realizó una crónica denominada: "Un influyente en la Convención", donde relataba lo difícil que fue para el común de la gente penetrar al lugar y como se facilitan las cosas para los allegados al poder. 51

Nota principal, obviamente, estaba destinada al partido: "Contra la Corrupción y los privilegios promete luchar el PRI". 52

La designación oficial (publicada el 15 de noviembre) no fue de ocho columnas, decía: "Entre aclamaciones Echeverría fue postulado oficialmente". Ese día, el candidato reconocía: "sé que me debo al pueblo". 53

A día siguiente un reto público de González Morfín: "lo invitaba a debatir"; y aunque tuvo cobertura no fue la esperada por la magnitud de la nota.

Apoyo al candidato se daba en cualquier lado. Abel Quezada, publicó por ese tiempo: "Echeverría tenía que llegar, toda su vida la dedicó a una causa: ser el candidato". 54

Finalmente, el lector común quedaría con la idea de que ahora sí el país iba a cambiar políticamente e incluso en materia económica.

Se trataba de darle mayor fuerza al candidato, pues la represión del 68 había causado malestar en la población.

El PRI había utilizado así para la imagen del candidato al periódico con más prestigio por su carácter crítico y éste se vio obligado a cumplir su misión oficial, aunque continuara con su crítica; de hecho esta fue la designación más crítica en toda la historia del diario, evidentemente el precio que tuvieron que pagar fue muy elevado para el periódico.

Por otra parte es preciso mencionar la otra atadura colocada por el PRI a los periódicos: la económica. Cualquier diario agradece la publicidad y los desplegados entraban con ese concepto; los periódicos entonces no podían rechazar tan preciado bien.

Como en los demás casos también se le atribuyeron más calificativos:

Representa la unidad nacional (2)  
Progreso (2)  
Continuará la obra de desarrollo revolucionario (6)  
Forma parte de un gobierno patriota (2)  
Alta calidad ciudadana (1)  
Experiencia política (5)  
Conocimiento profundo de los problemas del país (8)  
Talento (1)  
Capacidad (9)  
Acendrado patriotismo (12)  
Ideología revolucionaria (1)  
Lealtad a la institución (2)  
Respecto a la constitución (2)  
Limpia vida pública (7)  
Relevante calidad universitaria (3)  
Limpia trayectoria revolucionaria (5)  
Brillante personalidad (1)  
Apoyo a los programas revolucionarios (2)  
Personalidad (2)  
Innegable sentido revolucionario (1)  
Leal militancia al partido (1)  
Conciencia revolucionaria (3)  
Inteligencia (1)  
Destacado revolucionaria (1)  
Honesto (7)  
Conducta revolucionaria (1)  
Probada convicción en los casos de la patria (5)  
Formación revolucionaria (4)  
Funcionario dinámico (2)

Sobrio colaborador del Presidente (1)  
Identificación con las clases humildes (1)  
El mejor hombre (1)  
Madurez (1)  
Revolucionario íntegro (1)  
Ejemplar mexicano (2)  
Responsable (1)  
Indiscutible honradez (1)

En todos los casos se mencionaba que esto no era un acto irreflexivo de los sectores, sino una unión de voluntades para apoyar el gran hombre del partido.

### 5.10. JOSÉ LOPEZ PORTILLO

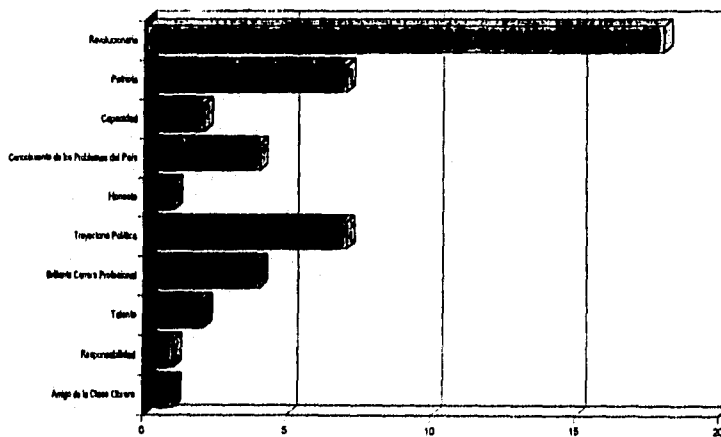
Tocó el turno a los obreros; el legendario líder de la CTM, Fidel Velázquez fue el encargado de "destapar" a su candidato. Nuevamente sin haberse lanzado la convocatoria a la Convención se conoció el nombre del elegido.

El 23 de septiembre de 1975 en una conferencia, Velázquez anunció su apoyo al Secretario de Hacienda; José López Portillo.

La nota principal decía: "J.L.P. será el candidato del PRI para 1976". 55

La declaración fue entendida como la voz de arranque para los priistas, a partir de ese día comenzaron a publicarse diversos desplegados de apoyo para JLP.

JOSÉ LÓPEZ PORTILLO



Así fueron, en su mayoría los calificativos atribuidos al candidato, otra vez un gran patriota y revolucionario. Un ciudadano de amplias capacidades.

La entrevista no podía faltar; otra vez en su casa, López Portillo mostraba su mejor cara: la del padre amoroso, el esposo fiel, el gran ciudadano; el brillante político; el honesto, el patriota.<sup>56</sup> El manejo de su imagen lo comenzó el mismo, en aquella entrevista dio su biografía:

- \*Clase media
- \*De familia revolucionaria (su padre fue militar)
- \*Sindicalista
- \*Gran estudiante
- \*Hombre esforzado
- \*Apoyo la expropiación petrolera

Al día siguiente las ocho columnas decían:

"Mañana postulará el PRI a José López Portillo" La protesta después. 57

La transferencia de imagen se hizo ahora con Lázaro Cárdenas.

López Portillo había dicho incluso que salió a la calle para apoyar la medida del entonces Presidente. Lo admiraba, era su ejemplo a seguir. Lo anterior se entiende por el desgaste del movimiento revolucionario entonces, la imagen a manejar sería la de un sujeto más cercano y más querido, y ese fue el "Tata Cárdenas".

Sólo dos días después (25 de septiembre) el partido lo postuló su candidato; en cinco minutos la "tumultuosa asamblea" lo nominó para presidencia de la República. La toma de protesta como se había dicho sería después. Mientras tanto el partido se encargó.

En sus discursos insistía en la disculpa a los jóvenes, le pedía nueva oportunidad, 1968, fue un error que quisiera ver cancelado.<sup>58</sup> Solicitaba le abrieran las puertas de la Universidad Nacional. Como era ya común, los precandidatos actuaban y hablaban no sólo como abanderados de su partido, sino como futuros Presidentes. En cualquier evento hablaban de las cosas mal hechas que tenían que corregirse; había, dijo: "hay una gran desigualdad social".

Aumentó su ego, decía el 4 de octubre en primera plana: "Nadie se equivocó sobre mi postulación". <sup>59</sup>

Excélsior, como era de esperarse, estaba fiel a su causa, aunque paradójicamente (ya sin los críticos del diario) dedicaba menos espacio en comparación con el destape anterior.

Su primer acto público, obviamente, lo realizó ante agremiados de la Confederación de Trabajadores del México. Ahí prometió "Continuidad de la Revolución Mexicana". <sup>60</sup>

Y continuó con su campaña....

La información del 5 de octubre evidenciaba un evento tumultuoso (más de 60 mil personas), todos los priistas estaban llamados a aplaudir a su líder. Y así fue. La primera plana de Excélsior decía:

- "Hemos decidido erradicar la intolerancia: JLP, al protestar"
- "Tumulto y discurso entre porras Clásico acarreo"
- "Texto íntegro del discurso - En 1975 la Revolución Mexicana es norma y sociedad"
- "El espectáculo del partido en el poder"
- "Oportunidad de servir a JLP: Hugo Cervantes"
- "El discurso de JLP inspira confianza: CCE"

Unas páginas adelante, en entrevista realizada en su casa señalaba: "Estoy dispuesto a entregarlo todo".

En una crónica se definía: Fui educado en la escuela de la Revolución, mi padre fue un militar modesto. Creo en un pueblo que trabaja y canta. Elogió a Cárdenas y Echeverría. <sup>61</sup>

Nuevamente el gran despliegue informativo para anunciar al candidato del PRI, otra vez era, según el diario: un buen hombre. Aunque en esta ocasión el periódico tuvo poca credibilidad.

Al día siguiente, y también como parte del manejo de imagen, se reunió con los sobrevivientes de la escolta que acompañó a Madero cuando fue asesinado. De ser militar modesto, su padre paso a ser parte de esa heroica escolta.

El 10 de octubre, en otra nota de ocho columnas López Portillo reafirmó su convicción revolucionaria: "Dictadura de gobierno de tecnócratas NO. La Revolución es el camino y la Constitución la permanencia de los estatutos". <sup>62</sup>

Sin embargo, la imagen como tal se maneja como ya era costumbre por medio de los desplegados, la Revolución no dejaba de aparecer en más de la mitad de los 68 desplegados de apoyo.

Cabe señalar que en la mayoría de los desplegados se colocaba las palabras "Telegrama Urgente", para que llamara más la atención de los lectores ya cansados de lo mismo de siempre. Además señalaban que la decisión había sido tomada después de haber sido realizada una amplia consulta a las masas.

