



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**IDENTIDAD, PROPAGANDA Y NACIONALISMO MEXICANO:
EL BICENTENARIO EN *SPOTS***

T E S I S
QUE PARA OBTENER LA LICENCIATURA EN:
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A :
JOSÉ MANUEL CARDOSO SÁNCHEZ

ASESOR: MTRO. ARTURO GUILLEMAUD RODRÍGUEZ VÁZQUEZ



CIUDAD UNIVERSITARIA, D.F

2012



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.

El canto errante

*“El cantor va por todo el mundo
sonriente o meditabundo.*

*El cantor va sobre la tierra
en blanca paz o en roja guerra.*

*Sobre el lomo del elefante
por la enorme India alucinante.*

*En palanquín y en seda fina
por el corazón de la China;*

*en automóvil en Lutecia;
en negra góndola en Venecia;*

*sobre las pampas y los llanos
en los potros americanos;*

por el río va en la canoa,

o se le ve sobre la proa

de un steamer sobre el vasto mar,

o en un vagón de sleeping-car.

*El dromedario del desierto,
barco vivo, le lleva a un puerto.*

*Sobre el raudo trineo trepa
en la blancura de la estepa.*

*O en el silencio de cristal
que ama la aurora boreal.*

*El cantor va a pie por los prados,
entre las siembras y ganados.*

*Y entra en su Londres en el tren,
y en asno a su Jerusalén.*

*Con estafetas y con malas,
va el cantor por la humanidad.*

En canto vuela, con sus alas:

Armonía y Eternidad”.

Rubén Darío.

AGRADECIMIENTOS

A todos los que me han permitido formar parte de su camino, ya sea como compañeros, amigos, conocidos, alumnos (aunque sea involuntariamente), profesores, familiares, pues todos han dejado algo en mí. A mi asesor: Arturo por jalarme la rienda. A Enrique por su apoyo en todo.

A mis padres Rosa y Miguel por todo el apoyo brindado cada uno de los días de mi vida, sobre todo en los momentos más complicados. A mi hermana por ser mi contraparte en muchos sentidos.

A mis primos Laura, Jessica, César, Itzel, Giovanni por todos los excelentes momentos, pues me han servido para retomar el camino cuando me he sentido perdido.

A mis amigos de la “Prepa 5”: Carlos, Javier, Ana Luisa, Carolina, Yutzil, Josue, Luis Manuel, Gustavo, Liliana, Genaro, Viridiana, Gaby, Daniela, Beto, César, Ana, Ivonne, Nancy, Argenis...porque compartieron conmigo, de forma muy divertida, la experiencia de estar dentro de la “Máxima Casa de Estudios”.

A mis amigos de la Facultad: Cinthya, Lizeth y Bety por los constantes regaños para enderezarme, por el apoyo y su amistad sin condiciones; a Natanael, Laura, Joyce, Tania, Michelle por dejarme compartir con ellos grandes experiencias, anécdotas, viajes, risas y tristeza.

A los “Doctores”: Lalo, Betsy, Héctor, Mariana León, David, Aarón, David Rodríguez, Ceci, Miguel, Ángel, Samir, Abraham, Gustavo, Jaime, Alin, Laura, Magali, Luis, porque a pesar de no ser de su generación me abrieron las puertas y pude darle un vuelco a mi vida.

A la banda de la ENAH: Paloma, Eliud, Antonio, Amairani, Madaí, Alex, Dani, Álvaro, Omar, Iván, Iván Juárez, Pepe, Beto, Denisse, Arely, Gabo, Lupe, George, Chucho, Marisol, Rafa y Adriana, Lalo, Amelia por poner mi mundo en perspectiva y compartir conmigo algo que tenía pendiente: estudiar antropología social.

A la gente del CCR: Mary, Deisy, Carolina, Víctor, Naye, por construir conmigo nuevos caminos donde nunca pensé pisar.

A personas importantes que conocí como alumnos pero terminaron como amigos: Sandra, Alicia, Laura, Juan, Nadia, Gaby, Aideé, Lala, Jess, Liliana, Adrián.

Gracias a la Universidad Nacional Autónoma de México por todos los conocimientos, experiencias, compañeros, profesores, lugares y muchas otras cosas más. Por permitirme una formación como estudiante y como futuro docente... ¡A todos, gracias!

Índice

Introducción	5
Capítulo 1 Cultura, identidad nacional e ideología	12
1.1 La cultura y la identidad	15
1.2 La cultura y la identidad como ideología	28
1.3 La identidad nacional y el nacionalismo	37
Capítulo 2 La propaganda	47
2.1 Definición de propaganda	50
2.2 Tipos de propaganda	57
Capítulo 3 El nacionalismo en México	69
3.1 El nacionalismo en México	71
3.2 Una conmemoración desdibujada	98
Capítulo 4 Metodología de análisis	105
4.1 La hermenéutica profunda	106
4.2 El análisis propagandístico	117
Capítulo 5 El Bicentenario en <i>spots</i>	121
5.1 Análisis sociohistórico	123
5.2 Análisis discursivo	129
5.3 Condiciones de recepción e interpretación	143
Conclusiones	146
Fuentes de consulta	153
Bibliografía	153
Hemerografía	158
Páginas web	160

Introducción

Los festejos por el Bicentenario del inicio del movimiento de Independencia y el Centenario del inicio de la Revolución ponen en la mesa una cuestión discutida desde hace mucho tiempo, pero que adquiere relevancia por sus connotaciones; y es la relación entre una identidad social, la propaganda y el nacionalismo. Una relación fundamentada en un discurso vinculado con la dominación y la legitimación de un orden social “histórico” que proporciona legitimidad a una clase política.

Esa triada también debe entenderse no sólo como un fenómeno político, sino como una problemática de carácter cultural donde se inmiscuye la ideología. Es indispensable analizar esta problemática desde diversas perspectivas para llegar a su comprensión, pues varias lentes del pensamiento social nos permiten ver las diversas aristas que la componen. La antropología, la sociología y la comunicación política nos proporcionan las herramientas teóricas y metodológicas para acercarnos a la investigación y lograr una descripción.

El objetivo de este trabajo es describir la relación entre identidad, ideología, propaganda y nacionalismo mexicano tomando como referente los *spots* del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución, pues partimos del hecho de que el gobierno federal hizo uso de la propaganda de integración tomando como discurso el nacionalismo. En los *spots* se reproduce la ideología respecto a la identidad nacional, por lo que se exaltan ciertas cualidades consideradas como características de lo mexicano.

Por identidad entendemos la construcción histórica y social donde un individuo o un grupo proporcionan una visión sobre sí mismos en contraposición con los demás, pues es fundamental fijarse en la otredad con el fin de obtener un autoconcepto.

La formación de una identidad se extrapola al surgimiento de una identidad colectiva. Al ser el hombre un ser social, tiende a reunirse con los demás para satisfacer ciertas necesidades, ya sean fisiológicas o psicológicas; sin embargo, se va a sentir identificado con aquellos con los cuales comparte ciertos rasgos. Principalmente en el pensamiento y el comportamiento hacia ciertos fenómenos.

La identidad de un colectivo comprende desde aspectos materiales, hasta inmateriales como las ideas. Van desde las normas de comportamiento hasta las herramientas como extensión de las capacidades del hombre, cuyo fin es facilitar su existencia, pues cada una de esas cosas posee un significado. En otras palabras, la identidad tiene una base cultural muy fuerte, pues ella proporciona los referentes con los cuales se construye. La cultura es una red de significados, y se encuentran en la interacción de los hombres en sociedad, pues es en su actuar, ya sea con respecto a objetos, personas o seres inmateriales, donde se ponen en práctica esos complejos simbólicos de los seres humanos.

Dentro de esos complejos simbólicos se encuentran formas que permiten la permanencia de relaciones de dominación legítimas. Como la cultura se enmarca en un momento socio-histórico, este determina en gran medida la estructura de las formaciones sociales y su aparato ideológico. La ideología está entendida como un sistema de ideas que ayudan a mantener las relaciones de dominación; ideas materializadas en las prácticas de los sujetos y que no siempre son conscientes.

Recordemos que las ideas tienen una base material, y surgen a partir de la estructura económica y las relaciones sociales de producción, consecuencia histórica de esa base material. La relación dialéctica entre estructura y superestructura implica la existencia de mecanismos para reproducir las condiciones del momento. Entonces las ideas también juegan un papel importante, pues son una manera de darle continuidad al sistema. De cierta manera, éste también es el rol de la cultura.

Sin embargo, es necesario hacer una distinción entre ideología y cultura, pues aunque toda ideología es cultura, no toda cultura es ideología. Ambos conceptos tienen una relación, pero no son lo mismo. La ideología se delimita al plano político y tiene como objetivo producir y reproducir las relaciones de dominación. Mientras, la cultura también tiene un funcionamiento en otros ámbitos del mundo social.

De ninguna manera están separadas. La ideología debe también tener una relación con otras dimensiones como la económica, la religiosa, entre otras, pues algunas también influyen en la dominación, sin embargo, hay otras formaciones simbólicas que no tienen ese uso, por lo tanto, la cultura es mucho más amplia que la ideología.

Tomando en cuenta esto, se tiene la posibilidad de que los gobernantes de un grupo o una nación fomenten o mantengan la identidad con fines de perpetuarse en el poder. En ese sentido la identidad sería construida por la clase política para lograr objetivos específicos, “les permite transformar de alguna manera el caos en orden y dar forma a su mundo y entorno, creando significaciones y atribuyendo sentido”¹. Por un momento puede parecer unilateral la propuesta centrándola en el papel desempeñado por la clase política; sin embargo nos enfocamos en ella porque no es objetivo de este trabajo ver la otra parte donde la población en general cumple esa función.

Dentro de la identidad tenemos esas dos partes constitutivas. La creada debido a las estructuras de dominación donde también tiene participación un grupo dominante, y la que se hace por medio de la interacción social del individuo en otros ámbitos. Ambas están relacionadas y son influyentes una con la otra. Pero es en la primera, en la creada en una estructura donde existen relaciones de poder, donde entra la propaganda y específicamente la propaganda de integración.

Según Edmundo González Llaca, la propaganda puede dividirse en: integración, agitación, negra o de acción psicológica, electoral, de guerra y contrapropaganda ². Sin embargo, para efectos de este trabajo sólo tomaremos en cuenta la propaganda de agitación, la electoral y la de integración, ésta última motivo de análisis de esta tesis.

La propaganda de integración es aquella que tiene como objetivo la cohesión de un grupo a través de la legitimación del poder público. Por medio de esta se busca que la población respalde un orden existente, a través de la convicción de que “los valores, las creencias, los hábitos, las instituciones, los hombres del sistema político, son los que mejor responden a la sociedad” ³.

Para el buen funcionamiento de la propaganda, es necesario identificar el objetivo de los mensajes y elaborar una estrategia para su elaboración y transmisión. Identificado el objetivo, se usan elementos socioculturales para su elaboración, por ejemplo la identidad de una sociedad. Y ella se puede manejar desde diferentes perspectivas; desde

¹ Maritza García, *Identidad cultural e investigación*, p. 16.

² Edmundo González Llaca, *Teoría y práctica de la propaganda*, p. 41-67.

³ *Ibíd.*, p. 41

sus mitos hasta su concepción de la historia y su memoria para transmitirla a las generaciones posteriores como ha hecho el nacionalismo en múltiples ocasiones.

La necesidad de integrar a la sociedad como un solo cuerpo, con los mismos valores y pensamientos, conlleva a la búsqueda de las mejores herramientas para poder transmitir el mensaje propagandístico. *Spots* de radio y televisión, desplegados en los periódicos, folletos, espectaculares e incluso los rumores son formas de las que se vale el gobierno para mantener el *statu quo*.

En contraparte, los individuos o grupos que no estén de acuerdo con el orden establecido, propagarán ideas “subversivas” para cambiar el estado de las cosas e imponer su concepción sobre ellas. Su herramienta: la propaganda de agitación.

Esta confrontación en una sociedad nos habla claramente de la inexistencia de una sola identidad y la constante interacción entre ellas bajo un aura de conflicto. Justamente la propaganda de integración es importante por su utilidad para dar unión a los múltiples grupos (con sus respectivas identidades) que conforman una nación.

Uno de los objetivos de la doctrina nacionalista es la de conformar a un grupo lo suficientemente consolidado como para llevar a cabo un proyecto nacional que incluya a determinado número de grupos y visiones del mundo. Los medios de comunicación, el crecimiento del Estado, el aparato administrativo, la religión, la lengua, muchos son los elementos a considerar para la formación de un Estado nacional.

El nacionalismo del siglo XIX y XX, que llevó a la independencia a varios países, es consecuencia de la construcción de una identidad colectiva distinta a la del colonizador. La distinción que iba desde los rasgos físicos hasta los roles sociales y políticos y la desigualdad, orillaron al oriundo de ciertos lugares a cuestionar el *status* de muchos hechos, instituciones y prácticas. En un principio esta identidad fue agitadora, pero establecido el grupo revolucionario en el poder, el nacionalismo se volvió integrador.

No había lugar para las diferencias. La propaganda se volvió el instrumento por el cual los gobiernos nacionalistas buscaban la unificación de todos los elementos identitarios en la sociedad y México no escapó a esta dinámica. Desde antes de la lucha de

Independencia hasta la Revolución Mexicana y los gobiernos posrevolucionarios, pasando por la lucha entre liberales y conservadores, la comunidad en nuestro territorio vivió la necesidad de crear una identidad.

Con la victoria del grupo sonorenses en la Revolución, se estableció un grupo en el poder el cual a través del Partido Nacional Revolucionario (PNR) buscó la consolidación de ciertos valores y prácticas, con el objetivo de evitar la dispersión y los conflictos entre los distintos intereses, supuestamente representantes de los distintos colectivos del país.

El discurso nacionalista ha sido usado desde aquel entonces por el gobierno por distintas vías. La propaganda se ha difundido por la educación y los medios de comunicación. Su uso pretende disuadir a los grupos disidentes y aminorar el uso legítimo de la violencia. El Estado puede bajar los niveles de coerción si puede llevar a cabo una estrategia propagandística exitosa que interiorice ciertos aspectos de la dominación en la sociedad.

México no ha sido el único país en usar el nacionalismo en búsqueda de la legitimación de un orden. Numerosas naciones siguen en conflictos por las distintas identidades que componen su crisol social. Existen conflictos con trasfondos religiosos como el de Irlanda y países de Medio Oriente o problemas étnicos como en la región de los Balcanes. El problema de la diversidad para una nación parece cuento de nunca acabar, pues en la actualidad (a pesar de que ya existen gentilicios que engloban ciertas características) el gobierno sigue tratando de integrar las distintas posiciones de la sociedad.

A unos cuantos días de las celebraciones del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución, los *spots* gubernamentales buscaron incitar la unidad de la población bajo unos ideales que en muchos de los casos han sido rebasados. Además, la situación de inseguridad, pobreza, corrupción en las altas esferas de la política, entre otras cosas, es motivo de preocupación pues contradice en gran medida el discurso gubernamental. No obstante, el gobierno de Felipe Calderón utilizó a los héroes de la patria y la nación como herramientas para justificar ciertas prácticas y proyectos supuestamente benéficos para todos.

De ahí la importancia de estudiar un caso muy cercano como lo es el nacionalismo mexicano. Esta “doctrina” ha sido arraigada por distintas vías que van desde la educación hasta los programas televisivos, sin pasar por alto la propaganda gubernamental. Y es algo que sigue en boga. Para esto decidimos dividir este trabajo en cinco capítulos: dos teóricos, uno histórico, uno metodológico y uno para el estudio de caso, todo con el fin de sustentar la siguiente hipótesis: El gobierno mexicano usa el discurso nacionalista en los spots del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución como propaganda de integración, y lo hace por medio de la exaltación de algunos elementos de lo que considera la identidad del mexicano. De esta manera reproduce las relaciones de dominación mediante el uso ideológico de la identidad.