Los calificativos otorgados a José López Portillo fueron:

Distinguido ciudadano	1
Revolucionario origen	1
Mejor hombre del partido	1
Reconocidos dotes ideológicos	1
Patriota	8
Revolucionario	2
Gran Trayectoria revolucionaria	6
Incansable trabajo al frente de las finanzas	1
Conocimiento de los problemas nacionales	4
Trayectoria política	8
Identificación con la clase campesina	3
Vigorosa militancia revolucionaria	1
Recia personalidad	1
Identificación con las causas de la revolución	1
Capacidad	2
Sabrà regir los destinos de la nación	1
Amigo de la clase obrera	1
Humana calidad profesional	1
Convicciones revolucionarias	3
Dotes morales	1
Brillante carrera profesional	4
Eficaz	2
Talento	2
Valencia política	1
Responsabilidad	1

Honradez	1
Fortalecer la obra revolucionaria	1
Rectitud e integridad	1
Nacionalismo Revolucionario	1
Humanismo	1
Mística revolucionaria	2
Candidato más revolucionario	1



### 5.11. MIGUEL DE LA MADRID HURTADO

Nueva campaña de la Revolución mexicana, prometía el primer candidato titulado en Estados Unidos, quien además aseguraba: "se reforzará el nacionalismo". 63

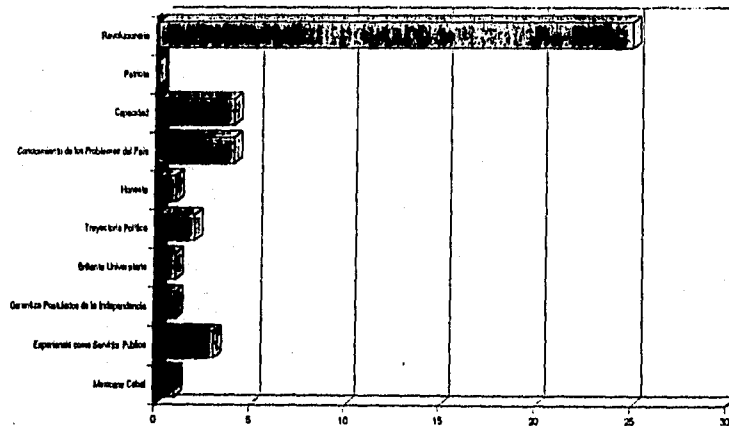
Miguel de la Madrid fue destapado el 25 de septiembre de 1981. Excélsior dio cuenta de lo acontecido: "Antes de las 8 de la mañana fue a los Pinos, vio al Presidente López Portillo y tres horas después lo postuló el PRI". 64

El lector del diario resumía así la imagen del precandidato:

- Buen esposo
- Buen padre
- Estudiante brillante. Mención honorífica  
Postgrado en Harvard
- Ascendente carrera política

Además de los grandes dotes publicados en los desplegados, como a continuación veremos:

MIGUEL DE LA MADRID HURTADO



Su esposa afirmaba: "Mi esposo se preocupa mucho por entender las inquietudes de los jóvenes". 65

La opinión de los Estados Unidos también importaba ahora, el corresponsal en aquel país informaba de la aprobación de aquella nación. 66

Al estilo de la propaganda nazi, hasta las predicciones se utilizaron; cuando niño, difundía el diario, tres días le habían dicho: "Miguelito algún día serás Presidente de la República". 67

Los esquemas para el manejo de imagen eran los mismos, pareciera que el Revolucionario Institucional poseía un guión de imagen bajo los cuales se diseñaban todos.

Otra vez el Revolucionario, patriota, conocedor de los problemas nacionales (pese a haber realizado parte de su educación en escuelas de Estados Unidos) y honesto.

Ahora la cobertura no sólo era de nota principal, sino incluso hasta tres notas en primera plana y con subdivisión de temas. En muchas de ellas se mencionaba la falta de convicción revolucionaria de aquellas que roban al país; prometía: "Me conservare con las manos limpias". 68

El mismo día visitaba dos o tres lugares. En todos prometía:

- Petróleo para los mexicanos
- Fortalecer la productividad
- Incorporar a los marginados
- Justicia social
- Riquezas mejor repartidas
- Fijarán los obreros hasta donde llegaremos
- Desarrollo
- Sociedad más igualitaria
- Continuará el empleo como meta prioritaria

Ante el gran desprestigio del sistema político, Miguel de la Madrid manejó un discurso en contra de la corrupción y las malas acciones (morales) de algunos funcionarios. Además no se cansaba de insistir en la demagogia de los partidos de oposición por proponer cosas sin sentido en lugar de sumarse a la lucha revolucionaria. 69

Y además, Miguel era buen amigo:

"Era buen amigo, muy serio, el mejor estudiante..... y no ha cambiado". 70

En una reunión con más de 300 compañeros se maneja la idea del gran compañero:

Barroso Valdés: "Desde la primaria ya se le veía pinta de líder": 71

El 10 de octubre ese líder tomó posesión como candidato:

Rechazo a Dictaduras y Autoritarismo promete De la Madrid. 72 Javier García Paniagua, Presidente del PRI sostenía:

"Enterados de los antecedentes revolucionarios de usted me es muy grato comunicarle con alegría que el PRI lo ha designado su candidato". 73

Y para su candidato el PRI realizó lo mejor, ese mismo día Excelsior publicaba fotos y notas en torno al escenario falso, calles de utería y maquillaje priista en Apatzingan, donde De La Madrid iniciara su campaña política de manera oficial.

El 12 de octubre, otra vez toda la plana:

"Intransigencia contra Corrupción pública y privada: MMH

- \* Acepto la candidatura como supremo compromiso con las clases populares".
- \* Ganaremos para la Revolución prometió después de rendir protesta.
- \* Discurso de 25 páginas, Interrumpido 26 acciones de aplausos.
- \* Vitores de 60 mil almas al candidato
- \* Con los obreros ganaremos las elecciones para la Revolución
- \* Con los campesinos haremos el gobierno de la República 74

## VIVA MÉXICO

En los desplegados no dejaba de aparecer lo revolucionario de los candidatos del partido oficial, 25 calificativos vinculados con ese tema; pero la imagen ya iba cambiando, ahora era igualmente importante conocer los problemas del país y ser trabajador.

Una imagen preparada durante 15 días para convertir a un gran hombre en el gran candidato.

Como se hacía ya a nivel internacional:

Ideales Revolucionarios	4
Principios políticos emanados de la revolución	3
Probado compromiso con la revolución	2
Destacado servidor público	1
Continuidad del proceso revolucionario	5
Defensor de las causas revolucionarias	1
Firmes principios revolucionarios	1
Cualidades personales	1
Amplio conocimiento de los problemas del país	5
Gran profesionista formado en las filas revolucionarias	1
Enorme capacidad de trabajo	5
Altas cualidades revolucionarias	1
Militancia prista	4
Limpia trayectoria	2
Garantiza los postulados de la independencia	1
Calidad humana	1
Experiencia como servidor público	3
Concepción administrativa	1
Brillante universitario	1
Docente en instituciones de educación superior	1
Convicción revolucionaria	5
Madurez política	1
Voluntad política	1
Revolucionario capaz	1
Honesto	1
Mejor abanderado con principios políticos y revolucionarios	1
Dinamismo y dedicación al estudio	2
Garantiza la dignidad nacional	1
Mexicano cabal	1
Brillante trayectoria liberal revolucionaria	1
Hombre del sistema	1
Autor del Plan Global de Desarrollo	1
Proseguirá la política nacional de José López Portillo	

## 5.12 CARLOS SALINAS DE GORTARI

Llegó la hora de terminar con los caudillos, con los revolucionarios, Carlos Salinas fue tajante, "No más caudillos en el país"<sup>75</sup> era la hora de que los tecnócratas subieran al poder. El 5 de octubre de 1987 tras el desfile priísta Excélsior publicaba a ocho columnas: "Salinas de Gortari candidato a la presidencia". <sup>76</sup>

El hecho de que el caballo negro en la lucha por la candidatura fuera el elegido implicó un mayor esfuerzo para el Partido Revolucionario. La imagen para construir a su nuevo líder cubrió muchos aspectos.

En Primera instancia se mostraba al lector un hombre con visión y profundo conocimiento de los problemas nacionales. El día de la designación esbozó puntos claves: <sup>77</sup>

1. Hacer una nueva campaña de la Revolución
2. Defender con nacionalismo
3. Ser ante el mundo ejemplo de orgullo
4. Defender la soberanía
5. Defender elecciones limpias
6. Avanzar en el cambio económico
7. Impulsar a los estados
8. Hacer política
9. Incorporar a los mejores mexicanos
10. Seguir siendo la vanguardia del pueblo que reafirma la herencia de Hidalgo, Juárez, Morelos , Zapata, Calles y Cárdenas.

Otra vez la idea de unanimidad y consenso en el partido estuvo presente, nadie en el PRI tenía otro candidato.

Cuando se realizó el anuncio de su designación en el Salón Presidentes de este instituto político, la opinión estaba dirigida en una sola dirección: CARLOS SALINAS DE GORTARI.

Faltó más espacio en la primera plana para dar a conocer la información, todo era importante para Excélsior, todo era importante para el PRI. <sup>78</sup>

- Habrá mano firme pero sin dureza
- Consenso unánime categórico

- Vocación política y administrativa: MMH
- Hay doctrina y rumbo: Olivares Santana
- Garantía y firmeza: obreros
- Reconocieron sus méritos los otros cinco aspirantes
- Sus ideales giran en torno a los intereses nacionales: Américo Villarreal
- Me siento satisfecha: su esposa
- Continuidad, fórmula para el desarrollo, reto para un economista.

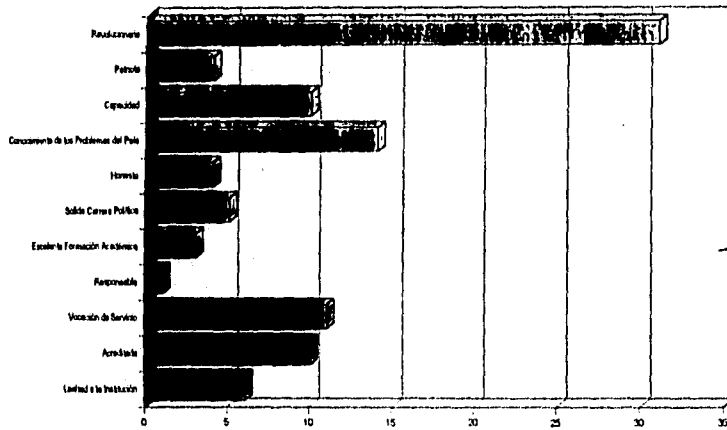
Evidentemente (según su imagen) tenía **generalidades brillantes**:

- Estudió economía en la UNAM
- Realizó estudios de postgrado en la Universidad de Harvard (dos maestrías y un doctorado)
- A los 22 años era analista de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.  
Y en el suplemento especial dedicado por Excelsior, se aumentaba su brillantez: 79
- Un político de su tiempo
- Casi genial \*a temprana edad despertó su pasión por la política
- Consumado deportista, académico y político
- Premio anual de Economía
- 1966-1968 ayudante del diputado Gonzalo Martínez Cortaba
- 1970-1971 Profesor Adjunto de la UNAM impartiendo la materia de Comercio Internacional
- Investigador del IEPES
- 1971-1972 Profesor de Economía
- 1973-1979 Analista del IEPES del PRI
- 1974 Investigador asistente de la Universidad de Harvard
- 1976 Profesor de Finanzas Públicas del ITAM
- 1971-1974 Asesor del Subdirector de Finanzas de la Secretaría de Hacienda
- 1974-1976 Jefe del Departamento de Estudios Hacendarios
- 1978-1979 Subdirector General de Planeación de la Secretaría de Programación y Presupuesto

Pero todavía no tomaba posesión como candidato, la imagen hasta aquí manejada era una introducción para concientizar a los lectores de la excelente decisión que tomarían los priistas el día de la convección.

Parte de su imagen quedaría así:

CARLOS SALINAS DE GORTARI



Ahora no solo bastaba con ser revolucionario, sino además conocer los graves problemas nacionales.