El primer capítulo hace un breve recorrido teórico por algunas de las más importantes concepciones sobre cultura, como la escuela culturalista de Franz Boas, la escuela británica de Malinowski y Radcliffe-Brown, la perspectiva marxista y simbólica de la cultura, todo con el fin de que nos proporcionen una base teórica para el entendimiento de la identidad y las bases para su construcción. Así, pasamos a ver qué es ideología y cómo se relaciona con la cultura y la identidad; además de abordar el concepto de nación y nacionalismo.

El segundo capítulo trata la definición de la propaganda y cuáles son algunos de sus tipos, al menos los más importantes (integración, agitación y electoral). La necesidad de este apartado radica en la intención de describir a la propaganda como un tipo de comunicación con un contenido ideológico destinado a mantener o transformar el orden social y sus relaciones de dominación, y cómo la identidad y la cultura son utilizadas para ello. Nos enfocamos en la propaganda de integración porque hace uso de ello con el fin de dar cohesión a una sociedad.

En el siguiente capítulo hacemos una breve historia del nacionalismo en México. Aunque consumada la Independencia no hubo una nación como consecuencia, los intelectuales siempre tuvieron en mente ciertos proyectos para impulsarla; sin embargo, su concepción sobre la nación siempre tomó en cuenta a ciertos sectores sociales sin lograr un proyecto totalmente incluyente. Lo que busca este capítulo es mostrar históricamente cómo se da un manejo ideológico de la nación para sustentar un orden social específico.

El cuarto apartado se dedica ver la propuesta metodológica en la que fusionamos la hermenéutica de la que habla John B. Thompson y el modelo para analizar la propaganda de Edmundo González Llaca. La combinación se puede dar porque Thompson considera elementos de análisis que González Llaca considera necesarios para ver la propaganda como un proceso comunicativo específico.

El capítulo quinto se encarga de analizar dos *spots* del Bicentenario de la Independencia, “Tú eres México” y “De qué te sientes orgulloso”, con el fin de aplicar lo teórico a un caso específico. Con el modelo explicado en el capítulo anterior podemos ver los *spots* como productos culturales, ideológicos y propagandísticos.

CAPÍTULO 1

CULTURA, IDENTIDAD NACIONAL E IDEOLOGÍA

“La uniformidad es la muerte, la diversidad es la vida.”

Mijail Bakunin.

“Ésta es la historia de mis protectores. Me había dejado hondamente impresionado. Aprendí, de la concepción de la vida social que comportaba, a admirar sus virtudes y a reprobar los vicios de la humanidad.”

Mary W. Shelley, *Frankenstein o el moderno Prometeo*.

Capítulo 1 Cultura, identidad e ideología

Según narra la Tira de la Peregrinación y el Códice Aubin, los aztecas salieron de Aztlán por órdenes de Huitzilopochtli junto con otros siete barrios. Huexotzincas, chalcas, xochimilcas, aztecas, malinalcas, chichimecas, tepanecas y matlatzincas emprendieron el camino probablemente en busca de liberarse del dominio de algún señor. Para algunos autores, las interpretaciones de las fuentes indican que el grupo dominante provenía de Tula y los aztecas junto a los otros pueblos eran sus tributarios.

Lo interesante de la historia no es la salida de Aztlán, sino la transformación sufrida por los aztecas para convertirse en mexicas. La narración del Códice Aubin muestra que al llegar a un ahuehuete ocurrió un portentoso. Huitzilopochtli mandó a los aztecas separarse del conjunto de migrantes. Y allí se quedaron por un largo tiempo. Al reanudar su camino, llegaron los hombres búho. Huitzilopochtli dictó a los aztecas atrapar a aquellos hombres para destinarlos al sacrificio, y después de él les cambió el nombre a mexicas.

La historia no para allí. Al parecer en el año de 1325, los mexicas lograron establecerse en un islote del Lago de Texcoco gracias a las señales enviadas por su dios. La clásica águila parada en un nopal era la indicación para allí fundar lo que posteriormente sería un Imperio y extenderse hacia los cuatro puntos cardinales. Sin embargo, no iba a ser muy fácil, pues los mexicas eran tributarios de Azcapotzalco.

Para el año de 1428, mediante una alianza, los pueblos de Texcoco y Tenochtitlán dan fin al dominio de Azcapotzalco y se perfilan a realizar su propia historia. Izcóatl queda como primer tlatoani libre de Tenochtitlán y decide reinventar la historia mexicana y manda quemar todos los códices anteriores a su reinado. La nueva historia daría comienzo con su gobierno y desde el momento del triunfo sobre los tepanecas de Azcapotzalco.

Otra historia. A mediados del siglo XVI, la Reforma protestante se convirtió en un hecho que desafió y cuestionó la Iglesia católica como institución dominante. Martín Lutero cuestionó el poder de la Iglesia en todos los ámbitos de la sociedad. La autoridad del Papa, el rechazo al celibato sacerdotal, el desacuerdo con la jerarquía eclesiástica, entre otras cosas se convirtieron en el objetivo del movimiento.

Unos años después, Juan Calvino en Francia y la misma corona inglesa expandieron las ideas de la Reforma protestante. En Inglaterra, por ejemplo, se fundó la Iglesia Anglicana como religión oficial. Se mantuvo el ritual católico, pero los cargos los otorgaba el monarca. El anglicanismo incluso fue reconocido por el Parlamento y quedó impuesto para los titulares de los cargos civiles y militares ingleses. Sin embargo, vendría la Contrarreforma católica.

Mediante el Concilio de Trento, celebrado en 1545, se buscó dar más autoridad al Papa, pero en realidad lo que constituyó la verdadera fuente de la lucha contra el protestantismo mas allá de las luchas militares fue la creación de la Compañía de Jesús en 1534 por Ignacio de Loyola. Este organismo buscó por medio de la educación y predicaciones difundir la fe católica por América, Asia y Europa, a pesar de también constituirse como una organización con carácter militar en su jerarquía, organización y objetivos.

La religión constituyó una fuente de disputa política por quedarse con algunas coronas europeas. Las luchas más cruentas se prolongaron por años, llegando al exterminio de católicos o protestantes en números considerables, como fue el caso de la Matanza de San Bartolomé el 23 de agosto de 1572, donde fueron asesinados miles de hugonotes (protestantes franceses) y que está bien representada en la película *La reine Margot* de 1994. En las guerras de religión se vieron inmiscuidos varios países como España, Portugal, Países Bajos, Francia, Inglaterra, entre otros.

Los casos anteriores presentan una relación entre política y cultura. En los relatos se ve un uso político de la identidad como una cuestión esencialista. Se busca un enemigo o un pasado que se trata de borrar para mantener íntegro un proyecto de vida. La relación entre cultura, identidad e ideología se da en un marco donde los tres elementos entran al terreno público y se convierten en tareas de Estado y con fines de dominación, utilizando la idea de la nación como eje de los discursos.

Tanto el uso de la cultura y la identidad nacional se transforman en elementos que justifican acciones, ideas u opiniones, denigrantes en algunos casos. El comportamiento de los individuos está basado en esos factores. Cuántas veces no hemos escuchado decir a personas “ese es un inculto”, “no tiene cultura”, “está en la búsqueda de su

identidad”, pero el hecho adquiere un significado mayor cuando trasciende el espacio de nuestra privacidad y se vuelve un rasgo normal en la comunidad y aún más cuando se convierte en un elemento usado por el Estado. Este capítulo lo dedicaremos a ver la relación de la cultura con la identidad, cómo esto se convierte en discurso ideológico por parte de algunos grupos y sus implicaciones en la identidad nacional y el nacionalismo.

1.1. La cultura y la identidad

Para algunos, todo lo que siente, percibe, señala, valora y piensa el individuo es fruto de su pertenencia a un grupo, del cual adquiere todos esos rasgos culturales que lo diferencian de los otros colectivos. El mundo social es una configuración cultural, pues determina la percepción sobre el mundo que nos rodea. Por eso los hechos a los que un grupo da importancia también dicen mucho de su cultura. Héroes, guerras, fundaciones se vuelven acontecimientos de gran relevancia pues representan el origen de una comunidad.

La cultura forma parte de la vida cotidiana y hasta lo que se considera inculto es parte de ella, pues forma parte de un sistema, estructura, organización, red o configuración de elementos que hacen significativa una vida. Las cuestiones materiales, pero también las instituciones y las ideas son expresiones de este tipo. Su concepción se ha modificado con el paso del tiempo y se ha retomado desde diversas perspectivas, las cuales a su vez han formado sus propios modelos para darle una explicación. En este trabajo nos limitaremos a hacer una breve descripción sobre algunas de tantas visiones que han desarrollado este concepto.

En Francia, la palabra cultura estaba dedicada para las costumbres de los sectores populares de la sociedad; en cambio, la aristocracia y los intelectuales se referían a sus prácticas como civilización. Mientras, en Alemania la palabra *Kultur* estaba destinada a las cosas que enaltecían el espíritu del pueblo.

Una de las primeras definiciones aceptadas sobre cultura se le reconoce a Edward B. Tylor. Para él, la cultura o civilización “tomada en su sentido etnográfico amplio, es ese complejo total que incluye conocimientos, creencia, arte, moral, ley, costumbre y otras

aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”⁴. Influido por el positivismo de Comte y preocupado por el desarrollo de la sociedad en su plano cultural, Tylor se inserta en el evolucionismo del siglo XIX y busca darle un sentido científico al concepto.

El evolucionismo de autores como Tylor, Henry Maine, John Lubbock, Lewis Henry Morgan o Herbert Spencer trasladó las teorías biológicas al terreno sociocultural y entendieron la evolución como un proceso progresivo, donde lo nuevo es mucho más complejo y mejor, en contraparte con lo antiguo, imperfecto y simple. Además se veía en toda la especie humana una unidad mental, por lo que todas las sociedades debían pasar por las mismas etapas de evolución.

Las implicaciones de este planteamiento se contextualizan en un mundo occidental industrializado. A finales del siglo XVIII la Revolución Industrial había transformado Europa y principalmente Inglaterra. La mejora de algunas condiciones sociales se convirtió en discurso político y presentó a algunos países como los mejores candidatos para tutelar a las naciones más “jóvenes” o “atrasadas”. Ese era el discurso del colonialismo, con lo que el contexto no podía ser mejor para una teoría que postulaba a la civilización como el grado más alto de desarrollo y crecimiento de los países, y por supuesto el modelo eran los países industrializados de Europa Occidental.

Gracias a nuevos descubrimientos etnográficos y arqueológicos se demostró lo erróneo de algunos postulados evolucionistas. Dos escuelas se dedicaron a enmendar sus fallas. Por una parte la escuela británica al mando de Bronislaw Malinowski y Radcliffe-Brown; y por otro lado la escuela estadounidense en la mano de Franz Boas que fue influida por el psicoanálisis freudiano, aunque con algunos matices.

La definición de cultura de Boas dice lo siguiente:

la cultura como la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye

⁴ Edward B. Tylor, “Cultura Primitiva”; en Paul Bohannan, *Antropología*, p. 64

los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos. La simple enumeración de estos varios aspectos de la vida no constituyen, empero, la cultura. Es más que todo esto, pues sus elementos no son independientes, poseen una estructura.⁵

Como podemos ver, la concepción estructural comienza a ser parte del entendimiento de la cultura. No importan la cantidad de elementos, ni cuáles son, su procedencia u origen histórico, lo importante realmente es su estructura y su función en una sociedad. Para el particularismo histórico, el complejo cultural adquiere un sentido múltiple. Ya no hablamos de cultura, sino de culturas en relación con un ambiente específico. La historia singular de cada pueblo es el único determinante real de la cultura, al menos desde esta postura teórica. Es por eso que no pueden encontrarse leyes generales que expliquen el desarrollo de la sociedad.

No obstante, algo que sí permaneció del evolucionismo en algunos de los alumnos de Boas fue el concepto de superorgánico de Herbert Spencer, pero Alfred L. Kroeber lo entendió como una forma de describir a la cultura y no a la sociedad. La cultura es una cualidad de la sociedad que está por encima de los individuos. Si usamos la metáfora de Spencer de lo social como un organismo, entonces la cultura está en un nivel superior, en lo superorgánico. Pero la cultura es una cuestión mental que le da cuerpo a la sociedad.

En cierto sentido, toda la civilización sólo existe en la mente. La pólvora, las artes textiles, la maquinaria, las leyes, los teléfonos, no se transmiten en sí mismos de hombre a hombre ni de generación en generación, al menos de una forma permanente. Es la percepción, el conocimiento y la comprensión de ellos, sus ideas en el sentido platónico, lo que se traspa. Todo lo social sólo puede tener existencia gracias a la mente⁶.

No hablamos de ideas inherentes al hombre o de la posibilidad de transmitir las por medio de la herencia biológica. Más bien, la sociedad tiene sus propias formas de transmitir sus conocimientos mediante la socialización de las ideas. En la actualidad, los medios de comunicación, tanto escritos como electrónicos cumplirían una función

⁵ Franz Boas, *Cuestiones Fundamentales de Antropología Cultural*, p. 174.

⁶ Alfred L. Kroeber, "Lo superorgánico"; en J. Kahn, *El concepto de cultura. Textos fundamentales*, p. 67.

de transmisores de conocimientos. Así se perpetúa el saber, los inventos, pero también las costumbres y las tradiciones.

Con la llegada del funcionalismo y del estructural-funcionalismo, la cultura adoptará una explicación distinta. Los grupos culturales no son abordados desde el punto de vista histórico, sino desde un presente etnográfico. Lo importante de los rasgos culturales de cada pueblo es la función que ejercen en el momento de la investigación y no el origen de tales instituciones, ideas o conductas y los bienes materiales son tomados en cuenta como parte de un sistema.

El funcionalismo retoma ideas de la biología para analizar a las sociedades. Para Bronislaw Malinowski siempre que hablemos de culturas “primitivas” o complejas, “estaremos frente a un vasto aparato, en parte material, en parte humano y en parte espiritual, con el que el hombre es capaz de superar los concretos, específicos problemas que lo enfrentan”⁷. La cultura sirve para superar estas complicaciones primarias como el hambre, la sed, el frío y el sueño, pero no acaba allí, sino que después se presentan necesidades en un segundo plano que también deben ser satisfechas, de allí la creación de la religión, de la familia y posteriormente del Estado y un aparato jurídico y económico. Se trata de un nuevo ambiente creado y sujeto a modificación por parte de los seres humanos, y como tal debe ser administrado, conservado y reproducido.

Por su parte, Radcliffe- Brown aportó más al concepto de estructura y al análisis cultural. Para él la sociedad es una estructura visible mediante las relaciones sociales y las instituciones. La cultura son las formas aprendidas de pensar, sentir y comportarse, las cuales, posteriormente se vuelven elementales para el desarrollo de un grupo y la forma en que persistirá en el tiempo, es la causa que permitirá la permanencia de esas relaciones.

Dentro de las posturas marxistas al respecto, según Luis Felipe Bate, la cultura es el “conjunto *singular de formas fenoménicas* que presenta una sociedad concreta”⁸ como efecto histórico determinado por múltiples factores debido a las condiciones de

⁷ Bronislaw Malinowski, *Una teoría científica de la cultura*, p. 56.

⁸ Luis Felipe Bate, *Cultura, clases y cuestión étnico-nacional*, p. 24.

desarrollo de su formación económico-social. Tal formación implica una relación entre la base material y la superestructura e incluye el modo de producción; es decir, el sistema de formas de producción y sus relaciones sociales consecuentes.