Otra vez los obreros fueron a la cabeza. En el Congreso del Trabajo fue su primera presentación en público. Ahí prometió (más que como candidato como presidente) una política económica realista y justa. 80

A diario y aún sin ser candidato oficial, Excélsior le dedicaba hasta cinco notas diarias. A Cuauhtémoc Cárdenas, ya candidato sólo una nota en interiores. Equidad informativa. Iba ya casi un mes.

El 8 de noviembre los tres sectores se pronunciaron por Carlos Salinas de Gortari. A las 12:30 horas ya lo había declarado candidato, para él eso era "El más grande honor". <sup>81</sup>

En el Auditorio Nacional aseguró: "Mi compromiso es para defender el triunfo del PRI": <sup>82</sup>

Se resaltaba la democracia y el hecho de que su candidatura hubiera sido designado en un proceso plural.

En la protesta realizada en la sede nacional del PRI emprendió lo que él llamó NUEVA CAMPAÑA DE LA REVOLUCION MEXICANA. <sup>83</sup>

"Por la democracia, dijo, mantendré a la Revolución en el poder" <sup>84</sup>

Para recordar que la Revolución aún estaba viva, pese a tener como candidato a un tecnócrata neoliberal, fue necesario llevarlo hasta los restos de los héroes. Antes de tomar protesta acudió a rendir homenaje a la tumba de Madero, Carranza, Zapata, Obregón, Calles y Cárdenas.

Un propagandista decía *Transferencia viva*

Como era ya costumbre, el diario dedicó otra vez toda la primera plana al candidato del PRI.

Ahora incluso aparecían fotos con su familia, los propagandistas trataban de hacer llamados a la sencillez del pueblo.

Uno de ellos fue también el viaje que realizó en tren a Querétaro como cualquier habitante.<sup>85</sup> En el manejo de la imagen hubo también procedimientos testimoniales:

Elena Poniatowska: "Es el más inteligente del gabinete, va a sacar al país adelante". <sup>86</sup>

China Mendoza: "Habrá continuidad del programa, joven, inteligente y talentoso". <sup>87</sup>

José Luis Cuevas: "Es una nueva selección, salvará al país de la grave crisis". <sup>88</sup>



Salinas Lozano: "Estoy orgulloso de mi hijo". 89

Y otra vez el presagio. Los horóscopos la señalaban como hombre predestinado, al mejor estilo nazi. El candidato ahora sí sería el nuevo tlatoani.

En entrevista el 6 de octubre afirmó: "Desde 1983 me dijeron que sería presidente". 90

Las noticias hablaban de un espíritu humanista que a temprana edad era un revolucionario nato.

En este destape se utilizó incluso el **recurso del Vagón de Cola**, fundamentado en la imagen de Fidel Castro del cual decían al igual que él se empapó de sangre revolucionaria.

Excélsior, para cerrar con broche de oro, dedicó todo un suplemento especial al candidato (un periódico en blanco y negro realizó su edición a color).

"Campaña de un candidato"

La información principal daba la siguiente imagen:

- \* Rechazo al populismo
- \* Exaltó los esfuerzos de MMH
- \* Prometió limpieza en las elecciones
- \* Todo mejorará

Excélsior recordaba la campaña de Obregón y Calles. Lo exaltaba por sus cualidades de joven. La campaña, decía, será austera y de comunicación con el pueblo.

En su examen profesional había recibido mención honorífica.

Los desplegados en algunas ocasiones se cubrían como notas al visitar los estados. En Chiapas, por ejemplo, se informaba de una reunión con más de 45 mil personas: "Comparto las preocupaciones de los obreros", "ni un paso atrás en la vigencia del ejido". En esta reunión autografiaba banderines, pero no con su nombre, sino con la leyenda **VIVA ZAPATA**. 91

Para el periódico estos desplegados representaban un gran negocio, pues eran pagados por los sectores del partido. Y por eso, Excélsior le dedicaba hasta cuatro notas diarias al candidato.

En mayor número de desplegados de apoyo (95) para un candidato del PRI, se mostraba la siguiente imagen:

- Mejor hombre	3
- Excelente formación académica	4
- Sólida carrera política	6
- Autenticidad Revolucionaria	5
- Integridad moral	2
- Buen abanderado de la Revolución	8
- Acertada participación en el PRI	2
- Honesto	5
- Probada convicción revolucionaria	7
- Experiencia política	11
- Garantiza los postulados de la Revolución	3
- Patriota	5
- Responsable	1
- Capacidad	11
- Vocación de servicio	12
- Intachable conducta pública	1
- Nacionalista	4
- Acreditada militancia	13
- Profundo conocimiento de los problemas de México	15
- Lealtad a las instituciones	6
- Acendrado civismo	1
- Hará realidad los postulados del partido	1
- Experiencia política	1
- Hombre comprometido por México	1
- Generación política Revolucionaria	2
- Ha probado conocer nuestra Constitución	1
- Político moderno	1
- Joven experimentando, talentoso, formado en la Revolución	7
- Respetuoso de los trabajadores	1
- Inteligente	1
- Sencillo y cordial	1
- Colaborador de MMH	1

### 5.13. LUIS DONALDO COLOSIO

El 28 de noviembre de 1993, el Partido Revolucionario Institucional inició la creación de su nuevo líder, del mito. Luis Donald Colosio quizá no fue el único candidato del PRI que necesitará la construcción de imagen como líder; sin embargo, fue él, a quien el partido le ideó la más completa imagen como tal.

Fue también a quien Excélsior no sólo le dedicó la primera plana; sino un suplemento completo y un vídeo, ahí manejaba muy bien la imagen del candidato del tricolor.

Desde el primer día los lectores del diario, se encontraron con un ser humano excepcional; con el reformador de la Revolución, como él mismo lo había señalado al tomar posesión; con un pluralista. La nota principal decía: "Convoco a debate a todos los partidos: Colosio" <sup>93</sup>

En el auditorio Plutarco Elías Calles, del PRI quedó de manifiesto la siguiente imagen del candidato:

— El mayor patrimonio de los mexicanos es la independencia de la nación.  
Pertenezco a la generación del cambio, de las grandes transformaciones de la Revolución

"Creo en la Revolución Mexicana, en los principios de nuestra Constitución".

— Con la causa de la Revolución triunfaremos

El 28 de noviembre de 1993 a las 10:43hrs. Fernando Ortiz Arana comunicó la decisión de los tres sectores; era LDC el elegido por: <sup>94</sup>

- \* Amplias condiciones políticas
- \* Vocación social
- \* Experiencia partidaria
- \* Autor de la reforma al artículo 130
- \* Modernizó a su partido y dio paso a la pluralidad y la transparencia
- \* Único invitado a la entrevista con Clinton
- \* Carácter abierto, franco, sincero
- \* Estudioso
- \* Diputado Federal
- \* Senador

- \* Presidente del PRI
- \* Secretario de Desarrollo Social
- \* Como presidente de su partido recorrió 4 veces el país y como funcionario cada semana viajaba
- \* Carismático
- \* Exigente
- \* Extraordinario trabajador
- \* Leal al presidente
- \* Bisnieto de un colono inmigrante, Francisco Colosio

Su abuelo Severino Colosio estuvo enrolado en las filas villistas e influyó en su admiración por Morelos. Su padre Luis Colosio; empleado, comerciante. En Sonora regidor y alcalde.  
Ofelia Murrieta García su Madre: Ama de casa

En propaganda la construcción de imagen del líder (para alguien que no lo es) requiere de 7 aspectos básicos; todos y cada uno de ellos los cumplió Luis Donald Colosio.

### **NOMINACION**

Ya no era Miguel De La Madrid o Carlos Salinas de Gortari, ahora era simplemente Colosio.

La idea fundamental de los propagandistas del PRI, al suprimir el nombre se debió a la falta de identificación de los mexicanos hacia él.

Donald, no es un nombre precisamente muy conocido entre la población; por esa circunstancia, el nombre emocionalmente fuerte para denominarlo fue: COLOSIO.

### **GENERALIDADES BRILLANTES**

- \* A los 16 años ganó un concurso de oratorio en el PRI de Sonora
- \* Promedio de 10 en la escuela
- \* En un día cabalgó 44 km cuando tenía 10 años
- \* Luchador juvenil en el 68
- \* Mención honorífica en la Universidad
- \* Estudios en el extranjero
- \* Ascendente carrera política

Asesor de la Dirección de Política Macroeconómico de la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Subdirector de Política Regional

Subdirector de Planeación en el IEPES

Director de Programación y Presupuesto Regional  
(su jefe era Manuel Camacho Solís)

Diputado

Oficial Mayor del PRI (Coordinador de campaña)

Senador

Presidente del PRI

Secretario de Desarrollo Social

- Niño pródigo, hombre talentoso

#### PROCEDIMIENTO TESTIMONIAL

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Maestro Rubén Durazo.-            | Tenía un talento natural. Este niño algún día va llegar a ser algo importante. <sup>96</sup>                         |
| Uno de los jurados de sus tesis.- | Luis tenía grandes cualidades, una inteligencia excepcional y una gran sensibilidad humana <sup>97</sup>             |
| Alfonso Martínez Domínguez.-      | Es un político por excelencia posee grandes conocimientos de los problemas de México. <sup>98</sup>                  |
| Pedro Aspe.-                      | Nominación espléndida, puede mejorar la política económica y social. <sup>99</sup>                                   |
| Manuel Bartlett.-                 | Es un candidato vinculado al movimiento social. <sup>100</sup>   |
| Emilio Gamboa.-                   | México ganó, es un hombre sensible, un político inteligente e inmensamente patriota. <sup>101</sup>                  |
| Emilio Lozoya.-                   | Me sumo al candidato de la unidad. <sup>102</sup>  |
| Ernesto Zedillo.-                 | Extraordinario candidato, es un ganador. <sup>103</sup>  |
| Jorge de la Vega.-                | Es el candidato que nuestro partido necesita para ganar la elección. <sup>104</sup>                                  |
| Luis F. Aguilar.-                 | Es de la generación del cambio, diseñó y construye el México nuevo. Las reformas ya tienen candidato. <sup>105</sup> |

Mario Moya P.-	Herederó de una cultura de esfuerzo, Revolucionario auténtico y decidido . 106
Sector Obrero.-	Fue la decisión más acertada . 107
Ariaga Rivera.-	Colosio está dentro de la corriente histórica del pensamiento progresista . 108
Carlos A. Madrid.-	El PRI optó por un candidato que garantiza una contienda caballeros y democrática . 109
Villanueva Madrid.-	Colosio fortalecerá la unidad del partido . 110

### **LLAMADO A LA SENCILLEZ DEL PUEBLO**

- \* El día de su destape en su biografía se señalaba:  
Es un hombre amable, de buen humor y exigente consigo mismo . 111
- \* Apareció también el testimonio sencillo de su esposa:  
Es un reto muy grande  
Vamos a poner nuestro mejor esfuerzo  
Yo sé que va dar lo mejor de sí mismo ( 112)
- \* Su padre:  
Somos de origen humilde  
Fue un hijo obediente  
Tenía una conducta intachable ( 113 )
- \* Hasta los obispos mexicanos:  
Es un hombre con gran sensibilidad . 114

El día de la toma de protesta, Excélsior continuaba manejando su imagen en ese sentido. En un suplemento especial (a colores) señalaba:

Niño prodigio  
Hombre talentoso  
Carismático  
Proviene de clase media  
Fue repartidor de periódicos ( 115)

### TRANSFERENCIA

La idea de que fue un niño que trabajaba en la calle para ayudar a su familia tenía el propósito de transferirte una imagen conocida por todos; ahora no sólo era el pastor, sino también el repartidor de periódicos.

Benito Juárez, sirvió como estereotipo, Colosio era también un reformador como él, decían.

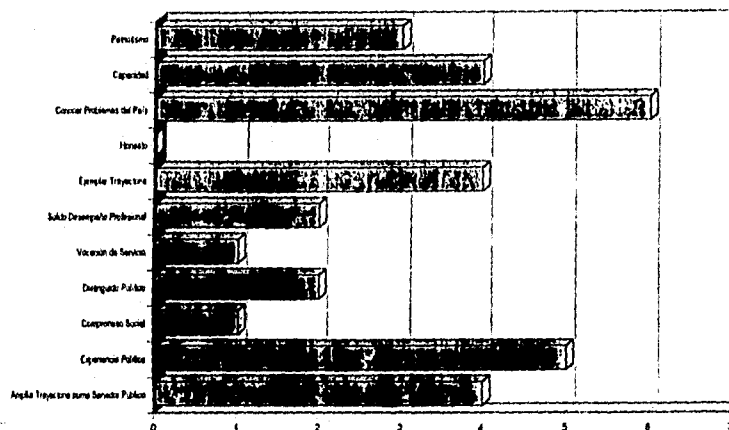
### RECURSO DE VAGON DE COLA:

La idea de una transferencia universal también se manejó:

El joven presidente de Estados Unidos Bill Clinton, visitó de niño al Presidente Kennedy, y el joven candidato del PRI no podía quedar atrás; él también de niño visitó a Adolfo López Mateos.

Colosio era entonces, un político a la altura del nuevo presidente de la primera potencia mundial. Estos eran algunos de los calificativos más frecuentes:

LUIS DONALDO COLOSIO



Evidentemente, la revolución ya había muerto, ahora era mejor ser buen militante y conocedor de los problemas nacionales.

Además se le atribulan también los siguientes calificativos.

- Garantiza una contienda caballerosa y democrática	1
- Garantiza la continuidad de la actual político	1
- Líder de perfil pasivo	1
- Hombre que más conviene a México	1
- Perfil moderno	1
- Capacidad	4
- Sólido desempeño profesional	2
- Espíritu de servicio	1
- Amplia trayectoria de servidor público	4
- Experiencia política	5
- Identificación con el pueblo	1
- Convicción de luchador social	1
- Ayuda los que menos tienen	2
- Mexicano de arraigados principios nacionales	2
- Ejemplar trayectoria	4
- Acendrado patriotismo	3
- Elevada capacidad	3
- Preocupación por los problemas de México	1
- Voluntad democrática	2
- Compromiso social	1
- Vocación de servicio	1
- Distinguido militante	10
- Conocedor de los problemas nacionales	6
- Gran talento	1
- Convicción nacionalista	2
- Destacado dirigente	1
- Sensibilidad política	1
- Amor a México	1
- Capacidad de liderazgo	1
- Profesionista altamente calificado	1



- Distinguido político 2
- Clara inteligencia 1
- Exponente del campo 1
- Continuará la obra progresista de CSG 1

### 5.14 ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEON

La Revolución ya había muerto para darle paso al liberalismo social, éste ya había construido al nuevo mito, evidentemente un tecnócrata al puro estilo Salinista

El nuevo símbolo no tenía nada que pedirle a los revolucionarios, Luis Donaldo Colosio era ( después de su muerte), el ideal de líder para los mexicanos .

La imagen de Zedillo, entonces tenía que conformarse en torno a la figura del asesinado Luis Donaldo Colosio. La nota de su "destape" por ejemplo, hacía énfasis en su vinculación:

"Si protesto por Colosio, por el PRI, por México"<sup>116</sup>. Exclamó Ernesto Zedillo, ayer al aceptar ser abanderado del PRI a la presidencia de la República.

Esta fue la nota que Excélsior daba a conocer el 30 de marzo de 1994 cuyo título era: "ZEDILLO CANDIDATO". La tragedia deja lección de unidad. 117

La misma designación estuvo inducida a través de Colosio. El mismo diario daba a conocer cómo se había provocado la decisión en la Residencia Oficial de los Pinos:

Roberto Madrazo mostró a la concurrencia ( sector obrero, popular y algunos políticos) un video con la imagen de Luis Donaldo Colosio cuando presentó a Zedillo el 29 de noviembre, dijo..... Quiero comunicarles la decisión que he tomado de invitar a Ernesto Zedillo para fungir como coordinador de mi campaña.....Ernesto Zedillo representa junto con muchos de nosotros la gente del cambio, su conducta intachable y su capacidad habrá de contribuir a la campaña". Después de esa proyección la decisión fue unánime. 118

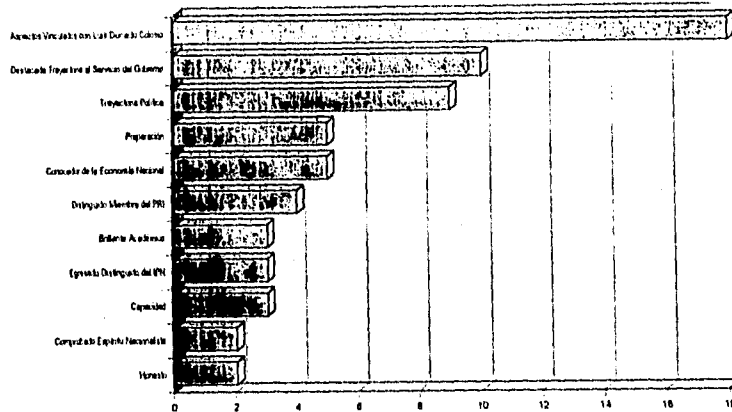
Gastón García Cantú en el mismo Excélsior, definió así el discurso priísta en el destape: "No es una exposición de programas, sino la lectura de un testamento. El PRI tiene como candidato al interprete de un difunto". 119

Sin embargo, Excélsior, también apoyo abiertamente esa vinculación con todos sus encabezados durante los 15 días posteriores , incluso ayudó a crear la idea de un hombre con profunda visión y conciliador:

- 1 de abril: \* Zedillo será un factor de unidad y concordia, afirma Salinas\*. 120
- 2 de abril: \* Formalizará el martes la CTM su apoyo a Zedillo. Hacer avanzar los cambios y acercarse a los dinos del PRI desafío de Zedillo\*. 121
- 3 de abril: \* Zedillo ratificará compromisos de LDC\* 122
- 4 de abril: \* Ningún giro ideológico con Zedillo, Ojeda \* . 123
- 5 de abril: \*Muy graves problemas en México; Zedillo \* . 124
- 6 de abril: \*Hallar a los asesinos de LDC, exige Zedillo\*. 125  
\*Devolver el poder adquisitivo al salario sin deteriorar la estabilidad, ofrece Zedillo\* . 126
- 7 de abril: \* Ambicioso plan contra la injusticia, desempleo, bajos ingresos y pobreza, se compromete a desplegar Zedillo\* 127  
\*Ernesto Zedillo refleja sensibilidad y criterio; Mac Donald . 128
- 8 de abril: \* El centralismo coarta la iniciativa y frustra el esfuerzo, Zedillo\*. <sup>129</sup> Fue a la tumba de Luis Donaldo Colosio: honraré su legado\* . 130
- 9 de abril: \* Apoyo sin precedentes a la universidad; Zedillo\*. 130 131
- 11 de abril: \* Reforzar leyes ecológicas y aplicarlas con energía, ofrece Zedillo\*. 132
- 12 de abril : \* Gobierno democrático en la Ciudad, Zedillo\*. 132 133
- 13 de abril: \*Reforma social para combatir la pobreza y desterrar la miseria lacerante: Zedillo\*. 134
- 14 de abril : \*Fin a hostigamiento y abuso contra trabajadores, Zedillo\*. 135

Sin embargo, sólo en tres ocasiones la información fue de ocho columnas, el resto se ubicaba en la parte inferior de la primera plana, generalmente junto a la información de los otros candidatos . Al interior del diario, en los desplegados, su imagen era:

## ERNESTO ZEDILLO



Como se percibe, otra vez Luis Donaldo Colosio era lo primordial. Su imagen a través de la información volvía a utilizar todas las técnicas propagandísticas:

**GENERALIDADES BRILLANTES :**

- \* Fue un luchador estudiantil en 1968. Por querer dialogar con granaderos en la Vocacional 5 fue agredido, de hecho, decían, esa fue la causa por la que se convocó a la manifestación del 26 de julio del mismo año.
- \* "Carrera ascendente en el sector público". 136
- \* "Estudiante destacado de 10 de promedio". 137
- \* "En 1972 termina sus estudios y le piden que imparta clases en el Politécnico". 138

- \* "Por su gran desempeño es becado en la Universidad de Bradford en Inglaterra" 139
- \* "Trabaja en el Banco de México". 140
- \* "En 1982 es nombrado subgerente de investigación económica en el mismo lugar". 141
- \* "En 1983 ya era asesor de Mancera y director de Ficora". 142
- \* "En 1986 se convierte en el Director Asesor del Banco de México (como único caso en toda la historia". 143
- \* "En 1987 es Subsecretario de Programación y Presupuesto". 144

En los tres años siguientes de la SPP, decían había convertido el déficit fiscal en superávit y al mismo tiempo logró aumentar el gasto social a una velocidad que no tiene precedentes.

#### **LLAMADO A LA SENCILLEZ DEL PUEBLO:**

- \* De padres muy humildes, en busca de mejores oportunidades llegaron a Baja California (Pueblo Nuevo).
- \* Trabajo como voceador.
- \* Durante su niñez fue bolero. Con eso pagaba sus estudios.
- \* Su padre fue electricista y su madre no pudo concluir sus estudios en medicina por lo que se desempeñó como enfermera.
- \* También trabajó como responsable en una dulcería del Cine de su barrio.
- \* Realizó sus estudios en escuelas de gobierno.