Para el marxismo, la cultura forma parte de la superestructura la cual es consecuencia del desenvolvimiento de la base material y las relaciones que la sostienen, y por ello también responde a cuestiones históricas, pues la sociedad es un ente cambiante y adaptable a las nuevas circunstancias materiales; el concepto

no se restringe de ninguna manera a las expresiones ideológicas o de la conciencia social. Mas aún, entendemos que si existe una singularidad cultural de las manifestaciones de la conciencia social, es porque ellas reflejan –sin duda a través de diversas mediaciones- las formas culturales de existencia de la materialidad del ser social; tanto de las conductas y relaciones objetivas que se establecen entre los hombres, como de los objetos con los cuales y por medio de los cuales ellos se relacionan⁹.

En el marxismo todavía existe la intención de demostrar la existencia de leyes generales para las sociedades sin negar la particularidad y la singularidad dentro de los sistemas culturales. En contraparte, y como otra muestra del eterno debate entre si existen leyes generales o no, la postura simbólica niega la posibilidad de encontrar generalidades, y por ello opta por una teoría interpretativa.

Dice Clifford Geertz: “Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdidumbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones”¹⁰.

Desde esta perspectiva semiótica de la cultura, las conductas de los individuos adquieren la característica de ser acciones simbólicas. Para Geertz, ya no importa si la cultura es una conducta estructurada en las relaciones sociales o es una estructura de la

⁹ *Ibíd.*, p. 26.

¹⁰ Clifford Geertz, *La interpretación de las culturas*, p. 20.

mente, esto no es la prioridad. Lo único relevante es asimilarla como si fuera un texto dispuesto a hacer analizado por un analista literario. Lo importante son los sentidos y su valor para los sujetos actuantes.

Las formas culturales adquieren su significado en la acción social y allí es donde se articulan. De la misma manera, la cultura encuentra su configuración en artefactos y en estados de conciencia, pero todos ellos también adquieren su significación en el momento que operan. Tradiciones, costumbres, rituales, hábitos y demás conductas no son la cultura, sino que la cultura es la estructura simbólica que regula y les da un sentido.

Por eso, admitimos que la cultura tiene una parte material y otra simbólica. Es un entramado de significaciones producidas por la interacción social, donde las relaciones sociales determinan en parte su producción e interpretación. Es una estructura sociohistórica; por lo tanto, es fruto de una herencia pasada, las condiciones materiales de una formación social y de aspiraciones a futuro. Se puede concebir como una totalidad (dentro de una sociedad) que da cabida a múltiples visiones de ella, siempre y cuando se enmarquen en un rango que permita la reproducción de esa sociedad.

Si entendemos así la cultura, podemos ver que es el fundamento de la identidad al estar vinculadas en el orden de las instituciones, las ideas y de todos los demás conocimientos necesarios para vivir en el grupo. Cuando un niño nace, es arrojado a un mundo que ya está construido, no sólo desde el punto de vista material, sino desde una perspectiva simbólica. El nuevo miembro debe formar parte de un proceso de socialización donde las instituciones como la familia, la escuela, la religión, entre otras serán determinantes para la transmisión de los conocimientos.

En ese proceso, la cultura, con todos sus elementos, da contenido a esas instituciones de un complejo social y le imprime dirección al aprendizaje del individuo. Le indica qué conocimientos son válidos para su grupo, las habilidades necesarias para desarrollarse en él y los derechos y deberes de cada individuo dependiendo de su *status*; es decir, de su posición en una sociedad.

Las funciones de una sociedad sí están repartidas entre los miembros, y eso es un elemento importante para el desarrollo de la personalidad y la identidad. Tanto *status* como rol, se convierten en condicionantes de las personas para su participación dentro de un grupo. El *status* es la posición en un modelo particular, en palabras de Ralph Linton¹¹; y cuando el individuo efectúa los derechos y deberes de ese *status* desempeña el rol que le corresponde; es decir, representa el aspecto dinámico del *status*.

El mismo grupo aporta las pautas para clasificar el mundo en determinados aspectos. Los seres humanos no sólo clasifican cosas relacionadas con sus necesidades básicas, sino que pueden tomar y separar acontecimientos; además de transmitirlos no por la herencia biológica sino por mecanismos de herencia socio-culturales. El proceso de categorización “es un proceso de unificación de objetos y acontecimientos sociales en grupos que resultan equivalentes con respecto a las acciones, intenciones y sistemas de creencias de un individuo”¹².

Esa categorización tiene una finalidad, y es la de permitir la existencia del grupo por medio de dar una coherencia y unidad al mundo circundante. El mundo social se vuelve una construcción del ser humano y lo hace por medio de su acción y la interacción con los individuos. A este proceso Berger y Luckman lo llaman exteriorización. El siguiente paso en el proceso de construcción del mundo es la objetivación.

Como el mundo se construye por la acción de los individuos, podría entenderse que se trata de una cuestión subjetiva, pues hablamos de objetos inmateriales, pero también tomamos factores materiales, pues no dejan de tener una existencia objetiva, existen fuera de la conciencia. No son producto de meras elucubraciones, sino que pueden tener efectos reales perceptibles por el ser humano. Los hechos son experimentados y aprendidos por la comunidad.

La cuestión no queda allí. En un tercer momento, los sujetos son capaces de aprehender en su mente las realidades objetivas antes mencionadas. A través de la interiorización, la persona hace suyo el complejo cultural de su grupo y tiende a

¹¹ Ralph Linton, “Status y rol”; en: Paul Bohannan, *Antropología*, p. 191.

¹² Henri Tajfel, *Grupos humanos y categorías sociales*, p. 291.

socializarlo a la siguiente generación, por lo que esa realidad se mantiene constante, aunque con la posibilidad de modificaciones en algunos de los puntos del proceso de construcción de la realidad. El sujeto interactúa con la sociedad y ambos son determinados mutuamente en el mismo proceso.

La categorización también se aplica al mismo individuo, con lo cual se proporciona un autoconcepto. Dicha cualidad sirve para dar y explicar la posición (*status* y rol) en el sistema social jugada por el individuo, y está formada por estímulos físicos y sociales. Las características físicas como el color de piel, la altura y la complejión sirven como rasgos tomados en cuenta por las personas para formar una imagen de sí mismos. Igualmente lo hacen los estímulos sociales que normalmente califican los caracteres físicos y proporcionan otros esquemas para ordenar y evaluar la realidad.

Como dice Orrin E. Klapp: “La razón de que nos sintamos sostenidos por nuestra identidad no es que ella sea simplemente un hábito, sino es un hábito que los demás reconocen”¹³. La interacción con los demás, donde nuestra identidad se ve conformada y confrontada es una situación diaria. La interacción con nuevas personas, las charlas con los amigos, el mismo hecho de ir a la tienda y comprar algún producto son momentos donde la identidad de una persona se pone en la mesa y es observada por los demás.

Los elementos constitutivos de la identidad de cierta manera son arbitrarios y mutables pues dependen de la percepción y son conceptuales, no están basados en aspectos totalmente materiales. Por ejemplo, una fuente material para la elaboración de una identidad es el cuerpo, pero aún este se ve sometido a expresiones culturales, dando relevancia a ciertos aspectos y a otros no, proporcionando una construcción teórica de él y su función.

Klapp menciona que es una realidad frágil, pues depende de un medio ambiente adecuado para su desarrollo, “es en realidad un frágil mecanismo que se descompone fácilmente y cuyo equilibrio requiere el mantenimiento constante y el sostén del medio ambiente adecuado”¹⁴. Si tomamos en cuenta este argumento, el autor da cabida a

¹³ Orrin E. Klapp, *La identidad: problema de masas*, p. 6.

¹⁴ *Ibíd.*, p. 7.

ciertos mecanismos para controlar el ambiente, pero no la identidad. Ésta se vuelve esencialista y no permite cambios de ningún tipo. Sin embargo Giddens opina distinto.

Para Anthony Giddens, la identidad del yo no tiene que ver con el reconocimiento de los demás, sino con los planteamientos propios del individuo. “El yo no es una identidad pasiva determinada por influjos externos; al forjar sus identidades propias y sin que importe el carácter local de circunstancias específicas de acción, los individuos intervienen en las influencias sociales, cuyas consecuencias e implicaciones son de carácter universal, y los fomentan de manera directa”¹⁵. Cada individuo elige su destino y por lo tanto, actúa de diferentes maneras en el mundo social.

Esto tendrá consecuencias para la convivencia no sólo con otros individuos, sino con otros grupos, pues se aceptan las múltiples visiones del mundo y se valida una sociedad y un mundo con esas características, al menos en el plano conceptual. Esto presenta complicaciones para el análisis, pues implica en el interior de una sociedad la posibilidad de que no exista una unidad basada en la cultura. Pero en ese caso respondemos tomando en cuenta lo planteado por Bate sobre las particularidades dentro de una totalidad.

Existe una singularidad y una particularidad dentro de la totalidad. La cultura de un grupo sería la totalidad y dentro de ella se expresan una serie de variaciones, pero que no dejan de permanecer en el rango determinado por todo el complejo. Aunque cada individuo tome su camino, no dejan de tener influencias culturales por todos los círculos donde se mueven y los grupos con los que interactúa, desde la edad temprana hasta el último de sus días.

Sin embargo Giddens dice que a pesar de la importancia del reconocimiento de otros, la identidad de una persona se basa en la capacidad de los sujetos de formar sus crónicas personales. Los cuestionamientos ¿de dónde vengo? y ¿a dónde voy? son muy importantes para mantener ese proyecto de vida que es la identidad y sus implicaciones culturales. La identidad toma en cuenta la autopercepción; es decir, las cualidades del

¹⁵ Anthony Giddens, *Modernidad e identidad del yo*, p. 10

yo, de lo que es conciente el individuo¹⁶. A diferencia del yo como fenómeno generalizado, supone conciencia y una constante autocrítica.

Creemos que la identidad sí tiene estas características, donde el individuo forja su identidad, pero también pensamos en las diferentes influencias a las que se ve sometido el hombre o la mujer en su vida cotidiana, y cómo se ven orillados a negociar su autoimagen con los demás. Es un proceso donde interactúan dos partes. Debido a las múltiples condicionantes de la identidad y los varios grupos de pertenencia de un individuo, existen muchas representaciones del yo. Sin embargo, no hablamos de una fragmentación del yo convertido en un ser fractal, sino de que todos esos componentes forman parte de la misma unidad, aunque jerarquizados según las necesidades.

Los distintos elementos de la identidad tienen una función determinada y se ajustan a las situaciones de interacción del sujeto. Así, forman una estructura, la cual como un proceso se va transformando para adaptarse a las nuevas circunstancias del momento histórico. En momentos diferentes, cada yo toma relevancia para digerir diversos procesos sociales. La familia, la escuela, el trabajo, los amigos y las relaciones amorosas exigen cosas distintas y la actuación del mismo sujeto se ve envuelta en un mar de relaciones con cualidades disímiles.

De esta manera funciona el autoconcepto. Es una representación que está cargada emocionalmente, más o menos estable, compleja y central para la vida cotidiana. Las emociones permiten valorarla en su relación con otras representaciones pertenecientes a miembros de otros grupos y eso reflejará la positividad o negatividad hacia ciertos grupos.

Este autoconcepto es uno de los principales factores para la creación de una identidad social, que es “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia”¹⁷. Esta identidad es la que da un grado de unidad a las prácticas, pensamientos y percepciones de una sociedad.

¹⁶ Cfr. *Ibíd.*, p. 70

¹⁷ Henri Tajfel, *Op. Cit.*, p. 292.

Algunos autores como Gustave Le Bon, creían que las personalidades individuales dejaban de ser en el momento de actuar junto con otros individuos que conformaban una colectividad. Según el autor, formaban una unidad mental y ésta sujetaba las individualidades bajo el imperio del grupo. Entonces los comportamientos ya no eran los mismos, sino los del grupo, perdiendo racionalidad en el actuar. Los ejemplos favoritos de este tipo de posturas son los movimientos sociales o los eventos abiertos a grandes audiencias, donde el anonimato es una oportunidad para dejar salir las emociones.

Si bien es cierto que personas se han dejado llevar por el momento, la racionalidad no se pierde, sino que el sujeto actúa como parte de una colectividad y bajo sus normas, pero en el entendido de que la persona se somete voluntariamente a ellas o está determinado por ellas por haberse desarrollado en ese ambiente, y no en un sentido totalitario. No existe una despersonalización, sino una acción donde la prioridad son los intereses grupales.

La cultura tiene una influencia en el comportamiento del grupo, pues proporciona al sujeto las herramientas de interpretación y acción en su realidad. Esas herramientas son proporcionadas por las instituciones y los grupos de pertenencia del individuo por el proceso de socialización, tanto primaria (en la familia) como la secundaria (en instituciones como la escuela, el trabajo, etcétera). De esta manera, los individuos logran interiorizar todo lo necesario para vivir en esa sociedad.

Otra de las cuestiones fundamentales para la determinación de la autoimagen es la comparación con otros grupos. Su grupo primario es su familia y poco a poco el sujeto amplía sus círculos de interacción con otras personas, pero siempre tenderá a diversificar y ampliar su rango cultural de acuerdo a sus experiencias. Evidentemente, el contacto con otras visiones del mundo no implica necesariamente una aceptación de ellas, pero ahora ya serán parte de sus conocimientos.

Dice Leon Festinger: “Existe en el organismo humano un impulso a evaluar sus opiniones y sus capacidades”¹⁸, pero no sólo la suyas, sino las del grupo en general,

¹⁸ *Apud Ibíd.*, p. 293.

pues le permite modificar sus comportamientos e ideas en caso de necesitarlo. El momento de contacto con el Otro es muy importante para el futuro del grupo, pues es el instante donde se consolida como tal. Los miembros se dan cuenta de las similitudes entre ellos y sus diferencias con la otra colectividad. Ya no hablamos de un Yo y un Él, sino de un Nosotros y un Ellos en constante interacción. Un tipo de relación que se vuelve permanente, pues se presenta en cada nuevo contacto

Según J. Francisco Morales desde la perspectiva de Bar-Tal, un grupo debe tener ciertas características: en primer lugar los componentes deben sentirse y definirse como miembros; en segundo lugar deben compartir creencias y por último, es necesaria la existencia de una actividad común y coordinada dirigida hacia los mismos objetivos¹⁹. Cuando un grupo ya está conformado, hay una tendencia a buscar bienes y condiciones a los cuales se cree que tiene derecho la agrupación, pero también hay ideas sobre los bienes y condiciones a los cuales se pueden llegar y se sienten capaces de conseguir.

Para llevar a cabo sus objetivos es indispensable una integración por parte de los miembros del colectivo. Y Morales señala tres tipos de integración²⁰: 1) La ambiental, dada por medio de la proximidad y las redes generadas por los miembros; 2) conductual, originada por las necesidades y el interés por satisfacerlas y 3) afectiva, engendrada también por la proximidad entre los miembros, pero sustentada no en la distancia, sino en los sentimientos mutuos y en los valores e ideas compartidos. Al final de cuentas, los tres aspectos tienden a ser necesidades tanto biológicas como psicológicas y sociales de los sujetos.

En el proceso de integración no debemos perder la participación del Otro. La identidad debe ser vista como “una coherencia formal y transitoria del sujeto, la identidad de éste sólo puede concebirse como un acontecer, como un proceso de metamorfosis, de transmigración de una forma que sólo puede afirmarse si lo hace cada vez en una substancia diferente, siendo ella cada vez sin dejar de ser la misma”²¹. Debe entenderse como un proceso dialéctico donde el individuo y la otredad se transforman mutuamente en el momento de relacionarse.