#### **NOMINACIÓN:**

El nombre para denominarlo se simplificó con sólo el apellido como en el caso de COLOSIO para que hubiera una mayor identificación.

Ernesto, aunque es un nombre común no tiene la fuerza suficiente para impresionar a la masa. Luego entonces lo más favorable era dejarlo simplemente en ZEDILLO.

#### **PROCEDIMIENTO TESTIMONIAL:**

Ortiz Arana: "Ernesto Zedillo es el mejor priísta, es como la persona en quien Luis

	Donaldo Colosio confío la coordinación de su campaña". 145
Mac Donald:	"Ernesto Zedillo, refleja sensibilidad y criterio". 146
Pedro Aspe:	"Sabe bien cuales son las necesidades del país" 147
Gobernadores:	"Garantiza la continuidad de la campaña" 148
Manuel Camacho:	"Te deseo que hagas acopio de tu inteligencia y de tu honestidad". 149
Empresarios:	"Como hombre limpio, inteligente, transmite buena señal sobre la permanencia del proyecto económico". 150
Roberto Al Camp:	"Zedillo significa el avance y el fortalecimiento del TLC". 151
James Tobis:	"Es uno de los mejores estudiantes". 152
(Premio Nobel de Economía)	
Gustav Ranis:	"Fue un alumno muy empeñoso, serio y muy capaz". 153
Albert Fischlow:	"Es un joven muy capaz". 154
Celia Hernández (Maestra de Zedillo)	"Fue activo, atento y muy cumplido la seriedad y la facilidad para hacer amigos siempre le garantizaron". 155
Cavazos Lerma:	"Benéfica para Tamaulipas la designación de Zedillo" 156

#### **RECURSO DEL VAGON DE COLA:**

Aunque no se le transfirió directamente la imagen de algún político extranjero, se señalaba por ejemplo el que había estudiado en la misma escuela de George Bush.

Además, el mismo señaló: "Admiro a Simon Bolivar". 157

#### **FLOREAR EL NAIFE:**

Al ser una elección reciente y el Presidente de la República no se puede identificar cuales son los elementos de engaño, aunque por momentos la anécdota de 1968 parece ser este tipo de estrategia.

**TRANSFERENCIA:**

No hay lugar a duda, la imagen fue transferida de Luis Donaldo Colosio.

Por su carácter humilde y por su propia versión también se utilizó la de Benito Juárez.

"Admiro a Benito Juárez, es el héroe más completo, es vencedor". 158

De manera simultánea se le maneja la imagen en los 53 desplegados de apoyo de los diferentes sectores del PRI y de algunos grupos sociales.

En ellos fundamentalmente se le transfirió la imagen de **Sucesor de Colosio**, además se la atribuyen un cúmulo de calificativos, como veremos a continuación:

Aspectos vinculados con Luis Donaldo Colosio	18
Destaca trayectoria al servicio del gobierno	10
Trayectoria política	9
Preparación	5
Profundo conocimiento de la Economía Nacional	5
Brillante trayectoria académica	3
Egresado distinguido del Politécnico	3
Capacidad profesional	3
Distinguido miembro del PRI	4
Honesto	2
Comprobado espíritu nacionalista	2
Alto sentido social	2
Capacidad Política	2
Ciudadano ejemplar	1
Impulsor de la eficiente economía	1
Identidad con las aspiraciones del pueblo	1
Excelente mexicano	1
Hombre de cultura del esfuerzo	1
Generación del cambio	1
Leal al PRI	1
Sólida experiencia	1
Formación Política	1
Talento	1
Vocación democrática	1
Pensamiento abierto	1
Visión del futuro	1

### El Más Revolucionario

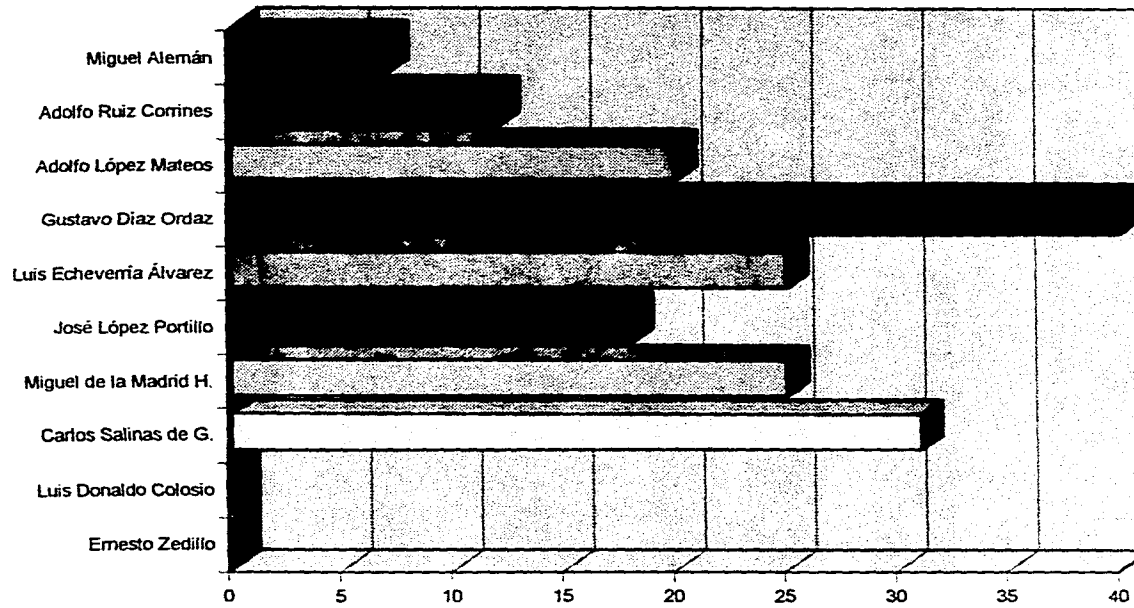
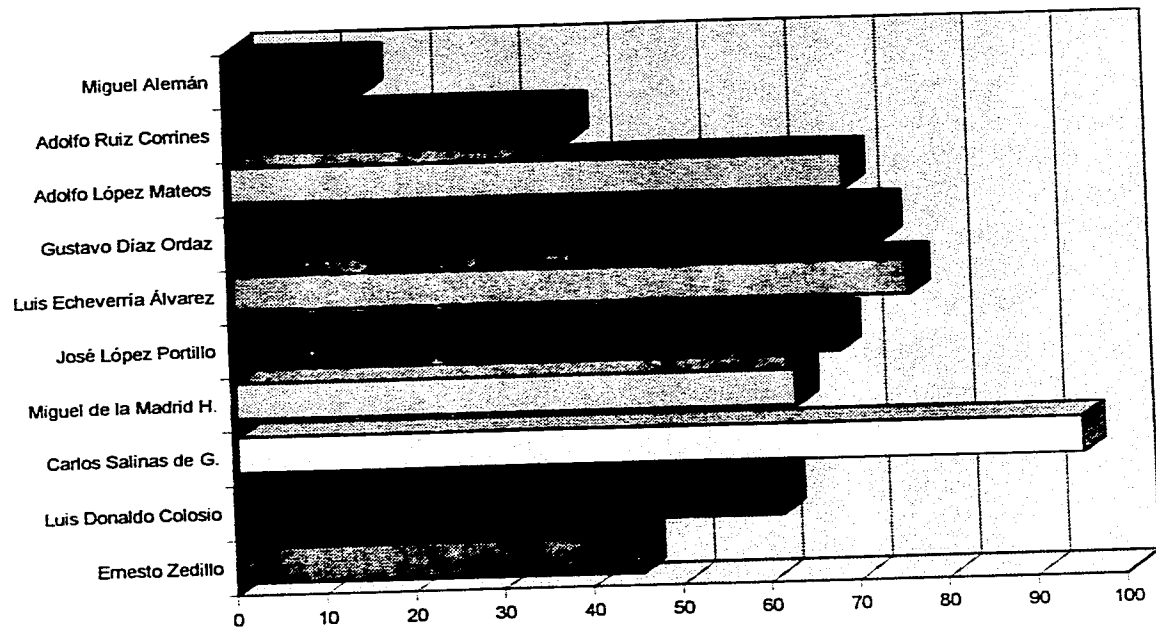




Tabla Comparativa de Desplegados



## NOTAS DE PIE DE PÁGINA CAPITULO V

1. Julio Teissier. La Sucesión a dos pasos de la incógnita. Ed. Diana. pag. 3
2. Emilio Portes Gil. La Sucesión Presidencial de 1964. Ed. Diana. pag. 15.
3. Emilio Portes Gil. Op. cit. pag. 34
4. Julio Teissier. Op. cit.
5. Emilio Portes Gil. Quince Años de Política Mexicana. 7 Ed. Botas. pag. 216
6. Emilio Portes Gil. La Sucesión Presidencial.... Ed. Diana. pag. 56.
7. **Excélsior**. Abel R. López. Diario. México, Distrito Federal. Del 4 de marzo al 19 del mismo mes de 1929.
8. **Excélsior**. Abel R. López. Diario. México, Distrito Federal del 4 de marzo al 19 del mismo mes de 1929.
9. **Excélsior**. Rodrigo de Llano. Diario. México, D.F. 3 de diciembre de 1933. pag. 1
10. IBIDEM
11. **Excélsior**. México D.F. 4 de diciembre de 1933. pag. 1
12. **Excélsior**. México. 5 de diciembre de 1933. pag. 1
13. **Excélsior**. México 6 de diciembre de 1933. pag. 1
14. IBIDEM
15. IBIDEM

16. **Excélsior**. México. Del 3 al 18 de diciembre de 1933.
  17. **Excélsior**. México. 13 de diciembre de 1933. pag. 1
  18. **Excélsior**. México. 2 de diciembre de 1939. pag. 1
  19. IBIDEM
  20. IBIDEM
  21. **Excélsior** México. 4 de diciembre de 1939. pag. 1
  22. **Excélsior** México. 7 de diciembre de 1939. pag. 1
  23. **Excélsior**. México. 2 de julio de 1944. pag. 1
  24. **Excélsior**. México. 4 de julio de 1944. pag. 11-A.
  25. **Excélsior**. México. 7 de julio de 1944. pag. 1
  26. **Excélsior**. México. " El PRM inicia hoy la Convención de la que saldrá reformado". 18 de enero de 1945. pag. 1
  27. **Excélsior**. México. 20 de enero de 1945. pag. 1
  28. **Excélsior**. México. op. cit. pag. 5
- NOTA: Información publicada los 15 primeros días después del destape.
29. **Excélsior**. México. 20 de octubre de 1951. pag. 11-A
  30. IBIDEM
  31. **Excélsior**. México. 14 de octubre de 1951. pag. 1
  32. **Excélsior**. México. 22 de octubre de 1951. pag. 1
  33. Véase **Excélsior**. México. Del 13 al 29 de octubre de 1951.
  34. **Excélsior**. México. 16 de noviembre de 1957. pag. 1
  35. **Excélsior**. México. D.F. 16 de noviembre de 1957. pag. 31-A.
  36. **Excélsior**. op. cit. pag. 35-A
  37. IBIDEM

38. **Excélsior.** México.D.F. 18 de noviembre de 1955. pag.10
39. **Excélsior.** México.D.F. 19 de noviembre de 1955. pag. 1
40. **Excélsior.** México D.F. 23 de noviembre de 1957. pag. 1
41. **IBIDEM**
42. **Excélsior.** México.D.F.4 de noviembre de 1963. pag.1.
43. **IBIDEM**
44. Véase **Excélsior** Del 3 al 18 de noviembre de 1963.
45. **Excélsior.** México.D.F. 16 de noviembre de 1963. pag. 1
46. **Excélsior.** México D.F.17 de noviembre de 1963. pag. 1
47. **7 IBIDEM**
48. **Excélsior.** México. D.F. 22 de octubre de 1969. pag. 1
49. **IBIDEM**
50. **Excélsior.** México. D.F."No paralizará la economía el cambio de gobierno". 14 de noviembre de 1969. pag. 1
51. **Excélsior.** México. D.F. 14 de noviembre de 1969. pag. 1
52. **IBIDEM**
53. **Excélsior.** México. D.F. 15 de noviembre de 1969. pag. 1
54. **Excélsior.** México. D.F. 16 de noviembre de 1969. pag. 1
55. **Excélsior.** México. D.F. 23 de septiembre de 1975. pag. 1
56. Véase **Excélsior.** op. cit. pag. 1
57. **Excélsior.** México. D.F. 24 de septiembre de 1975. pag. 1
58. **Excélsior.** México. D.F. 26 de septiembre de 1975. pag. 1
59. **Excélsior.** México. D.F. 4 de octubre de 1975. pag. 1
60. **Excélsior.** México. D.F. 5 de octubre de 1975. pag. 1
61. **Excélsior.** México. D.F. 6 de octubre de 1975.
62. **Excélsior.** México. D.F. 10 de octubre de 1975. pag. 1

63. **Excélsior.** México. D.F. 26 de septiembre de 1981. pag. 1
64. IBIDEM
65. IBIDEM
66. IBIDEM
67. IBIDEM
68. **Excélsior.** México D.F. 1 de octubre de 1981. pag. 1
69. **Excélsior.** México. D.F. 2 de octubre de 1981. pag. 1
70. **Excélsior.** México D.F. 6 de octubre de 1981. pag. 8\_A.
71. IBIDEM
72. **Excélsior.** México. D.F. 11 de octubre de 1981. pag. 1
73. IBIDEM
74. IBIDEM
75. **Excélsior.** México. D.F. 6 de octubre de 1987. pag. 1
76. IBIDEM
77. **Excélsior.** México D.F. 9 de octubre de 1987. pag. 1
78. IBIDEM
79. Suplemento especial de **Excélsior.** México D.F. 10 de octubre de 1987.
80. **Excélsior.** México. D.F. 7 de octubre de 1987. pag. 1
81. **Excélsior.** México. D.F. 8 de octubre de 1987. pag. 1
82. IBIDEM
83. **Excélsior.** México. D.F. 9 de octubre de 1987. pag. 1
84. IBIDEM
85. **Excélsior.** México D.F. 5 de octubre de 1987. pag. 42-A.
86. IBIDEM
87. IBIDEM
88. IBIDEM

89. **Excélsior.** México. D.F. op. cit. pag. 48
90. **Excélsior.** México. D.F. 6 de octubre de 1987. pag. 8
91. **IBIDEM**
93. **Excélsior.** México. D.F. 29 de noviembre de 1993. pag. 1
94. **IBIDEM**
95. **Excélsior.** op. cit. pag. 10
96. **IBIDEM**
97. **IBIDEM**
98. **Excélsior.** op. cit. pag. 1
99. **IBIDEM**
100. **IBIDEM**
101. **IBIDEM**
102. **IBIDEM**
103. **IBIDEM**
104. **IBIDEM**
105. **IBIDEM**
106. **IBIDEM**
107. **IBIDEM**
108. **IBIDEM**
109. **IBIDEM**
110. **IBIDEM**
111. **IBIDEM**
112. **IBIDEM**
113. **IBIDEM**
114. **IBIDEM**
115. **IBIDEM**

116. **Excélsior.** 30 de marzo de 1994. pag. 1
117. IBIDEM
118. IBIDEM
119. IBIDEM
120. **Excélsior.** México. D.F. 1 de abril de 1994. pag. 1
121. **Excélsior.** México. D.F. 2 de abril de 1994. pag. 1
122. **Excélsior.** México. D.F. 3 de abril de 1994. pag. 1
123. **Excélsior.** México. D.F. 4 de abril de 1994. pag. 1
124. **Excélsior.** México. D.F. 5 de abril de 1994. pag. 1
125. **Excélsior.** México. D.F. 6 de abril de 1994. pag. 1
126. IBIDEM
127. **Excélsior.** México. D.F. 7 de abril de 1994. pag. 1
128. IBIDEM
129. **Excélsior.** México. D.F. 8 de abril de 1994. pag. 1
130. IBIDEM
131. **Excélsior.** México. D.F. 9 de abril de 1994. pag. 1
132. **Excélsior.** México. D.F. 11 de abril de 1994. pag. 1
133. **Excélsior.** México. D.F. 12 de abril de 1994. pag. 1
134. **Excélsior.** México. D.F. 13 de abril de 1994. pag. 1
135. **Excélsior.** México. D.F. 14 de abril de 1994. pag. 1
136. **Excélsior.** México. D.F. 30 de marzo de 1994. pag. 28
137. **Excélsior.** op. cit.
138. IBIDEM
139. IBIDEM
140. IBIDEM
141. IBIDEM
142. IBIDEM
143. IBIDEM

144. IBIDEM
145. **Excélsior**. México. D.F. 30 de marzo de 1994. pag. 14
146. **Excélsior**. México. D.F. 7 de abril de 1994. pag. 1
147. **Excélsior**. México. D.F. 30 de marzo de 1994. pag. 1
148. IBIDEM
149. IBIDEM
150. IBIDEM
151. IBIDEM
152. **Excélsior**. op. cit. pag. 27
153. IBIDEM
154. IBIDEM
155. **Excélsior**. México. D.F. 30 de marzo de 1994. pag. 30
156. IBIDEM
157. **Excélsior**. México. D.F. 30 de marzo de 1994. pag. 28-  
29
158. IBIDEM



**CAPITULO VI**

**CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

La figura de un líder fuerte dentro de la nación es condición indispensable el avance del país. Diversos investigadores, como Weber y Whaker sostienen que la moral de la población disminuye cuando hay un líder con fuerza.

La historia es muy clara al respecto. Las grandes potencias han requerido como condición básica un mandatario con cualidades de liderazgo natural. Ahí está Napoleón, Cesar Augusto, Hitler, Mussoline, Churchill, De Gaulle o Roosevelt.

Hombres que de alguna manera se han acercado a lo divino (como las teorías antiguas de liderazgo). Además poseen cualidades de magnetismo, don de mando y genialidad.

Sin embargo, en el mundo y en México, en particular hace muchos años que enfrentamos el problema de un liderazgo débil que provoca el caos político y económico. En el caso del PRI, por ejemplo, ante la carencia de líderes han tenido que fabricarlos, igual que se ha hecho a nivel internacional.

En nuestro país, al igual que en otras partes del mundo se trabaja la construcción de imagen, sobre motivaciones y aprendizaje temprano, por ejemplo: Desde niños nos vemos expuestos a venerar dos movimientos sociales; la Independencia y la Revolución.

El partido en el poder, ha tomado particularmente el segundo, y con esto logra un respeto inconsciente de la población nacional. También con ese mismo movimiento trabajan los deseos frustrados del país. Se dice que ha nivel inconsciente un público carente de libertad requiere de un hombre revolucionario esta palabra, entonces ha sido tomada por los candidatos del PRI y difundida a toda la nación en tiempos electorales.

En otro de nuestros deseos frustrados tiene vinculación con la situación económica, por tal razón los propagandistas del PRI defienden la idea del absoluto conocimiento que poseen sus candidatos, sobre los problemas del país. Difunden también la idea del bienestar económico y social futuro si llegaran a votar por su candidato.

Pero al partido no le basta lo anterior. Además con el tiempo ha recurrido a diversas técnicas en el manejo de personalidad. Pareciera que a mayor tiempo los candidatos requieren de más apoyo. Los últimos candidatos (3) han tenido que usar todas las técnicas posibles para formarles la personalidad de líder. Estas técnicas consisten en los siguientes:

- \* **Nominación** (Buscar un nombre emocionalmente fuerte).
- \* **Procedimiento Testimonial** (Personajes allegados a él, dan una opinión favorable).
- \* **Generalidades Brillantes** (Atributos fuera de serie).

- \* **Transferencia** (Asociación con un personaje de gran personalidad para respaldarlo).
- \* **Llamado a la Sencillez del Pueblo** (Hacerlo ver como un candidato humilde).
- \* **Florear al Naipe** (Falsificar información con el propósito de apoyar la campaña).

En 10 casos, por ejemplo, a partir de Miguel Alemán todos los candidatos poseen (según el PRI) las siguientes cualidades.

1. Patriota
2. Honesto
3. Capaz
4. Limpia trayectoria
5. Culto
6. Sencillo
7. Conocedor de los problemas nacionales

Pero sin duda, el adjetivo más importante (en ocho casos) es el de **Revolucionario**. El partido, entonces, fiel a su causa no solo se declara hijo de la Revolución sino que a sus candidatos los a convertido en revolucionarios por herencia y derecho propio.

Para manejar esta imagen, el partido se ha valido de los conocidos "desplegados de apoyo", los cuales después de cada designación llenan los espacios del periódico difundiendo las cualidades del candidato, aunque en la mayoría de las veces se tratan de atributos falsos dentro del discurso.

En los primeros "destapes" el Partido Revolucionario (PNR) solo ha realizado una transferencia de imagen apoyado en la figura del General, Plutarco Elias Calles. El mismo Cárdenas se vio apoyado por la figura del Jefe Máximo de la Revolución, pues podría desquebrajar a la familia revolucionaria, la cual se inclinaba hacia donde Calles ordenaba. Además se comenzaba a resaltar sus atributos: fuerte personalidad.