¹⁹ Cfr. J. Francisco Morales, “Grupos”; en J. Francisco Morales, *Psicología social*, p. 688.

²⁰ Cfr. *Ibid.*, p. 696

²¹ Bolívar Echeverría, *Op. Cit.*, p. 170.

En un contexto de constante interacción

es necesario reconocer o aprender las reglas, el lenguaje y las relaciones que valen en ese particular ámbito de experiencia. Esta situación produce un doble efecto sobre la identidad. Por un lado los actores sociales son condicionados o más bien, son llamados a redefinirse cada vez que efectúan estos pasajes; por otro lado, los actores no invierten y no utilizan jamás la totalidad de su identidad en los singulares ámbitos en los cuales se encuentran al accionar²².

La identidad se ajusta a las necesidades, pero está en constante certificación, pues el ambiente mismo exige la valoración de medios y fines para cumplir actividades y objetivos. Un “actor elabora expectativas y evalúa las posibilidades de su acción, implica una capacidad para definirse a sí mismo y a su ambiente. A este proceso de construcción de un sistema de acción lo llamo identidad colectiva”²³.

Se concibe como un proceso donde un conjunto admite sus posibilidades y limitaciones de acuerdo a los cambios en el ambiente. A diferencia de Klapp, esta postura deja las visiones esenciales de la identidad y admite su transformación, por lo tanto, la identidad se ve como un proceso histórico, modificable y creado por el ser humano debido a su intervención en un mundo social.

Según Albert Memmi, la identidad se convierte en una construcción imaginaria: “La construcción de una historia común es guiada por las necesidades del presente, de la multiplicidad de eventos pasados únicamente se eligen algunos de ellos. La memoria es invocada y reconstruida sin cesar. No existe allí ni perversidad ni mentira sistemáticas, sólo la necesidad de edificar una historia coherente, operativa y soportable”²⁴. Sin embargo, no debemos descartar la otra posibilidad, pues en ocasiones la identidad se vuelve un elemento para satisfacer ciertos intereses con respecto a algunos grupos de la sociedad.

Debemos tomar en cuenta que la construcción de identidades puede darse en un marco de luchas por el poder. Manuel Castells propone tres formas, respecto a sus orígenes, de

²² Antonio Melucci, *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*, p. 224.

²³ *Ibíd.*, p. 66.

²⁴ Albert Memmi, “Las fluctuaciones de la identidad cultural”, pp. 134-135.

identidad: 1) legitimadora; 2) resistencia y 3) proyecto²⁵. La primera de ellas tiene como fin extender la dominación de un grupo sobre otros. La segunda busca ser la fuente de los movimientos sociales y lucha contra la opresión, pues uno de sus objetivos es revelar la dominación sobre los individuos. Y la de proyecto pretende llevar a la sociedad por un camino distinto, alternativo y con ciertas expectativas sobre el futuro.

La identidad envuelta en relaciones de poder ¿exige que pensemos a la cultura y la identidad como ideología, en el sentido de una falsa conciencia? Si es así, esta es una identidad creada como justificación para un orden social donde se legitima un grupo y la cultura se vuelve el espacio donde una élite en el poder puede crear mecanismos para mantenerse con el poder, por ello la identidad adquiere tintes políticos y se presenta como un elemento en la palestra del Estado. Sin embargo para entender mejor este proceso es necesario plantear qué es ideología y así tener una idea clara de cómo funciona para mantener las relaciones de poder e influir en la construcción y reproducción de una cultura y una identidad.

1.2 La cultura y la identidad como ideología

La ideología tiene varias interpretaciones. Dentro de la perspectiva marxista es concebida como una falsa conciencia hasta como un sistema de ideas referentes a la sociedad, pero no es la única corriente en considerarla. El concepto tiene una larga historia y depende de cómo se entienda para comprender las relaciones sociales y el surgimiento de muchos rasgos culturales. Para entender mejor esto y ver la relación existente entre ideología, cultura e identidad haremos un breve recorrido por las diferentes concepciones que hay respecto a la ideología.

Para ello nos trasladamos hasta el siglo XVIII, donde Destutt De Tracy, filósofo francés de la Ilustración concibe a la ideología como una ciencia de las ideas útil para la lucha contra el absolutismo del antiguo régimen monárquico. Creía que “no podíamos conocer las cosas por sí mismas, sino sólo las ideas formadas a partir de las sensaciones que tenemos de ella”²⁶. También pensaba en una finalidad práctica para las

²⁵ Manuel Castells, *La era de la información: economía, sociedad y cultura II. El poder de la identidad*, p. 35.

²⁶ John B. Thompson, *Ideología y cultura moderna*, p. 48.

investigaciones hechas, pues si se llegaba a un conocimiento sistemático de ellas, se podrían generar acciones para una mejora de la sociedad con base en su comprensión.

Su pensamiento influyó notablemente para la búsqueda de una educación concordante con la racionalidad de la Ilustración. Era indispensable llegar a una crítica de las formas de pensamiento anteriores que eran consideradas como supervivencias de un pasado autoritario. La nueva sociedad debería fundamentarse en conocimientos científicos y no en la fe y las esperanzas en la acción de una divinidad que nunca había mostrado pruebas de su existencia. Debido a ello, las ideas de De Tracy y sus seguidores se identificaron con el liberalismo laico y de allí las críticas de los conservadores como Napoleón.

El nombre de ideólogos sirvió para llamar despectivamente a los científicos de las ideas. Para Napoleón, la ideología estaba divorciada de la realidad, pues era una disciplina abstracta y no tenía un sentido útil para el ejercicio del poder, como lo tenían los hombres de acción; es decir, los militares o los mismos monarcas. A partir de ese momento, el concepto de ideología se difundió por Europa con su connotación negativa.

Posteriormente las investigaciones de Karl Marx y Friedrich Engels se ocuparon del tema. Desgraciadamente y como han señalado autores como Thompson o Antonio Ariño, en sus obras se pueden destacar tres usos del concepto de ideología, desde un sentido negativo hasta uno más neutral. Así, la utilización de la ideología para explicar fenómenos sociales se divide en tres: la postura polémica, la epifenoménica y la concepción latente.

La postura polémica en Marx tiene que ver con la crítica al hecho de considerar a las ideas como entidades autónomas y sujetas a sus propias leyes. Esta forma de entender a las ideas es lo que se considera ideología, pues, siguiendo la postura de Napoleón, se trata de una distorsión de la realidad. La ideología es ver las ideas como algo separado de las cuestiones materiales, como lo pensaba el idealismo. Esta tendencia filosófica veía en las conciencia de los individuos el principal instrumento de transformación de la realidad, pues allí surgían las representaciones, los símbolos y con ello se elaboraban los pensamientos.

Como respuesta, el pensamiento de los marxistas era la de considerar a las ideas como consecuencia de la materialidad de la vida sociocultural. Las “ideas tienen su origen en la vida material de los hombres y en sus relaciones reales. Las ideas no nacen en cualquier momento de la historia; hay siempre una relación estrecha entre las estructuras de una sociedad y la de sus representaciones”²⁷.

Para el marxismo, la ideología era totalmente ajena a la ciencia, pues no representaba las verdaderas relaciones entre las ideas y la estructura económica de la sociedad. La ciencia pretendía presentar los orígenes de algunas representaciones, valores, obteniéndolo de su estudio del desarrollo de las fuerzas productivas y de las relaciones sociales de producción. Así, la ciencia lograba encontrar la verdad sobre esas relaciones y veía las relaciones de poder existentes a partir de la repartición y la concentración de los medios de producción, lo cual generaba desigualdades y una división de clases.

La concepción epifenoménica implica que la ideología, según Marx y Engels en *La ideología alemana*, es un sistema de ideas destinadas a la legitimación de la clase dominante: “Las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época; o, dicho en otros términos, la clase que ejerce el poder material dominante es, al mismo tiempo, su poder espiritual dominante”²⁸. La burguesía cuenta con las condiciones materiales, pero también con las condiciones espirituales de imponer su pensamiento debido a que cuenta con los mecanismos para llevarlo a cabo.

Como tercera opción tenemos la ideología como un concepto latente, el cual “es un sistema de representaciones que sirve para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar a los individuos hacia el pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes o ideales que ocultan las relaciones de clase y se apartan de la búsqueda colectiva del cambio social”²⁹. Se trata de representaciones simbólicas que no se pueden deshacer en cualquier momento. Son rasgos culturales heredados por el grupo social, por lo que tampoco se pueden crear o quitar de la noche a la mañana.

²⁷ Michele Bertrand, *El marxismo y la historia*, p. 100.

²⁸ Karl Marx y Friederich Engels, *La ideología alemana*, p. 50.

²⁹ John B. Thompson, *Op. Cit.*, p. 64.

Evidentemente, esto no implica que no responda a intereses específicos de una clase. Las circunstancias históricas favorecen a final de cuentas a un grupo pues la estructura social se ha generado a partir de la dominación de unos sobre otros. Así, se pueden presentar aspectos de la sociedad como un interés general, cuando realmente responden al interés de una minoría. Se muestran como las únicas racionales y válidas para determinado proyecto a futuro, mientras las otras se descalifican pues no representan una opción para desarrollarlas.

Para Adolfo Sánchez Vázquez la ideología es: “a) un conjunto de ideas acerca del mundo y la sociedad que: b) responde a intereses, aspiraciones o ideales de una clase social en un contexto social dado y que: c) guía y justifica un comportamiento práctico de los hombres acorde con esos intereses, aspiraciones o ideales”³⁰. De esta manera el autor descarta la supuesta “falsa conciencia” de la ideología, pues se refiere a problemas reales que tienen un impacto en las acciones de los individuos. La ideología tiene un origen en el poder y en la posición de una clase social respecto a las relaciones de producción. Por lo que tiene un carácter político al estar vinculada con la dominación.

Por su parte, Karl Mannheim relacionó tanto a la utopía y a la ideología como cuestiones más allá de la realidad, con la única diferencia de que la utopía era irrealizable. Ambas son desajustes de la realidad que está en constante transformación, la utopía y la ideología surgen para enmascarar la realidad. No obstante, existe una ideología parcial y una ideología total. La primera se mantiene en un nivel de encubrimientos y engaños, mientras que la ideología total implica la estructura total del pensamiento de una época. Es la visión del mundo presente también en la vida cotidiana.

La parte de la dominación en Mannheim entra en la ideología parcial, pues necesita, como la utopía, una serie de conductas que no pueden ser puestas en forma en ese orden social, y por ello se acude a otro tipo de comportamientos para hacer creer a otros grupos algo. La perspectiva total en este autor no alude a condiciones de dominio pues él se limita a señalar cosas cotidianas, sin embargo, las relaciones de dominación están

³⁰ Adolfo Sánchez Vázquez, *Ensayos marxistas sobre filosofía e ideología*, p. 145.

presentes en esa cotidianeidad y por eso pueden ser imperceptibles en un primer momento.

Cabe aclarar que la estructura económica no es el único factor de dominación, pues existen muchos otros como lo étnico que puede ser parte del discurso elaborado por algunos para mantener el orden social imperante. Las relaciones de clase son sólo algunas para explotar y dominar a la población. Por eso, estamos con Thompson cuando ve en la ideología una construcción simbólica, donde

el significado movilizado por las formas simbólicas sirve para establecer y continuar las relaciones de dominación: establecer, en el sentido de que el significado puede crear e instituir de manera activa relaciones de dominación; sostener, en el sentido de que el significado puede servir para mantener y reproducir las relaciones de dominación mediante el proceso permanente de producción y recepción de formas simbólicas³¹.

Entonces, la ideología se convierte en un elemento constitutivo de la realidad y de la cultura. Como esta última es una red de significados atribuibles a acciones, objetos, ideas o instituciones, lo lógico sería ver en la ideología un componente de la cultura que también sirve para atribuir significado a ciertos fenómenos relacionados con la dominación. En este momento respondemos más claramente una pregunta anterior. La cultura en su conjunto no es ideología, sino que en ella se insertan ciertas estructuras de pensamiento vinculadas con el poder.

A partir de este momento entenderemos así a la ideología: como un sistema de significados insertos en la cultura que permiten la producción, la reproducción y la explicación de la sociedad y las relaciones de dominación, no sólo desde el punto de vista económico, sino desde otras trincheras como la identidad, lo étnico, la religión, entre otras cosas. Esos significados tienen un carácter político y sirven para justificar y guiar los comportamientos de los individuos respecto a ciertos intereses sociales.

Este concepto nos parece amplio en el sentido de incluir otros aspectos que no sólo tienen que ver con los discursos u otros hechos políticos en estricto sentido, sino con

³¹ John B. Thompson, *Op. Cit.*, p. 89.

prácticas o ideas que van más allá de los límites de la esfera pública que atañe al Estado. Pero también nos parece lo suficientemente acotado para no correr el riesgo de equipararlo con la cultura como lo hacen Mannheim en su concepción total de la ideología.

La dominación tiene un conjunto de procesos que ayudan a interiorizar la simetría de fuerzas en un orden social, es como si esa situación se aceptara voluntariamente; sin embargo detrás de ello hay una serie de mecanismos estructurales que provocan esa sumisión. La función de la ideología consiste en la creación de comunidades, individuos y sostener las relaciones de dominación; así como la “de servir de código implícito a una sociedad, un código que le permita expresar sus experiencias, justificar sus acciones y sus conflictos”³². Se trata de una forma de dar a conocer las relaciones sociales existentes y la dominación detrás de ellas, justificándolas con todo un aparato argumentativo basado en las características de una sociedad y su cultura.

Por lo tanto, la ideología es colectiva. “Y es esto lo que la distingue de la opinión y la creencia, que pueden ser individuales. La ideología es un pensamiento anónimo, un discurso sin autor: es lo que todo el mundo cree sin que nadie lo piense”³³. Obviamente las ideas no salen por debajo de las piedras o están flotando en la sociedad para que alguien las tome, el individuo sí tiene un papel importante en la gestación y la modificación de las ideologías. Solamente que ocurre algo similar a la cultura, el individuo se ve influido por la ideología, pero también participa en su transformación al momento de interactuar con su contexto.

La ideología se vuelve determinante en la vida cotidiana de las personas y forma parte de un pensamiento colectivo y no de una reflexión o un razonamiento individual. Además, está acompañado de una serie de ideas que apoyan como argumentos al orden social establecido y eso tiene un peso valioso. Este conjunto de ideas incita al observador a actuar dentro de un rango determinado de conductas favorables para el *statu quo*.

³² Olivier Reboul, *Op. Cit.*, p. 17.

³³ *Ibíd.*, p. 19.

Desde la perspectiva de Althusser y otros autores, la teoría de la ideología consta de tres pasos y se le puede llamar teoría general de la reproducción social organizada y resguardada ideológicamente por el Estado³⁴. En el primero de ellos la reproducción de las relaciones sociales implica no sólo hacerlo con las cuestiones materiales como en ocasiones sugería el marxismo, sino que necesariamente se reproducen las creencias y los pensamientos de una comunidad. En ese sentido va su perspectiva cuando habla de los aparatos ideológicos del Estado. Estos son la educación, los medios de comunicación y otras instituciones encargadas de transmitir las ideas a otras generaciones.

El segundo paso habla de que algunos de esos valores no están exentos de correspondencia con el poder, sino todo lo contrario. Muchas de esas representaciones, creencias y más producen la adhesión de la población a una institución. Entonces lo que en muchos casos se transmite a otras generaciones es ideología en estricto sentido, buscando la legitimación de un orden social para continuarlo en el tiempo.

Por último, el tercer punto de la teoría de Althusser dice que una de las tareas del Estado es justamente reproducir la ideología dominante, pero eso conlleva a reproducir un pensamiento conveniente a sólo algunas capas de la población. Sin embargo, como cree Thompson, esta no es la única tarea del Estado, a pesar de llevarla a cabo constantemente. El “Estado moderno se preocupa no sólo por reglamentar la actividad económica y social y por ejercer el gobierno político, sino también por mantener el orden en un territorio dado y conservar los límites territoriales frente a otras naciones”³⁵.

La cultura y sus significados tienen mucho que ver con la estructura y la organización de la sociedad en un determinado momento, pues no siempre ha funcionado de la misma manera. El Estado tiene un trasfondo simbólico importante para la interacción en una sociedad. Las narrativas creadas por el poder son ideológicas y atraviesan el eje cultural de una comunidad. Dan sentido a las acciones de los individuos y construyen identidades que sirvan como sustento de la dominación. El fenómeno del

³⁴ Cfr. John B. Thompson, *Op. Cit.*, p. 129.

³⁵ *Ibíd.*, p. 140.

poder no va sólo, sino acompañado de todo un sistema de ideas que le sirven para fundamentar ciertas relaciones.

Así, el Estado mantiene un constante interés por controlar las formas en que circulan y se reciben las formaciones simbólicas respecto a ciertos temas, pues eso le permite reproducir el orden social. Hay una “lucha secular del Estado por lograr el control del conjunto de los aparatos seculares de sus correspondientes <<campos>>, su esfuerzo por administrar y organizar coactivamente las diferencias culturales desde una posición hegemónica”³⁶.

El Estado se rodea de todo un conjunto de símbolos que tienen una incidencia más allá del simple ejercicio político. Se puede ejercer un control sobre el imaginario para no explotar únicamente la coacción legítima. En gran parte, el éxito de la organización política estatal se ha basado en su capacidad para usar esos aparatos ideológicos. La situación no implica necesariamente el uso de engaños o subterfugios para ejercer el control, se trata de interiorizar el proyecto de una minoría a una mayoría y así permitir su entrada en acción con la suficiente validez para no causar conflictos.

Pero también es bien cierto que las personas con autoridad y suficiente poder pueden imponer identidades o ayudar a parecerles más benéficas. Probablemente la incidencia de un hombre o grupo de hombres no sea tan decisiva para forjar el autoconcepto de un país, pero sí tienen un mayor peso si controlan todos los instrumentos para reproducirla, y entonces la participación de unos cuantos se puede transformar en algo con una gran repercusión. Además, debemos pensar no sólo en aquellos individuos que ya están permeados con las representaciones sobre una identidad, sino en aquellos que las desconocen, tanto de otros lugares como de otros tiempos.

No obstante, a pesar de que las prácticas culturales pueden moverse alrededor de instituciones como la Iglesia, el Estado, los medios de comunicación, entre otros, es necesario advertir “que estas grandes instituciones (o aparatos), generalmente centralizadas y económicamente poderosas no buscan la uniformidad cultural, sino sólo la administración y la organización de las diferencias, mediante operaciones tales como

³⁶ Gilberto Giménez, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, p. 109.

la hegemonización, la jerarquización, la marginalización, la exclusión de determinadas formas culturales”³⁷.

Por supuesto, esto no quita las relaciones de dominación. Por ello se acude a una construcción simbólica donde las diferencias culturales sean toleradas en bien de un proyecto político a escala más grande y se transformen en particularidades de una totalidad. Las identidades explotadas con un objetivo político no son las únicas presentes en el espacio público. Permanecen otras latentes, dormidas o menguadas por la acción de la élite y sus instrumentos, pero allí están. La capacidad de algunos de adjudicarse identidades también es una cuestión de poder.

Según Althusser, la ideología es muy importante en el fenómeno conocido como interpelación. En él, este sistema de ideas reclutaba a los individuos como sujetos o los transformaba en ellos. En otras palabras, la ideología lograba adecuar a los individuos según una cierta identidad (Sujeto), y por tanto, en determinadas acciones se le exigía a esos individuos a actuar como Sujetos, es decir, como miembros de un colectivo. La interpelación “a los individuos como sujetos supone la <<existencia>> de otro Sujeto, Único y central, en Nombre del cual la ideología religiosa interpela a todos los individuos como sujetos”³⁸.

Como explica el mismo Althusser, existe una forma única de identificar a los miembros de ese Sujeto. Así, con ese reconocimiento se da la garantía de que todo está bien, y si los sujetos actúan de acuerdo a lo estipulado y al rango permitido de comportamientos, las cosas seguirán bien; es decir, se reproducirán las condiciones sociales de existencia para ese orden específico. El Sujeto establece ideales de conducta a los cuales se trata de apegar los miembros de esa agrupación con el fin de tener armonía y en caso de romperse, existe un aparato que administra las sanciones.

El individuo es requerido como un sujeto libre y para que se someta libremente a las órdenes de la sociedad. De esta manera acepta por vocación su sujeción a la identidad establecida. Sólo debe cumplir con los gestos y comportamientos necesarios para su sujeción. Así las cosas, el individuo marcha solo, no necesita de ningún tipo de

³⁷ *Ibíd.*, p. 36.

³⁸ Louis Althusser, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, p. 75.

coacción para actuar encaminado a los objetivos de su requerimiento. Reproduce en su “libertad” las relaciones que lo mantienen bajo el yugo de una minoría en el poder.

La identidad es una construcción social, pero también juega un papel importante el grupo en el poder, el cual se encarga de permea en todas las instituciones su proyecto para la organización política: el Estado. Esta identidad se convierte en el núcleo de la nación y el nacionalismo, discurso para constituir un grupo cohesionado alrededor de un complejo simbólico más fuerte. Tener una identidad implica ante todo tener un origen, un grupo de pertenencia el cual da validez a las interpretaciones y a las acciones de los individuos. La justificación de la interacción humana, y sobre todo de cómo se da, está inmersa en la identidad y la cultura de una comunidad.

1.3 La identidad nacional y el nacionalismo

Si entendemos a la identidad como una construcción sociohistórica y cultural que proporciona a un grupo una visión sobre sí mismo y sobre los demás, vemos que tiene una relación con la forma de organización social de un pueblo, pues en la identidad se expresan las relaciones sociales, prácticas, pensamientos y percepciones adecuadas a ese grupo según su cultura y que son aprehendidas mediante un proceso de socialización donde los miembros interiorizan el orden social.

Una de esas formas de organización social son las etnias, las cuales son un grupo de personas con una identidad, una lengua y un origen comunes y es un elemento diferenciador entre los grupos humanos. Según Héctor Díaz Polanco, todos los grupos tienen etnicidad, pues negarles esa característica es negarles la cultura y eso es imposible.

No obstante, la cuestión étnica se circunscribe a las sociedades premodernas; es decir, a un momento donde la identidad del grupo no está del todo conciente como organización política, y para algunos autores como Adrian Hastings, la conciencia es un factor fundamental para diferenciarla de la nación. Y es que existen algunos procesos los cuáles logran resultados en la población como el desarrollo de los medios y vías de comunicación.

Existe una discusión entre modernistas y medievalistas de cuándo surgieron las naciones. Los últimos, aluden su existencia desde el siglo XIV, mucho antes del punto de partida establecido por los modernistas en el siglo XVIII, sobre todo después de la Revolución Francesa. Adrian Hastings, por ejemplo, habla de un nacionalismo inglés desde el siglo XIV cuando se enfrentaba en guerra a Francia. En este momento ya existía una especie de cohesión que se sentía amenazada por las fuerzas francesas e implicó la aparición de mayor unidad frente a esas circunstancias.

Uno de los procesos más importantes para entender la constitución de las naciones es la modernización, que implica primero que nada una transformación en lo económico del cual no escapan las otras dimensiones de la sociedad. Dice Hastings que el

tipo de etnicidad con probabilidades de desarrollar el nacionalismo como defensa propia es aquella con el control de un centro territorial claro, cuya población tiene un tamaño suficiente y con una economía local capaz de evitar la estrangulación económica, con textos escritos en propia lengua y aquella que posee una religión o una tradición histórica marcadamente diferentes a las de la mayoría del Estado del que forma parte³⁹.

Esto nos habla de la existencia de una organización política estatal y de pueblos que buscan ser soberanos y desarrollan una doctrina como el nacionalismo. Sin embargo, para poder aspirar al establecimiento de un proyecto político propio, es indispensable la conciencia de todos los miembros de un grupo como una comunidad. Por ello, es fundamental la existencia de vías y medios de comunicación, territorio, población y una lengua, pues a través de ellas es como se logrará la cohesión. La vía para lograrlo es por medio de un aparato administrativo y de gobierno que dirija los esfuerzos del grupo hacia metas bien específicas con el objetivo de establecer una unidad.

Y es que el paso a una sociedad industrializada, como señala Gellner, implica necesariamente una organización política distinta a las correspondientes a la sociedad agraria. Existen muchas discusiones sobre el surgimiento del Estado, pero la presencia del Estado nación se ubica en el siglo XVIII, tanto con la Declaración de Independencia de Estados Unidos (1776) como con la Revolución Francesa (1789), porque en ambas

³⁹ Adrian Hastings, *La construcción de las nacionalidades*, p. 47.

se habla de una identidad que unifica a toda la población como ciudadanos de una organización política.

El proceso de modernización no fue algo rápido. Muchos de sus elementos se encuentran en la misma sociedad feudal en Occidente o en la sociedad agraria- para usar una categoría más general-.Las relaciones sociales dependen del contacto cara a cara de los interlocutores y mucho de la economía es para sustento propio. Así funcionaban los feudos en Europa.

Todo esto ocasiona que el contacto de los grupos sea mínimo y la identidad no sufre cambios tan drásticos por la “reducida interacción” entre los grupos. Las condiciones que podrían hacer necesaria una adaptación identitaria en el mundo, son relativamente escasas. El medio ambiente rara vez es alterado de manera importante y la presencia de enfermedades y las constantes guerras son los verdaderos factores para la disminución o el aumento demográfico, que a su vez afecta las actividades económicas y entonces si representa un peligro para la reproducción del grupo; pero en una situación estable las actividades son meramente regionales. La

entrega que un pequeño propietario hacía de sus tierras a un poderoso, tenía para aquél diversas ventajas: le aseguraba una situación tranquila, seguía disfrutando de sus propias tierras, libre ahora de las cargas del fisco, ya que muchos de los grandes propietarios habían alcanzado una inmunidad de hecho, y las rentas y servicios que tenía que prestar al nuevo propietario no eran excesivas. Este era el primer interesado en no recargarlas para conservar el nivel de producción.⁴⁰

Sin embargo, en muchas ocasiones los pagos que hacían los siervos al señor parecían impuestos y el individuo se veía sometido con muy poca oportunidad de movilidad. Los siervos rendían cuentas a sus señores y éstos a otros más poderosos en la pirámide social. Incluso los reyes rendían cuentas a otros reyes siguiendo esta misma lógica.

Conforme se complejiza la división de trabajo, la sociedad se hace más interdependiente en sus elementos. Las nuevas actividades comerciales serán fundamentales para fenómenos como la concentración demográfica y económica en las ciudades, pues es

⁴⁰ José Lacarra, *Historia de la Edad Media. Vol. 1*, p.215.

donde se llevará a cabo el intercambio. En tanto, la población comienza a depender en algunos aspectos de los mercados y las ferias para cambiar sus productos, inicia la migración de la población rural hacia las urbes, lo cual provoca un crecimiento mayor en todos los sentidos.

El incremento en la población debido a los avances en la medicina y en la ciencia demandó mayores cantidades de productos agrícolas. Para ello, hubo dos opciones. Por una parte se sacó un mayor provecho de la tierra con el uso de abonos y mejores técnicas para el cultivo; por otro, se aprovecharon áreas que antes no estaban destinadas a él. Mayor cantidad de productos se convertían en una mayor cantidad de dinero, que ya había aparecido para facilitar el intercambio.

Además, la aparición de monopolios gremiales, protegidos muchas veces por las autoridades, le dio matiz a las actividades económicas de las ciudades. Con el paso del tiempo, la competencia en cada rama artesanal se permitió y algunos gremios resultaron beneficiados por encima de otros por múltiples factores, como la capacidad de los maestros artesanos y los aprendices, el mejoramiento en las técnicas de producción, la especialización de los individuos, indispensable para implementar la producción en serie, entre otras cosas. Los gremios que no podían crecer de la misma manera sufrieron las consecuencias de la competencia y los que sí fueron un factor para la aparición de una clase media que demandaba mejoras en las ciudades: la burguesía.

Paralelamente, muchos de los antiguos cortesanos se transformaron en el aparato burocrático de la corona, y se les pagaba con dinero y no con tierras. Los nuevos funcionarios eran capaces de moverse por un territorio considerable para aumentar la recaudación de impuestos o llevar el control de otras actividades concernientes al gobierno. Eso implicaba también una unificación de la lengua, pues los múltiples dialectos complicaban la comunicación y el control administrativo.

La lengua crea “una comunidad de esta élite intercomunicante que si coincide o es posible hacerla coincidir con determinada zona de estado territorial o vernácula, puede ser una especie de modelo o proyecto piloto para la comunidad intercomunicante más

amplia de <<la nación>>, que todavía no existe”⁴¹. Como describe Norbert Elias en su obra *El proceso de la civilización*, muchas de los estratos medios hablaban ciertas lenguas consideradas superiores en comparación con las lenguas locales.

Algo así pasó con Alemania, donde la aristocracia manejaba el francés por considerarse más civilizado, mientras que los servidores de la Corte hablaban el alemán. La burguesía alemana fue la encargada de generar la conciencia nacional a través de la literatura y el uso académico del alemán en las universidades. De esta manera contrapusieron el concepto de cultura al de civilización, donde la cultura era lo real y todo lo correspondiente al lugar de nacimiento, el espíritu del pueblo: *el Volk*. Lo civilizado era lo artificial y lo ajeno; es decir lo que venía de Francia en ese momento.

Lo mismo ocurrió con las lenguas locales escritas. Permitió dejar rastros en el tiempo de ciertas cosas, conocimientos, conceptos y relatos de una región, lo que aumentó la identidad y de cierta manera la esencialización de la cultura por parte de las élites políticas que se veían beneficiadas por estos acontecimientos. La comunicación determina el desarrollo de la posterior creación de naciones. El contacto, la interrelación entre grupos permitirá cierta homogeneización y la posibilidad de llevar a cabo un proyecto político.

El efecto de la comunicación “dependerá de la medida en que el lenguaje escrito incida sobre el uso popular y se convierta en una especie de patrón reconocido, en un medio de comunicación al que el común de las personas pueda responder. Cuantos más escritos con impacto popular produzca una lengua vernácula, más parece impulsar a sus habitantes desde la categoría de etnia a la de nación”⁴².

También la religión y la educación fueron elementos que consolidaron la cohesión en las sociedades de la época. Por ejemplo, el protestantismo y el catolicismo se volvieron esenciales en la conformación cultural de los Estados europeos. Basta con mencionar las guerras religiosas que aunque tuvieron un trasfondo político, tuvieron una repercusión en la población azotada por esos conflictos.

⁴¹ Eric Hobsbawm, *Naciones y nacionalismo desde 1780*, p. 68.

⁴² Adrian Hastings, *Op. Cit.*, pp. 34-35.

En cambio, la educación permitió lo que Gellner llamaba exosocialización; es decir “la producción y reproducción de los hombres fuera de la unidad local, así es como ha de ser. Es precisamente la obligatoriedad de la exosocialización lo que nos da la pista principal de por qué Estado y cultura hoy deben vincularse, cuando en el pasado su conexión era débil, fortuita, diversa, vaga y, a menudo, escasa”⁴³, y es porque justo en la educación se fomenta el nacionalismo, con el discurso de héroes y villanos, fundadores de la patria, acontecimientos manipulados para mantener la cohesión en torno a una concepción de nación.