Pero en este caso, por ejemplo, Cárdenas era un joven general con prestigio dentro del partido (por su labor cuando lo presidio) y con talento político. La imagen no requería de técnicas estilizadas pues contaba con algunas cualidades de líder. Fueron precisamente esas cualidades las que le permitieron consolidarse como nuevo Jefe de la Revolución.

En el caso de Manuel Avila Camacho, la imagen se vio apoyada ahora por la figura del General Cárdenas. Sin embargo, Avila Camacho no era un hombre con mucha presencia, la imagen entonces debió de ser apoyada por algunas técnicas propagandísticas y ante la ignorancia del partido al respecto, su candidato no pudo forjarse una imagen buena para ganar las elecciones. De hecho él mismo reconoció haber perdido ante Juan Andrew Almazán.

El Partido aprendió la lección y cuando llegó la oportunidad (con un candidato que había perdido la tradición revolucionaria) trabajó con más preparación. Miguel Alemán, fue el primer candidato universitario y fue también el que inicia la era de los desplegados con el propósito de dotarlo de cualidades inexistentes. Evidentemente lo principal era denominarlo REVOLUCIONARIO, pues era primer civil y no tenía trayectoria como tal.

En el caso de Adolfo Ruiz Cortines el manejo se va perfeccionando, ahora no solo basta con los desplegados, sino que se empieza a utilizar la información para apoyar la construcción de imagen política. Los datos biográficos, entonces, se incorporan como parte de la conformación de imagen. A esta técnica se le conoce como Generalidades Brillantes. El lector después de leer la nota debe quedar convencido de que ante él se encuentra un Gran Hombre.

Sin embargo, aquí resultó contraproducente, pues se supo (por medio de Francisco Mújica) que Ruiz Cortines había participado como mercenario de los estadounidenses en la invasión de Veracruz. Evidentemente el partido lo negó.

Conforme pasaba el tiempo, el partido iba agregando nuevas técnicas para apoyar a sus candidatos cada vez más débiles. Con López Mateos, por ejemplo, además de utilizar los desplegados y los datos biográficos se recurrió al Procedimiento Testimonial y a una transferencia de imagen basada en José María Morelos y Pavón.

Gustavo Díaz Ordaz vuelve a hacer uso de todas las técnicas antes mencionadas. En las Generalidades Brillantes por ejemplo se señalaba su cargo de Vice Rector de la Universidad de Puebla. La transferencia de imagen se realiza ahora a costa de Benito Juárez.

Cuando llega el turno a José López Portillo se toma como base la figura del General Lázaro Cárdenas. Y además de las técnicas utilizadas, es preciso hacer hincapié en como la información "objetiva" comienza a ser parte del manejo de imagen. Las entrevistas con el candidato tenían como clara propósito acercar al hombre con la masa, hacerlo ver como un candidato cualquiera, pero con muchas virtudes, entre ellas, el amplio conocimiento de la realidad del país. Y si la entrevista era en su casa mucho mejor, así los lectores tendrían la posibilidad de ver como el candidato era un gran padre y un gran esposo.

Este en concreto fue el caso de Miguel de la Madrid, donde además de la información la foto familiar comienza a reforzar su nueva imagen de hombre público. Su esposa perfectamente vestida y sus hijos unos niños ejemplares.

El diario en su afán de cubrir mejor el acto, lo que hace es apoyar directamente la imagen de los candidatos del tricolor. El partido no pudo haber encontrado un mejor canal a través de la información misma. Además es importante utilizar este canal por la permanencia del mensaje y por que llega a tal grado de saturación o repetición constante que provoca la aceptación de la gente.

Decía Nietzsche que la masa no piensa, sino siente, por esta razón hay que manejar temas sentimentales y sugestionar a la población para creer en nosotros, por eso es preciso bombardearlos con información a través de todos los canales de difusión.

Excelsior para esta época dedicaba hasta tres notas diarias.

Cuando Carlos Salinas es designado, el diario le dedico casi toda la edición del día. Aproximadamente unas ocho notas en primera plana más las de interiores. A nivel de desplegados nos encontramos con la campaña más fuerte. Ahora sí había llegado el "Siglo de las Luces" a México; Carlos Salinas, según su biografía, era el hombre más ilustrado del país. Con estudios en el extranjero y rápido ascenso en la política mexicana, el joven Salinas llegaba a enorgullecer a los mexicanos. Hasta reconocidos intelectuales como Elena Poniatowska y José Luis Cuevas se alegraban del nombramiento del PRI.

Pero el éxtasis en construcción de imagen llegó con Luis Donaldo Colosio. Parecía que no solo querían crear a un solo líder, sino a un mito. La de Luis Donaldo Colosio se trata de la campaña más sofisticada, utiliza todas las técnicas en creación de imagen. Ante la muerte de la Revolución y de los revolucionarios (pues ya no lo denominan así en los desplegados) el partido tenía que construir un nuevo concepto: El de los jóvenes tecnócratas con gran visión política.

La muerte de Colosio ayudo a los propagandistas del PRI, pues con eso se consolido la idea de un buen hombre, reformista y transformador que ayudaría al país. El nuevo mito, así había sido creado.

Para Ernesto Zedillo eso resulta alentador, la transferencia ahora se iba a realizar con la figura de Luis Donaldo Colosio.

Además se utiliza todas las técnicas en manejo de imagen para reforzar la idea de un liderazgo en un personaje carente de él.

Cabe señalar la similitud existente en todos los discursos de designaciones. El partido siempre habla de decisiones unánimes de sus militantes en torno a un hombre, como si de pronto una luz divina les iluminara y descubrieran así quien será su próximo candidato.

También en todos los discursos se realiza la siguiente vinculación:

**Partido = Revolución = Pueblo**

Para ellos, esta trinidad es algo indivisible, luego entonces, el pueblo tiene que apoyar a los candidatos del Partido Revolucionario.

Por otra parte debemos mencionar que la contabilidad de desplegados evidencio a Carlos Salinas de Gortari como el candidato con más desplegados de apoyo, es decir con mas construcción de imagen desde esa perspectiva. Sin embargo a quien mejor se le preparo una imagen fue a Luis Donald Colosio y a Ernesto Zedillo, debió a que con ellos se daba por concluido la etapa de los candidatos revolucionario; por estos casos, la imagen se manejo exaltando sus cualidades de brillantes estudiantes y geniales profesionistas.

La imagen de Colosio se preparo de tal manera que al ser asesinado se convirtió en el nuevo mito del partido en el poder.

A Gustavo Díaz Ordaz, aquel que ordenó una matanza de estudiantes, se le considera (según los desplegados) como el candidato mas revolucionario. Seguido por Carlos Salinas de Gortari.

Al resto de los candidatos también se les consideró ampliamente revolucionarios y se les han atribuido cualidades inexistentes todo con el propósito de conformarles una imagen. Aquel precandidato de pocas virtudes, después de la designación se convierte en el ciudadano mejor preparado, mas honesto y el que mejor conoce los problemas del país.

Desde el inicio de los destapes el partido a tenido que realizar una transferencia de imagen a todos sus candidatos y el comparar a su candidato con algún héroe nacional no hace más que reconocer que sus elegidos no poseen una personalidad propia y por eso deben recurrir a un respaldo.

Por su parte, Excélsior, fiel a su causa, ha apoyado Invariablemente a sus canidatos, aún en su época dirigida por Scherer. Y es que ningún periódico puede darse el lujo de despreciar el apoyo publicitario que da el Partido Revolucionario Institucional en períodos de designaciones.

Pero su apoyo no solo a sido por medio de desplegados en muchas ocasiones el encabezado y la nota inducen al manejo de imagen, sobre todo debido al carácter propagandístico que tiene la información.

Así Excélsior se ha consolidado con un mecanismo de propaganda del partido y éste ha encontrado en la Prensa el mejor canal para fijar la creación de liderazgo en sus candidatos.

## BIBLIOGRAFIA

1. Alemán Valdéz, Miguel. **Remembranzas y testimonios**. De. Grijalbo. México. 1987. 490 pp
2. Arbátov Georgiue. E. **Aparato de propaganda político e Ideológico del Imperfalismo**. Ed. Cartago. Buenos Aires. 1974. 346 pp.
3. Arenas Guzmán, Diego. **El Periodismo en la Revolución Mexicana**. Ed. Biblioteca del Instituto Nacional de Estudios Historicos de la Revolución Mexicana. Mexico 1966. 270 pp.
4. Aristóteles. **El Arte de la Retórica**. Ed. Universitaria de Buenos Aires, Argentina 1966.
5. Aristóteles. **La Política**. Ed. Porrúa. México 1985. 310 pp
6. Badura Bernhard. **Sociología de la Comunicación**. Ed. Ariel. España 1979.
7. Barberán, José. **Radiografía de un Fraude**. Ed. Nuestro Tiempo. México 1989
8. Barranco Sáiz Francisco. **Técnicas de Marketing Político**. Ed. Piramide Madrid 1982.
9. Barthes, Roland. **Mitologías** Ed. Siglo XXI. España 1980. 257 pp.
10. Bartlett. **La Propaganda Política**. Ed. Fondo de Cultura. México 1941.
11. Berlín Valenzuela, Francisco. **Teoría y Praxis Político Electoral**. Ed. Porrúa México 1983.
12. Berlo K. David. **El Proceso de la Comunicación**. Ed. Ateneo. Argentina 1985. 239 pp.
13. Borrás Leopoldo. **Historia del Periodismo Mexicano**. Ed. UNAM. México 1983. 215 pp.
14. Borrego E. Salvador. **Periodismo Trascendente**. Ed. Jus. México 1956. 246 pp.
15. Brilo Lara, Tomás. **La Sucesión Presidencial de 1910 en 1988**. México 1988. 240 pp.
16. Cammarola Andrés. **Propaganda y Psicología Social**. Ed. Boedo. Argentina 1975.
17. Cárdenas Lázaro. **Obras I. Apuntes 1913-1940** Ed. Universidad Nacional Autónoma de México. 1972 448 pp.
18. Capizo, Jorge. **El Presidencialismo Mexicano**. Ed. Siglo XXI. México 1978.
19. Cosío Villegas Daniel. **La Susesión: desenlace**. Ed. Diana. México 1975.
20. Córdova Arnaldo. **La Política de masas del cardenismo**. Ed. Era. México 1980. 219 pp.
21. Córdova Arnaldo. et. al. **Ciencia Política, Democracia y Elecciones**. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM, México 1989. 102 pp.