“La idea de un organismo sociológico que se mueve periódicamente a través del tiempo homogéneo, vacío, es un ejemplo preciso de la nación, que se concibe también como una comunidad sólida que avanza sostenidamente de un lado a otro de la historia”⁴⁴. Gracias a todos los factores antes mencionados, donde en algunos casos unos tenían más relevancia que otros, la población sentía una cierta unidad de sus miembros, sin conocerse todos, pero sabiendo de antemano que existe algo que los unifica de alguna manera, de allí la frase de Benedict Anderson de comunidades imaginadas.

La importancia del Estado en la constitución de las nacionalidades estriba en su capacidad para movilizar un conjunto de recursos, los cuáles están destinados a una mayor efectividad en las acciones y, por lo tanto, fomentan una cohesión alrededor de un número de instituciones.

Se trata de una politeya que intenta homogenizar a la población situada dentro de sus confines administrativos, utilizando las técnicas y los métodos científicos más avanzados en aras de la eficiencia. Los gobernantes usan la máquina burocrática u los frutos de la investigación científica y de las aplicaciones tecnológicas, con objeto de procurarse recursos y movilizar a la población en su territorio. No nos estamos refiriendo simplemente a una tendencia a la centralización, aunque sea indudablemente muy importante⁴⁵.

Ya no sólo se trata del monopolio legítimo de la violencia de Weber, sino de un aparato destinado a la mayor eficiencia y eficacia en la consecución de objetivos de una clase

⁴³ Ernest Gellner, *Naciones y nacionalismo*, p. 113.

⁴⁴ Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas*, p. 48.

⁴⁵ Anthony D. Smith, *Las teorías del nacionalismo*, p. 320.

política, supuestamente benéficos para toda la población donde la violencia es sólo una herramienta para lograrlo. Ese Estado será el encargado de promover la integración mediante una nacionalidad. El Estado nación se convertirá en la nueva organización política necesaria para las nuevas condiciones históricas: el capitalismo.

La nación se concibe como “una comunidad mucho más conciente de sí misma que una etnia. Formada a partir de una o más etnias, y normalmente identificada por un corpus propio de textos escritos, posee o reclama el derecho a la identidad y a la autonomía política como pueblo, junto con el control de un territorio específico”⁴⁶. Además de que la concibe también como “una comunidad histórico-cultural con un territorio que considera propio y sobre el que reclama una especie de soberanía, de forma que la comunidad cultural se contempla a sí misma con una conciencia propia, como una comunidad también territorial y política, más unida horizontalmente por su carácter compartido que verticalmente por razón de la autoridad del Estado”⁴⁷. Benedict Anderson la definirá como “una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana”⁴⁸ con una identidad propia.

El pueblo soberano, con la posesión de un aparato administrativo y organizado por medio de una serie de instituciones tiene mayores herramientas para continuar con la integración de otros grupos que se encuentran en el territorio, y así mismo permitir una mayor coherencia del proyecto político propio y la cohesión de los miembros. Por ello, implementan una doctrina política con el fin de lograr esos objetivos: el nacionalismo.

Como la nación es una entidad que necesita de un caparazón para poder llevar a cabo su reproducción y su consolidación territorial, el Estado se convierte en esa vía para lograrlo. Existen algunas opiniones encontradas sobre el papel del nacionalismo en esta triada (nación, Estado y nacionalismo). Para algunos, el nacionalismo fue primero, dando lugar a las naciones en busca del apoderamiento del aparato estatal, como en el caso de los movimientos anticolonialistas. Por otra parte, algunos ven una constitución de la nación, sin necesidad del nacionalismo. Éste vendría después para intentar llevar a

⁴⁶ Adrian Hastings, *Op. Cit.*, p. 14.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 41.

⁴⁸ Benedict Anderson, *Op.Cit.*, p. 23.

cabo un proyecto nacional por medio de un Estado, como menciona Hastings sobre el caso inglés.

Dice Gellner: “Las circunstancias en que normalmente ha surgido el nacionalismo no han sido por regla general aquellas en que el estado mismo, como tal, estaba ausente, o su realidad seriamente cuestionadas. El Estado estaba ahí, y de forma manifiesta. Eran sus fronteras y/o la distribución del poder –y posiblemente de otros beneficios- dentro de él las que resultaban cuestionadas”⁴⁹. Y es que si no hay Estado, nadie se pregunta sobre si sus límites corresponden a una misma nación. Podríamos decir que el nacionalismo podría surgir en tiempos de conflicto y tal vez consecuencia de una reducción de la legitimidad de un proyecto político.

El nacionalismo “es un movimiento que quiere proporcionar un Estado a una nación dada, o ampliar aún más los supuestos intereses de su propia nación Estado independientemente de otras consideraciones”⁵⁰. En el segundo caso, el nacionalismo busca lograr el Estado nación como la forma de solidificar un proyecto. Es la forma en la que se logra la hegemonía a través de ideas como la nación y su sujeto activo, el ciudadano. De cierta manera se desdibuja lo cultural para dar paso a lo político, por encima de todos los demás factores.

El mismo Gellner habla de cómo el nacionalismo surge como respuesta a las problemáticas de la *intelligentsia*. La configuración ideológica del nacionalismo dependerá de las ideas de este grupo. Será un reflejo de sus preocupaciones, problemas, utopías y miedos. Dice Anthony D. Smith que la *intelligentsia* “es un término históricamente específico. Define una clase que está alienada de su propia sociedad por el mismo hecho de su educación”⁵¹. De cierta manera corresponde al papel jugado por los intelectuales en Gramsci, encargados de ser el vínculo entre la población y la élite política, aunque pueden formar parte de ella.

Debido a su educación, esta capa de la población, normalmente extractos de la clase media y alta, tienen conocimientos del desarrollo histórico de su país. Las principales

⁴⁹ Ernest Gellner, *Op. Cit.*, p. 71.

⁵⁰ Adrian Hastings, *Op. Cit.*, p. 15.

⁵¹ Anthony D. Smith, *Op. Cit.*, p. 194.

preocupaciones están en la identidad, el deseo de soberanía, la búsqueda de raíces, la necesidad de pertenecer a un grupo, la idea de una dignidad humana sólo realizable en un Estado nacional, los ideales de participación, derechos y obligaciones hacia el Estado son cosas que se expresan en la propaganda nacionalista, pero equivalen a una recopilación de los ideales de toda la población, desde las altas capas económicas hasta las más bajas, pero estructuradas por la *intelligentsia*.

El nacionalismo se convierte, además de ser una doctrina, en propaganda para mantener la cohesión del grupo alrededor de ciertos elementos como la nación y la ciudadanía. No importa si viene antes de la posesión de un Estado o después, el objetivo es el mismo, la de fomentar la unidad.

Tanto la nación como el ciudadano serán conceptos utilizados por la propaganda para ese fin. De allí la creación de una religión cívica que sustituyera al catolicismo o al protestantismo en Occidente. Tras la Revolución Francesa, el movimiento nacional creó todo tipo de simbolismos para emitir mensajes de unificación de la población con el fin de progresar y acceder a una organización mejor estructurada para cumplir sus objetivos.

El nacionalismo tiende a integrar y a ser una cuestión excluyente de las diferencias. Recordemos que el fin es más político que cultural. Busca la estandarización, sino es que la homogeneización a través de conceptos como la ciudadanía responsable de un Estado. Las políticas multiculturales de los últimos tiempos, no son la respuesta adecuada, pues significan otra forma de integrar y asimilar las particularidades en un todo.

Las políticas multiculturales reconocen la diversidad, pero las someten a las mismas instituciones de siempre, y no satisfacen las demandas de las particularidades. El nacionalismo es la propaganda destinada a esto, y aunque ha cambiado su contenido, la idea es la misma: la totalización. Por ejemplo, dice Will Kymlicka:

las decisiones tocantes a la lengua oficial, al currículo escolar y a las exigencias para la obtención de la ciudadanía han sido tomadas con la clara intención de difundir una cultura societal particular a través de todos los estratos y segmentos

de la sociedad, además de proporcionar una identidad nacional particular basada en la pertenencia y participación en dicha cultura societal⁵².

El problema no es la diversidad, sino que la propaganda nacionalista subsume a las demás identidades para mantener a flote un autoconcepto relacionado con lo favorable a un orden social. Es la forma de darle legitimidad basada en el liberalismo político y económico. Ante ello, las identidades antes ocultas salen a la luz. “El nacionalismo minoritario y el multiculturalismo no son desviaciones rechazables del ideal liberal del Estado culturalmente neutral, sino más bien respuestas predecibles y justificables al hecho de que el Estado liberal no es, y no puede ser, culturalmente neutral”⁵³. La neutralidad sólo puede existir en el discurso propagandístico.

⁵² Will Kymlicka, *Estados, naciones y culturas*, p. 81.

⁵³ *Ibid.*, p. 114.

CAPÍTULO 2

LA PROPAGANDA

“...andan entre nosotros siempre una caterva de encantadores que todas nuestras cosas mudan y truecan, y las vuelven según su gusto y según tienen la gana de favorecernos o destruirnos...”

Miguel de Cervantes, *El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha*.

Capítulo 2 La propaganda

A la caída de la Unión Soviética algunos autores como Francis Fukuyama auguraron el fin de la historia como lucha entre ideologías. El triunfo del capitalismo había impuesto una sola vía de desarrollo al final de la Guerra Fría, por lo tanto las ideologías ya no eran necesarias. La democracia y el liberalismo económico se convertían en el discurso único para el avance de los países. Sin embargo, la realidad era otra.

Ni se acabaron las luchas ideológicas, ni la humanidad se encaminó hacia el bien común para todos. Todo lo contrario. Justo el mismo proceso capitalista ha llevado a que esos conflictos permanezcan y la propaganda siga siendo de utilidad, ya sea para convencer al electorado o para conseguir apoyo para algún proyecto político-económico.

La existencia misma de la democracia y de la opinión pública, se crea o no en su funcionamiento, conlleva a los representantes de los ciudadanos y a los gobernantes a elaborar mensajes en busca de dar legitimidad a sus acciones. Los políticos pueden parecer alejados de la realidad de las personas de a pie, pero siempre necesitarán el respaldo de la gente para no ser derrocados o tener acceso a un nuevo cargo público.

Podríamos llevar la presencia de la propaganda hasta un pasado remoto, siempre y cuando tuviéramos como uno de los factores esenciales la vida en sociedad. Desde ese momento algunos seres humanos buscaron persuadir al grupo de ciertas decisiones y de su afectación como colectividad. Es más, convencieron a los otros de ser los mejores para dirigirlos.

La exaltación de un gobernante se hacía por medio de la creación de monumentos o al imprimir el rostro del César en las monedas del Imperio Romano. Siempre que los privilegiados han deseado aparentar cosas y ha existido la resistencia a la dominación la propaganda ha estado allí, aunque no sea con esa palabra.

Después del Edicto de Milán del año 313 d.C, dictado por Constantino, donde se da libertad a los cristianos de profesar su religión sin temor a ser perseguidos; y después del Concilio de Nicea celebrado en el año 325 d.C. convocado por el mismo Emperador

romano, la cuestión religiosa y su difusión se convirtieron en un proyecto político y dejó de pertenecer sólo al ámbito espiritual.

Pasado el tiempo y en plena lucha religiosa entre católicos y protestantes, el uso de la palabra propaganda adquiere un carácter institucional, pues en 1622 Gregorio XV establece la *Congregatio de Propaganda Fide*, una institución encargada de combatir el avance del protestantismo y propagar la fe católica. De esta manera se acuña la palabra, derivada del latín *propagare* que significa sembrar o extender.

Evidentemente el desarrollo de los medios de comunicación benefició en mucho a la difusión de ideas. La imprenta, por ejemplo, llevó algunos conocimientos de una manera más rápida por toda Europa y posteriormente a los demás continentes. Las ideas de la Ilustración, que impactarían en la Independencia de Estados Unidos y la Revolución Francesa, fueron promovidas por este medio, incluso de manera clandestina.

El siglo XX significó el verdadero impulso de la propaganda. Se pusieron en juego las mejores técnicas en pos de las distintas visiones del mundo. Justo en la segunda década del siglo, en plena Guerra Mundial, la Revolución Roja, inspirada en las ideas del marxismo continuadas por Lenin, llevaron a los bolcheviques al poder y a la posterior constitución de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) gracias a la utilización de la prensa como medio para difundir la agitación política contra el régimen zarista.

Pero también el periodo entre guerras arrojó como resultado el perfeccionamiento de las técnicas propagandísticas inspiradas incluso en investigaciones antropológicas y psicológicas. El surgimiento del fascismo, el nacionalsocialismo y el totalitarismo japonés perfeccionaron la propaganda hasta niveles insospechados. No es coincidencia que en Joseph Goebbels tengamos a uno de los más dignos representantes de la puesta en escena de varias estrategias para persuadir a los alemanes de las ventajas del régimen nazi.

La Segunda Guerra Mundial también potenció la propaganda, aunque con otros objetivos, pues en este caso no se buscaba convencer a los ciudadanos de la conveniencia de las ideas de sus respectivos líderes, sino que se buscaba minar la moral

de los enemigos, levantar la de los propios y cambiar o mantener a los neutrales. Tanto Aliados como potencias del Eje hicieron uso de lo mejor que estuvo a su disposición.

La radio y el cine se transformaron en los mejores medios de comunicación para la propaganda, aunque nunca se dejó de usar la prensa escrita para ciertos fines. Con el posterior surgimiento de la televisión, la propaganda también tendió a usar otras formas de elaborar los mensajes, no sólo en cuanto a lo técnico, sino en la estructura misma cada vez más adaptada a un menor tiempo.

Jacques Driencourt afirma que el siglo XX fue de la propaganda y no está lejano de la realidad. Tanto es así que ahora podemos hablar de una *spotización* de la comunicación política. Cada vez más la difusión de los mensajes se reduce a la transmisión de *spots* en radio y televisión, aunque con el auge de internet y las redes sociales volvemos a un nuevo cambio en la propaganda, la cual tendrá que adaptarse a la nueva realidad a nivel global.

La sociedad sigue siendo presa de ella, pero esto se debe a una serie de condiciones, las cuales hacen posible que suceda. La existencia de gobernados y gobernantes, la lucha por el poder político, la legitimidad de las acciones de los líderes y autoridades; la aparición del Estado y la necesidad de mantener su funcionamiento forman parte de los factores necesarios para su presencia en la vida cotidiana. En este capítulo revisaremos la definición de propaganda, una tipología de ella y nos enfocaremos en la propaganda de integración para ver su relación con la identidad.

2.1 Definición de propaganda

Existen muchas definiciones sobre la propaganda. Pero la noción más común la relaciona con el engaño. La práctica de la propaganda a lo largo del tiempo ha consistido en hacer creer a la población, ha tendido a formar un proceso de legitimación de las agrupaciones en el poder. Durante la Segunda Guerra Mundial y en todos los años que duró la Guerra Fría, las estrategias fueron de lo más simple hasta lo más sucio. Las series infantiles o cómicas y hasta la literatura sirvieron como medios propagandísticos.

Si observamos la propaganda usada por los gobiernos actuales o en un proceso electoral, los mensajes se han caracterizado por utilizar acusaciones sin fundamento, agresiones verbales, calificativos y mentiras. Un ejemplo reciente fue la elección presidencial de 2006 en nuestro país. Todos los contendientes se dedicaron a denigrar al otro en vez de persuadir con fundamentos y convencer con la difusión de proyectos. De allí que la propaganda tenga tan mala fama.

Además, la concepción de propaganda en las sociedades modernas también nos lleva a la idea de masa, pues se considera que este tipo de mensajes persuasivos tienen una influencia mayor en ella. Sin negar el impacto de la propaganda, es necesario tener más cuidado en señalar a los grupos que son influidos por este tipo de mensajes, pues existen ciertos prejuicios que señalan a la propaganda como algo destinado a personas sin acceso a los ambientes intelectuales.

Sin embargo, desde la concepción de José Ortega y Gasset, el hombre- masa, es todo individuo medio. De este modo “se convierte lo que era meramente cantidad –la muchedumbre- en una determinación cualitativa: es la cualidad común, es lo mostrenco social, es el hombre en cuanto no se diferencia de otros hombres, sino que se repite en sí un tipo genérico”⁵⁴, sin importar la posición económica, la nacionalidad o la familia a la que se pertenezca.

Si tomamos en cuenta la opinión de los estudiosos de la propaganda, las cosas cambian y nos movemos en otro terreno. Para Harold Laswell, la propaganda es el esfuerzo por “maximizar el poder doméstico al subordinar a grupos e individuos y al mismo tiempo reducir los costos materiales del poder”⁵⁵. La clase política al lograr tener acceso a lo privado y a la reproducción ideológica, se muestra posibilitada de aumentar su poder para tener una mayor facilidad de conservarlo por el mayor tiempo posible.

Pero el mayor poder no implica una mayor amenaza de coerción. Si la clase política es legítima o al menos tiene un poco de ella, puede valerse de la propaganda para dejar en segundo término la fuerza física. La reducción de costos si lo ponemos en términos

⁵⁴ José Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, p. 113.

⁵⁵ *Apud.* Jacques Ellul, *Propaganda*, p. x.

muy concretos se puede ver en la disminución del número de policías o de cualquier otra fuerza del orden, pues la misma población logra mantenerlo por su propia voluntad.

Para Kimball Young, la propaganda es “el uso más o menos deliberado, planeado y sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito, en primer lugar de alterar y controlar las opiniones, ideas y valores, y en último término de modificar la acción manifiesta según ciertas líneas predeterminadas”,⁵⁶

Como toda forma de persuasión, el fin último de la propaganda es el cambio en la conducta de los individuos, pero puede ser también en las actitudes y las opiniones, pues estas se encargan de dirigir la futura conducta. Por eso es importante el nivel de las ideas, pues la explicación de la realidad y la ordenación del entorno se pueden hacer con base en los datos proporcionados por el mensaje propagandístico.

Dicho mensaje está construido sobre bases sólidas, o al menos es lo ideal, pues debe utilizar valores, prejuicios, estereotipos, hábitos, costumbres o tradiciones, historias, héroes y enemigos o cualquier otro referente de la sociedad a la cual va dirigida la propaganda. Por eso Young habla del uso de símbolos, pues todo lo anterior construye un complejo simbólico con el cual el individuo le da sentido a su vida. Si el propagandista es capaz de ocupar estos elementos, puede dar solidez a sus mensajes, sin tener necesariamente una garantía de su efectividad.

La visión de Young se centra en la psicología, pues su estudio lo hace desde ese punto de vista. Sin embargo, es necesario tener conocimiento de todas las disciplinas concernientes al ser humano. Desde la filosofía hasta la economía, y desde la biología hasta la psicología, todas dan un conocimiento concreto de la realidad de las personas que se desenvuelven en un entorno específico. El objetivo es ser capaz de reunir todo el saber posible para comprender a los individuos y su contexto.

Obviamente esto también puede representar un peligro, pues la posibilidad de conocer lo suficiente al ser humano puede servir como tentación para manipularlo tomando

⁵⁶ Kimball Young, *La opinión pública y la propaganda*, p. 201.

como base sus principales necesidades físicas y espirituales. No obstante, la propaganda debe ser separada de cualquier juicio moral, pues como herramienta está lejos de toda valoración positiva o negativa. La característica de la propaganda se la da el uso y no es algo consustancial a ella.

Por ello hubo un cambio en las perspectivas. Por ejemplo, para Jacques Driencourt la propaganda es "...una técnica científica que, tanto por una acción continua como por la utilización racional y metódica de ciertos medios, tiene por fin provocar la adhesión de las masas a una idea o doctrina. Obtener el apoyo de su opinión, tratar de comprometerlas en una acción determinada"⁵⁷. En este caso, el autor le da a la propaganda un uso más sistemático y más científico que el otorgado por sus predecesores.

Se mantiene la idea de disuadir a los individuos para cambiar su conducta dirigida a un fin. Pero el avance es ver en la propaganda un uso más racional, una administración de los mensajes y no sólo su creación sin conocimientos previos. Antes de elaborar la propaganda es menester reunir la información adecuada y entonces sí, proceder a la construcción de las ideas destinadas a difundirse.

Otro autor que ve un uso científico en la propaganda es Jacques Ellul, el cual dice de la propaganda que: "es una colección de métodos empleados por un grupo organizado que quiere provocar la participación activa o pasiva en sus acciones de una masa de individuos unidos a través de manipulaciones psicológicas e incorporados en una organización"⁵⁸. Dentro de esta concepción, los mensajes propagandísticos no se elaboran por parte de cualquier individuo para adherir a la gente a una idea, sino que son grupos organizados, los cuales tienen al alcance los instrumentos para elaborar los mensajes.

De cierta manera regresamos a las ideas anteriores como la de Laswell donde la clase política es quien hace uso de la propaganda, sólo que aquí aumenta el carácter científico. El grupo en el poder no emite mensajes a diestra y siniestra; sino lo hace por

⁵⁷ Jacques Driencourt, *La propaganda política*, p. 51.

⁵⁸ Jacques Ellul, *Op. Cit.*, p. 61.

medio de una sistematización basada en los conocimientos adquiridos en las investigaciones sobre el ser humano.

Por eso Edmundo González Llaca dice que es “...un conjunto de métodos basados principalmente en las materias de la comunicación, la psicología, la sociología y la antropología cultural, que tiene por objeto influir a un grupo humano con la intención de que adopte la opinión política de una clase social, adopción que refleje en una determinada conducta”⁵⁹.

El autor deja abierta la posibilidad de que no sólo la clase dominante haga uso de la propaganda. Como veremos posteriormente, la propaganda se utiliza con el fin de mantener y arrebatarse el poder, sea por medio de un conflicto bélico o mediante una competencia electoral.

Es de llamar la atención la importancia que se le da a la comunicación en los conocimientos indispensables para elaborar propaganda, aunque por sí misma es una forma de ella. “La propaganda es la comunicación de un punto de vista con la finalidad última de que el destinatario de la llamada llegue a aceptar voluntariamente esa posición como si fuese la suya”⁶⁰.

Desde esta perspectiva el emisor de la propaganda no manipula de manera oscura a las personas, ni les hace lavados de cerebro. De lo que se trata es de un proceso donde el público evalúa sus opiniones y valora la de los otros, de esta manera las compara con su propio entorno y toma las decisiones concernientes a su propio bien y el de su comunidad. Engrosa las filas de los que opinan de cierta manera. Si bien los argumentos en algunos casos no suelen ser de la mejor calidad, eso no implica ignorancia por parte de las audiencias de los medios de comunicación. Evidentemente este hecho tampoco cesa la dominación.

Para Adrián Huici Módenes, la propaganda es “un tipo especial de proceso comunicativo cuya finalidad debe situarse en el terreno de lo ideológico – y aquí

⁵⁹ Edmundo González Llaca, *Op. Cit.*, p. 35.

⁶⁰ Anthony Pratkanis y Elliot Aronson, *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*, pp. 28-29.

tenemos uno de los elementos que lo distinguen, relativamente de la publicidad comercial-, puesto de lo que se trata es de consolidar, implantar o modificar opiniones”⁶¹.

La propaganda política es un tipo de comunicación, relacionada con cuestiones de carácter ideológico y relacionado con el Estado, el gobierno y el poder político. Pero en un primer momento se trata de un proceso comunicativo como los demás, pues responde a un modelo sencillo como el de Harold Laswell que incluiría las siguientes preguntas: ¿quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto?⁶²

Modelo clásico de la comunicación que contiene un emisor (¿quién dice?), un mensaje (¿qué?), un medio (¿en qué canal?), un receptor (¿a quién?) y una conducta (¿con qué efecto?). En otros modelos podemos incluir el código del mensaje y el contexto en el que se desarrolla el mensaje, además del referente.

Laswell veía en esta construcción teórica todo tipo de comunicación; sin embargo, tiene muchísima relación con la propaganda –un tipo específico de comunicación-, del cuál se espera obtener un resultado o una modificación del pensamiento visible en una acción concreta, pues uno de los elementos fundamentales de la propaganda es la necesidad de provocar efectos en el terreno ideológico.

Los grupos que usan la propaganda esperan mantener el poder y conservar o modificar ideas, siempre y cuando se puedan manifestar en una actitud y posteriormente en una conducta. Las primeras teorías de la comunicación estaban muy influidas por el uso de la propaganda en la Segunda Guerra Mundial, por lo que veían en la emisión de cualquier tipo de mensaje una conducta como respuesta casi automática. Sin embargo, ulteriores investigaciones demostraron que los efectos de la comunicación son limitados y dependen de muchísimos factores.

Moragas Spa retoma a Joseph T Klapper y su obra *Efectos de la comunicación de masas*, donde establece que los efectos de la comunicación ya no pueden ser fijados

⁶¹ Adrián Huici Módenes, *Estrategias de persuasión. Mito y propaganda política*, p. 35.

⁶² Cfr. Harold Laswell, “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”; en: Miquel de Moragas Spa, *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*, p. 50.

bajo los mismos parámetros que lo hacían Laswell y las teorías conductistas. Esto significa que “debe abandonarse la tendencia a considerar la comunicación de masas como una causa necesaria y suficiente de los efectos que se producen en el público, para verla como una influencia que actúa, junto con otras influencias, en una situación total”⁶³.

No se niega la relevancia del hecho comunicativo mismo, pero debe situarse en un marco donde se incluyan todos los factores de influencia comunicativos y socio-culturales. Por ejemplo, Edmundo González Llaca en el modelo que acepta de comunicación y propaganda incluye la situación económica, política y social en que la comunicación se realiza, el entorno ideológico del momento, las motivaciones utilizadas y el ritmo de la comunicación, entre otros factores⁶⁴.

Tanto comunicación como propaganda buscan persuadir y dar información. Las dos pueden pretender cambiar las ideas, actitudes y llegar a una conducta deseada. Tanto propaganda como comunicación se mueven en el terreno superestructural. Comunicación y propaganda manejan un complejo simbólico que forma parte de sus referentes en la construcción de mensajes. Algunos procesos comunicativos pueden ser metódicos y sistemáticos en el uso de conocimientos sobre el ser humano, como dicen los autores sobre la propaganda. Es más, hay quienes afirman que la comunicación es política por naturaleza, pues permite la convivencia en sociedad. Entonces, ¿cuál es la diferencia?

La diferencia fundamental estriba en el uso y en que la propaganda se mueve en el terreno ideológico. La propaganda pretende legitimar o deslegitimar a una clase política y a un orden social. Busca el mantenimiento o el arrebato del poder político. Todos los conocimientos y técnicas adquiridas por el propagandista están destinados a ese objetivo. Si la comunicación tuviera ese fin, entonces sería propaganda. Por eso concluimos con la siguiente definición.

⁶³Apud. Miquel de Moragas Spa, “Introducción. Primeros descubrimientos de los efectos de la comunicación, crisis posterior y nuevos planteamientos”, en: Miquel de Moragas Spa, *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura. Funciones y efectos*, p. 13.

⁶⁴ Edmundo González Llaca, *Op. Cit.*, p. 75.

La propaganda es una forma de comunicación que busca influir en un grupo para que adopte una postura política específica, por medio de un complejo simbólico destinado a tal fin pretende determinar ideas, actitudes y conductas haciendo uso del conocimiento proporcionado por distintas disciplinas que estudian al individuo y el entorno en el cual se desarrolla.

2.2 Tipos de propaganda

Existen diferentes tipologías de la propaganda. Los autores toman diferentes elementos para hacer la clasificación. Una forma de hacerlo es de acuerdo a los objetivos de la propaganda. Basados en nuestra definición de ella, tomaremos en cuenta la siguiente tipología: propaganda electoral, propaganda de agitación y propaganda de integración.

La propaganda electoral tiene varias características. En primer lugar se da dentro de un marco jurídico más o menos claro que regula todo el proceso electoral, incluyendo la transmisión de los mensajes y las características de ellos, así como a las organizaciones que compiten por un puesto de elección popular. Las elecciones sólo son posibles en un ambiente de legitimidad de la clase política y del orden social, pues se tiene la sensación de tener las mismas posibilidades de competir por el poder político. O al menos se cree que esa élite representa los intereses de la población. La condición indispensable es que el gobierno sea democrático.

En segundo lugar, es necesario un régimen con partidos políticos, pues son los principales vehículos para encauzar los proyectos de la clase política. Tales organismos deben poseer una estructura capaz de difundir los mensajes por una gran extensión de territorio, pues sólo así será posible hacer llegar programas, consignas, carteles y organizar mítines con los simpatizantes.

Edmundo González Llaca menciona que otra característica es su globalidad, pues se dirige a individuos de todos los sectores de la sociedad⁶⁵. El único requisito es poder votar y eso es relativamente fácil, pues en algunos lugares basta con tener cierta edad para acceder a los derechos políticos.

⁶⁵ Cfr. Edmundo González Llaca, *Op. Cit.*, p. 46.

El surgimiento del *marketing político* y el uso de técnicas de la publicidad han facilitado el asunto, pues ahora la propaganda va directamente a un *target* con características específicas. La segmentación de mercados tiene como fin último un mayor impacto de los mensajes mediante una mejor comprensión de los grupos que conforman la sociedad.

Esta propaganda debe tener como base tres cosas: el candidato, la plataforma electoral y el partido político. Algunos creen que el elemento más importante es el candidato, pero sobre todo su imagen; es decir lo que representa en la interacción entre el público y el candidato. Su imagen guarda una relación estrecha con el electorado. En esa relación están inmiscuidas dos personas, pero en la campaña hay “tres elementos que no necesariamente coinciden, pero siempre están presentes: lo que el candidato es, la imagen que intenta proyectar y lo que los votantes finalmente perciben”⁶⁶

En la elaboración de los mensajes no podemos darle un peso excesivo a la imagen de la persona y dejar de lado la plataforma y el partido político. Los tres conforman un conjunto donde su relación debe ser perfecta para darle un contenido más sustancioso a la propaganda. Todos los elementos son importantes para explicar el contenido de un proyecto.

Las características del candidato se han vuelto muy importantes, pero en algunas ocasiones se ha abandonado el liderazgo por una buena imagen. El liderazgo es fundamental pues está sustentado en el carisma provocado en la gente y en la capacidad para afrontar responsabilidades y problemáticas. La idea de estadista se diluye poco a poco a favor de personas sin preparación ni habilidad.

El segundo tipo de propaganda coincide con los movimientos revolucionarios y reformistas. Implica cambios, turbulencias y subversiones. La llamada propaganda de agitación busca deslegitimar un orden social incluyendo su clase política, en busca de una reforma o una transformación general de la sociedad.

⁶⁶ Lourdes Martín Salgado, *Marketing político arte y ciencia de la persuasión en democracia*, p. 67.

La reforma se encarga de hacer pequeñas modificaciones, pero todo dentro de lo permitido por una organización política y normalmente se da en el terreno jurídico. Las leyes establecidas son lo suficientemente flexibles como para tomar en cuenta posibles cambios motivados por la transformación de la sociedad. Representa un problema cuando los intereses de un sector social no pueden ser llevados a las normas válidas en el Estado. Entonces se da un movimiento subversivo.