22. Corral Corral, Manuel. *La Ciencia de la Comunicación en México*. Ed. UAM Xochimilco. México 1982. 127 pp.
23. Corro Viña Manuel. *Sesesión o Reelección del Presidente Cardenas*.
24. Cotteret Jean Marie. *La Propaganda Politique*. Ed. Presses Universitaires de France. Francia 1969.
25. Chávez Elías. *50 Años de PRI*. Ed. CISA (Revista proceso) México 1980. 348 pp.
26. Chávez Elías. *Los priistas*. Ed. Proceso 264 pp.
27. Dobb, Leonard. *Los Principos de la Propaganda de Goebbels*. Ed. Ciespal. México. 1960
28. Domenach Jean Marie. *La Propaganda Política*. Ed. EUDEBA. Buenos Aires. 135 pp.
29. Durandín, Guy. *La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad*. Ed. Paidós. Barcelona 1990. 193 pp.
30. Durkheim, Emile. *The Elementry Forms of the Religious life*. Nueva York 1971. 507 pp.
31. Durkheim, Emile. *De la División del Trabajo Social*. Buenos Aires 1967. 346 pp.
32. Durkheim, Emile. *The Division of labor In Society*. Ed. Free Press of Gencor 439 pp.
33. Fabregat Cúneo. *Propaganda y Sociedad*. Ed. UNAM. México 1961.
34. Ferrer Rodríguez Eulallo. *Por el Ancho Mundo de la Propaganda Política* Ed. EUFESA. México 1980.
35. Fleur De M.L. y otros. *Teorías de la Comunicación de masas*. Ed. Paidós. Argentina 1982. 251 pp.
36. Freud, Sigmund. *Psicología de Masas*. Ed. Alianza. Madrid 1972.
37. Furtak, K. Robert. *El Partido de la Revolución y la Estabilidad Política en México*. Ed. Facultad de Ciencias Políticas UNAM. 1974. 214 pp.
38. García Pelayo Manuel. *Mitos y Símbolos Políticos*. Ed. Taurus. Madrid 1964.
39. Garrido Luis Javier. *El Partido de la Revolución Institucionalizada*. Ed. SEP México 1986. Primera Edición 4493 pp.
40. Gaxiola, Francisco. *El Presidente Rodríguez*. Ed. Cultura. México 1936. 240 pp.
41. Goded Jaime. *100 Puntos sobre la Comunicación de Masas en México*. Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa México 1979.



42. Gordon Allport. **Psicología del Rumor**. Ed. Psique. Argentina 1980.
43. González Blanco Edmundo. **Historia del Periodismo**. México. 295 pp.
44. González Casanova Pablo **México Hoy**. Ed. Siglo XXI México 1989. 419 pp.
45. González Casanova, Pablo. **Segundo Informe sobre la Democracia**. Ed. Siglo XXI México 1990.
46. González Llaca, Edmundo. **Teoría y Práctica de la propaganda**. Ed. UNAM. México 1981 191 pp.
47. Guerrero, Javier. **Reelección Presidencial**. Ed. UNAM México 1989.
48. Gutiérrez Angelina. **La Relación de Producción en los Medios Masivos** Ed. Armella. México 1988. 152 pp.
49. Hitler Adolfo. **MI Lucha**. Ed. Epoca. México 1982. 265 pp
50. Kurt, Lewin. **La Teoría del campo de la Ciencia**. Ed. Paidós. Buenos Aires 1978. 308 pp.
51. Laso de la Vega, Jorge. **La Corriente Democrática**. Ed. Posada. México 1987. 326 pp.
52. Leal Cortés Alfredo. **La Sucesión Presidencial**. Ed. Grijalbo. México 1963.
53. Le Bon Gustave. **Psicología de las Multitudes**. Ed. Divulgación. México 1955. 102 pp.
54. Ledopus, Henry. **Historia del Periodismo Mexicano**. Ed. UNAM. México 1970. 472 pp.
55. Leñero, Vicente. **Talacha Periodística**, Ed. Grijalbo. México 1988 328 pp.
56. Lenin, Vladimir. **Qué hacer? Obras Escogidas**. Ed. Progreso. Moscú 1961.
57. León Luis. **Crónica del Poder en los Recuerdos de un Político en el México Revolucionario** Ed. Fondo de Cultura. México. 440 pp.
58. Lindholm, Charles. **Carlisma**. Ed. Gedisa. España 1992. 287 pp
59. López Peláez, Antolin. **La Importancia de la Prensa**. Ed. Gustavo Gili. Barcelona 1990 249 pp.
60. Mac Quail, Denis. **Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas**. Ed. Paidós. Madrid 1985. 309 pp.
61. Madero, Francisco. **La Sucesión Presidencial de 1910**. México 1908. Ed. Nacional 398 pp.
62. Martín Moreno Francisco. **La Disculpa**. Ed. Planeta. México 1993. 397 pp.
63. Menéndez Antonio. **Movilización Social**. Ed. Bolsa Mexicana del Libro. México 1963 367pp.

64. Meyer Lorenzo. **La Revolución Mexicana 1928-1934**. Ed. Colegio de México 1978 317 pp.
65. Meyer Lorenzo. **Los Sistemas Políticos en América Latina**. Ed. Siglo XXI. México 1980
66. Mill Stuart. **On Liberty**. Ed. London Oxford. Inglaterra 1933 548 pp.
67. Mill Stuart. **Sobre la Libertad**. Ed. Alianza. Madrid 1970. 207 pp.
68. Moscovici, Serge. **La Era de las Multitudes**. Ed. Fondo de Cultura. México 1985. 4799 pp.
69. Muñoz Ledo Porfirio. **La Corriente Democrática**. Ed. posada. México 1988 300 pp.
70. Nietzsche, Friedrich. **El Anticristo**. Ed. Fontamara. México 1988. 105 pp.
71. Nietzsche, Friedrich. **Genealogía de la Moral**. Ed. La España Moderna. Madrid 137 PP.
72. Ortega y Gasset, Jose. **La Rebelión de las Masas**. Ed. Porrúa. México 1985 214 PP.
73. Packard Vance. **Las Formas Ocultas de la Proppanda**. Ed. Sudamericana México 1980.
74. Platón. **La República**. Ed. Austral. México 1987. 303 pp
75. Prieto Castillo Daniel. **Retórica y Manipulación Masiva**. Ed. Coyoacán. México 1994 135 pp.
76. Portes Gil, Emilio. **Quince Años de Política Mexicana**. Ed. Botas. México 1941 576 pp.
77. Portes Gil Emilio. **La Sucesión Presidencial de 1964**. Ed. Botas México 1970
78. Reich, Wilhem. **La Psicología de Masas del Fascismo**
79. Ries Al. **Posicionamiento**. Ed. Mac. Graw Hill. México 1993. 260 pp
80. Ries Curt. **Goebbels**. Ed. Grijalbo. México 1971
81. Ruiz Massieu Francisco. **El Proceso democrático de México**. Ed. Fondo de Cultura México 1993 260 pp.
82. Rivadeneyra Prada Raúl. **Periodismo, Teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la Comunicación**. Ed. Trillas. México 1977 248 pp.
83. Rodríguez Castañeda, Rafael. **Prensa Vendida**. Ed. Grijalbo. México 1993 386 pp.
84. Ruiz Castañeda, María del Carmen. **Periodismo Político de la Reforma**. Ed. UNAM México 1954. 216 PP.
85. Ruz Castañeda, María del Carmen. **El Periodismo en México 450 Años de Historia** Ed. UNAM México 1980. 396 pp
86. Salmerón Celerino. **Las grandes traiciones de Juárez**. Ed. Tradición. México 1972 192 pp.

87. Sanchez Susarrey, Jaime. **La Transición Incierta**. Ed. Vuelta. México 1989.
88. Scherer, Julio **Los Presidentes**. Ed. Posada. México 1980.
89. Schiller, Herbert. **Los Manipuladores de Cerebros**. Ed. Celia. Buenos Aires 1982. 237 pp.
90. Sprott, Walter **Psicología del Líder**. Ed. Paidós Buenos Aires 1968. 329 pp.
91. Teissier, Ernesto. **La Sucesión a dos pasos de la Incógnita**. Ed. Diana México 1981.
92. Tocqueville, Alexis. **La democracia en América**. Ed. Fondo de Cultura. México 1984. 737 pp.
93. Torres, Todoro **El Periodismo**. Ed. Gráficas linomex. México 1937. 272 pp.
94. Velasco Valdés Miguel. **Historia del Periodismo en México**. Ed. Olimpo México 1955. 259 pp.
95. Villoro Luis **El proceso ideológico de la revolución de independencia**. Ed. UNAM. México 1983. 264 pp.
96. Weber, Max, **Essays in Sociology**. Ed. Oxford. Nueva York 1946. 490 pp.
97. Weber, Max, **Economía y Sociedad**. Ed. Fondo de Cultura. México 1964. 1237 pp.
98. Weber Max, **Ensayo de Sociología**. Barcelona 1972. 564 pp.
99. Weber, Max. **Estructuras de poder**. Buenos Aires 1977. 108 pp.
100. Weber, Max. **El Político y el Científico**. Ed. Alianza. México 1991. 233 pp.
101. Well, Gorges. **El Periódico**. Ed. Uthea. México 1962. 325 pp.
102. Wittaker. **La Psicología Social en el Mundo de Hoy**. Ed. Trillas México 1980.
103. Wolfe Alan **Los límites de la legitimidad**. Ed. Siglo XXI. México 1980. 393 pp.
104. Young, Kimball. **La Opinión Pública y la Propaganda**. Ed. Paidós. Buenos Aires 1967.
105. **Crónica de la campaña de Miguel de la Madrid**. Ed. Fondo de Cultura México 1988. 282 pp.
106. **Documentos Básicos del PRI**. Ed. PRI. México 1990. 324 pp.
107. **Las elecciones de 1988 y la Crisis del Sistema Político**. IMEP. Ed. Diana México 1989.
108. **La Ideología del Partido Revolucionario Institucional**. Ed. PRI. México 1993. 144 pp.

**HEMEROGRAFIA**

Excelsior. 3 de marzo de 1929.

Excelsior. 4 de marzo de 1929.

Excelsior del 5 al 18 de marzo de 1929.

Excelsior del 3 al 18 de diciembre de 1933.

Excelsior del 1 al 16 de noviembre de 1939.

Excelsior del 4 al 27 de enero de 1946.

Excelsior del 17 al 29 de septiembre de 1951 y del 13 al 19 de octubre del mismo año.

Excelsior del 15 al 30 de noviembre de 1957.

Excelsior del 2 al 19 de noviembre de 1963.

Excelsior del 21 al 31 de octubre y del 13 al 19 de noviembre de 1969.

Excelsior del 23 al 30 de septiembre y del 3 al 10 de octubre de 1975.

Excelsior del 26 de septiembre al 12 de octubre de 1981.

Excelsior del 1 al 17 de octubre y del 1 al 10 de noviembre de 1987.

Excelsior del 29 de noviembre al 15 de diciembre de 1993.

Excelsior del 30 de marzo al 14 de abril de 1994.