Una de las principales características de la propaganda de agitación es difundir mensajes donde se denuncien las barbaridades del orden social cometidas hacia algunos de sus sectores. Dice Lenin que las denuncias “se hacían fuertes por el mero hecho de su aparición, adquiriendo el valor de una poderosa presión social”⁶⁷. Y es que en la Rusia anterior a la revolución de Octubre de 1917, los obreros eran los encargados de difundir la propaganda por medio de los diarios clandestinos que circulaban por los centros de trabajo.

El papel de los medios de comunicación, en este caso la prensa escrita, es la de fungir como forjadores de conciencia por medio de la denuncia y Lenin veía en el periódico una vía de educar a los obreros en la defensa de sus derechos. Cita a Martínov el cual decía que “el periódico no sólo era un propagandista o un agitador político, sino también un organizador colectivo. En este último sentido, *se le puede comparar con el andamio* que se levanta alrededor de un edificio en construcción, que señala sus contornos, facilita las relaciones entre los distintos constructores, les ayuda a distribuir el trabajo y a observar los resultados generales alcanzados por el trabajo organizado”⁶⁸.

El andamio es un nuevo proyecto político, que busca adherentes por medio de la propaganda. Si lo vemos desde la perspectiva soviética, la propaganda de agitación sería una fuente de verdad, pues pretendería formar al revolucionario con la realidad del orden social imperante. No sólo le mostraría lo funcional, sino – y sobre todo- lo disfuncional, en pos de que el nuevo proyecto no caiga en los mismos errores y alcanzar una sociedad más justa.

⁶⁷ Lenin, *¿Qué hacer?*, p. 71.

⁶⁸ Apud, *Ibíd.*, p. 213-214. Las cursivas son de Lenin.

Como tercer tipo tenemos la propaganda de integración, la cual definimos de la siguiente manera: es un tipo de propaganda que busca legitimar un proyecto político o a una clase política dirigente de un Estado. Busca minimizar la coerción y aumentar la disuasión y el consenso de un orden social.

El Estado como usuario único del uso de la fuerza legítima trata de racionar el uso de ella para no perder el control y la legitimidad, y usa otras herramientas a su servicio: la propaganda. Si bien el aparato judicial es el único oficial, existen otros recursos tomados en cuenta por los gobernantes para poner punto final al conflicto o aminorarlo. Todo con el único fin de lograr o mantener la cohesión en el grupo.

Los procesos de integración consisten en una coherencia entre los distintos subsistemas. Economía, cultura y política se dirigen hacia el mismo fin y en su funcionamiento cumplen con una lógica que se va transformando con el paso del tiempo, debido a la interacción con otros grupos y por la acción del individuo que se adapta a nuevas realidades.

La paradoja de la integración en un fenómeno como la globalización es la de que “la globalización es el fenómeno más ampliamente homogeneizador que ha sucedido en la historia humana, pero es a la vez, el que ha solidificado más la necesidad del individuo de conocerse y de aferrarse a sus raíces”⁶⁹. Y es que la misma difusión de los derechos humanos ha hecho que la pluralidad sea reconocida como una parte inherente de las sociedades.

La otra cara de la moneda es la capacidad del Estado y el sistema económico para integrar esas diferencias. Los derechos humanos, los servicios, la igualdad ante la ley y más, pueden parecer meras falacias, pero es el discurso en el cual las diferencias pueden tener un espacio de convivencia. De la misma manera, la economía desde la percepción liberal planteaba una igualdad de oportunidades para participar en el mercado. Tanto en la oferta como en la demanda, el individuo es capaz de adquirir los bienes necesarios para satisfacer sus necesidades, pero también tenía las facilidades de ser empresario. Además, los mensajes de la publicidad y los productos en venta también tienden hacia

⁶⁹ Belisario Solana, “La comunicación política en los procesos de integración”, p. 5.

una estandarización de las personas. Tanto el Estado como el mercado piden un sujeto ideal con ciertos requisitos que deben cumplir las personas.

De pronto, las diferencias ya no presentan tantos problemas. Las normas instauradas en la sociedad y en las cuales se basa el Estado y el mercado se convierten en un sacrificio del individuo en beneficio de la armonía social. Es el precio a pagar por la igualdad ofrecida por la clase política e internalizada por los ciudadanos. El consenso se fortalece día con día mientras el orden sea acatado por la sociedad.

No podemos negar la existencia de una pluralidad en la esfera privada y una homogeneización en el terreno de lo público. La libertad de ser en lo privado está reconocido desde la antigüedad, pero los derechos y las responsabilidades hacia con el Estado se estandarizan en los sistemas democráticos, pues formaba parte de las demandas de democratización de la política.

Como dice Belisario Solana: “La vertiente comunicativa es lo que podría permitir dar coherencia a los procesos de integración (...). La comunicación política da sentido al fenómeno político o económico, simplemente porque constituye la manera por la que se genera la retroalimentación con la sociedad civil”.⁷⁰ A través de la comunicación es como el Estado puede medir su legitimidad o enterarse de las causas de descontento en la población para aminorar los riesgos para la clase política.

Es por ello que la comunicación política debe contemplar procesos más complejos que la economía y la política analizadas aisladamente. Se trata de verlo desde el plano cultural. Los “procesos de integración deberían tratarse como situaciones culturales de la sociedad civil. Aquí su manejo pasa por códigos y símbolos que hagan referencia a lo profundo del modo de convivencia, a las necesidades y anhelos de los pueblos y las naciones”⁷¹.

Según Naief Yehya, la propaganda de integración va dirigida a las “masas educadas y los países industrializados con la intención de promover la lealtad al orden social

⁷⁰ *Ibíd.*, p. 21.

⁷¹ *Ídem.*

establecido y la participación ciudadana dentro del marco legal existente”⁷². Pero la propaganda de integración va mucho más allá de si la población es educada o no, de lo que se trata es de dar legitimidad al Estado y las condiciones en las que se desarrolla. Aunque sí es necesario fomentar un sentimiento de lealtad hacia las cuestiones públicas y sus respectivas obligaciones.

Se trata de la propaganda hecha por y desde la perspectiva de los grupos beneficiados por los privilegios del poder político y el estado de las cosas vigentes, como los empresarios y algunos otros actores sociales. Uno de los objetivos generales es la de “hacer penetrar sólidamente en las masas las cosas del Estado, de tal suerte que el pueblo entero se sienta ligado a él profundamente”⁷³, como decía Goebbels.

La modificación de las opiniones y conductas tiene como fin último la legitimación del poder, una unanimidad política, la hegemonía del sistema y la participación de los ciudadanos en los planes de la clase política. Con estos elementos el Estado se fortalece y como consecuencia se mantiene vigente adaptándose en caso de ser necesario pero no más allá de los intereses de la clase en el poder.

La clase política se convierte en aquel grupo minoritario que monopoliza el poder y disfruta de las ventajas que le brinda, en tanto la clase dirigida es “regulada por la primera de una manera más o menos legal, o bien de un modo más o menos arbitrario y violento, y a ella le suministra, cuando menos aparentemente, los medios materiales de subsistencia y los indispensables para la vitalidad del organismo político”⁷⁴.

Pero la clase política no es sólo dominante, sino también dirigente. Es “dirigente en relación a las clases aliadas, y dominante en relación a las clases adversarias. Por ello, una clase puede (y debe) ser dirigente antes de tomar el poder. Una vez en el poder se convierte en dominante, pero continúa siendo dirigente”⁷⁵. Y es que no pierde su primera característica, pues aún en el poder, cuenta con esos aliados que en muchas ocasiones están llenos de privilegios.

⁷² Naief Yehya, *Op. Cit.*, p. 42.

⁷³ *Apud* Edmundo González Llaca, *Op. Cit.*, p. 42.

⁷⁴ Gaetano Mosca, *La clase política*, p. 106.

⁷⁵ Christine Guci-Blucksmann, *Gramsci y el Estado*, p. 83.

La clase política no “justifica exclusivamente su poder con solo poseerlo de hecho, sino que procura darle una base moral y hasta legal, haciéndolo surgir como consecuencia necesaria de doctrinas y creencias generalmente reconocidas y aceptadas en la sociedad regida por esa clase”⁷⁶. Toda práctica común en el grupo se puede volver una base más para darle legitimidad a la clase dirigente.

A esa base jurídica y moral Gaetano Mosca lo llamó fórmula política y es la base sobre la que se apoya el poder de la clase dirigente, nosotros la llamamos ideología. Dice el autor: “La verdad es mas bien que ellas (las fórmulas políticas) corresponden a una genuina necesidad de la naturaleza social del hombre; y que esta necesidad, tan universalmente experimentada, de gobernar y sentirse gobernado, no en base a la fuerza material e intelectual, sino a un principio moral, tiene indiscutiblemente su importancia práctica y real”⁷⁷.

El apoyo a las altas esferas del poder tiene mayor efecto si deja en segundo lugar la fuerza y se sustenta en la cultura. Los principios morales que le dan coherencia al poder también dependerán del contexto y de las circunstancias, pero sobre todo del grupo que lo experimenta. Dichos principios obviamente son culturales y se darán dentro de una gran gama de posibilidades. Las fórmulas políticas son mecanismo con los cuales las sociedades dan respuesta a sus principales necesidades, a la vez que dan sentido a las características del grupo. La fórmula política es la ideología, porque a final permite reproducir las relaciones de dominación.

El “estado mismo sabe rodearse de una vasta y compleja simbólica que le permite imponer su preeminencia en la representación de los ciudadanos. Como escribe Georges Balandier (1985, 88), <<se puede ejercer el poder sobre las personas y las cosas sólo si se recurre, además de la coacción legitimada, a los medios simbólicos y a lo imaginario>>”⁷⁸. La clase dominante y dirigente debe saber cómo transmitir sus ideas de una forma en la cual sean parte del sentido común de cada uno de los miembros de la organización.

⁷⁶ Gaetano Mosca, *Op. Cit.*, p. 131.

⁷⁷ *Ibíd.*, p. 133. El paréntesis es mío.

⁷⁸ Gilberto Giménez, *Op. Cit.*, p. 200.

Por eso, todo ciudadano debe hacer suyo el discurso estatal, pues eso lo hará legítimo. El complejo simbólico creado de forma directa e indirecta tiene una serie de funciones a cumplir. En primer lugar hay una exaltación del Estado. En segundo lugar tenemos la instrucción de los ciudadanos en sus finalidades y características; por último se busca la adhesión y la voluntad de todos o la mayoría⁷⁹.

La exaltación del Estado tiene como finalidad el dar a conocer su importancia como organismo político. Es necesario que los ciudadanos sepan defender algo a lo cual pertenecen indiscutiblemente. Evidentemente siempre existirán personas inconformes con las condiciones del momento, pero en muchas ocasiones muestran cierta indiferencia o, en su defecto, la disputa se da en ámbitos que no dañan a la estructura en su conjunto.

El Estado así se muestra poderoso y necesario sin embargo, uno de los principales reclamos de la población ha sido la participación en la mayor parte de los ámbitos del poder. Por ello, esos medios simbólicos tienen la tarea de decir a los miembros del grupo cuáles son sus derechos y obligaciones, poniendo mayor énfasis en las últimas. Cada una de las personas debe de tomar conciencia de que la única forma de pervivir como organización es con la participación de todos, ya sea al pagar impuestos, al hacer buen uso del sistema financiero, por medio de consultas para determinar una acción futura de los gobernantes o en la elección de las próximas personas destinadas a los puestos de elección popular. De esta manera se da cierto respaldo al orden establecido.

Menciona Harry Pross que el “Estado permanece simbólico, una declaración hecha por personas, que pueden obtener para ella el reconocimiento de otras personas. Esto supone que el Estado debe ser establecido una y otra vez (...). Necesita siempre razones, argumentos, pruebas (...). Dado que cualquier orden existente es empíricamente una constelación de signos, necesita una interpretación en el tiempo”⁸⁰.

Todas las actividades y prácticas del ser humano concernientes al Estado se encargan de mantenerlo allí día con día. Es la forma en la que las personas lo reconocen y se sienten adheridas a su destino, ya sea como sus críticos o defensores. Es más, aunque un

⁷⁹ Cfr. *Ídem*.

⁸⁰ Harry Pross, *Estructura simbólica del poder*, p. 145.

individuo en pleno uso de razón se sienta apático o indiferente por lo que pasa en la práctica política, sabe de antemano que es gobernado y su educación, su trabajo y hasta sus áreas de entretenimiento son reguladas por un aparato jurídico y por una serie de instituciones, las cuales son brazos estatales.

La estructura está allí, pero es justo la práctica social la que la saca a flote una y otra vez. Hay quienes ven en esto una violencia simbólica, pues la clase política es la encargada de dar contenido a gran parte de ese complejo. La violencia simbólica es “la denominación de la fuerza para dar vigencia o validez o aceptación de sentido, sobre otras personas, por medio de signos (es decir, simbolizar), con el resultado de que los destinatarios se identifiquen con el sentido de lo que se afirma”⁸¹.

Es otro nivel de la dominación. El poder se encuentra presente en muchas esferas más allá de la política. La capacidad de simbolizar, también forma parte de ella. A través de esta vía una clase dominante busca imponer sus reglas y sus ideas a los ciudadanos. El sistema de ideas, instituciones, actores y demás cosas puede ser transmitida por distintos medios como el arte, la educación, la literatura y transformarse en una cuestión cotidiana. Es el funcionamiento de la ideología, que recordemos sirve para mantener las relaciones de dominación, y que pueden estar presentes en la vida cotidiana.

Es el momento en que, según Gramsci, el Estado deja de ser restringido para convertirse en un Estado pleno. Es el momento en que la clase política ya no sólo es dominante, sino también dirigente. Una sociedad política se une a la sociedad civil. Deja de ser sólo un aparato de poder para ser un agente organizador del consenso. Se convierte en hegemónico, pues es capaz de sobrepasar la esfera pública para tener presencia en la privada.

Para Gramsci, el Estado “es todo el conjunto de actividades prácticas y teóricas con las cuales la clase dirigente no sólo justifica y mantiene su dominio, sino que llega a obtener el consenso de los gobernados”⁸². Y es que el cuerpo político se vuelve hegemónico cuando logra acaparar el pensamiento de una sociedad por medio de una estructura ideológica. Mientras el Estado no acceda a esta parte de ella, sólo se

⁸¹ *Ibíd.*, p. 143.

⁸² Christine Guci-Blucksmann, *Op. Cit.*, p. 123.

mantiene en pie por medio de la dominación y del autoritarismo, pero cuando logra adueñarse del ámbito de la sociedad civil, es capaz de generar la legitimidad suficiente para la clase política que se encuentra en el poder.

La propaganda busca la unanimidad para no dejar rastro de disidencias. Si bien las mismas actitudes de la gente en la vida cotidiana sancionan a las personas que no aceptan las normas sociales, este tipo de mensajes tienen la intención de transformar esos opositores en miembros dispuestos a participar en el orden social existente. Intentar un conformismo de parte de la población y una conversión total hacia los objetivos del Estado se consideran tareas de este tipo de propaganda.

Roger Mucchielli hace mención de la relación entre integración y aculturación. La aculturación se trata de un acoplamiento de una cultura a otra que le es superior en muchos aspectos. No se trata de una mejor cultura en un sentido moral, sino en la posibilidad de difusión y reproducción de sus condiciones. Esto acontece mucho en el fenómeno migratorio. Los migrantes que logran superar todas las adversidades y se instalan en un país nuevo llevan consigo su propia cultura: tradiciones, costumbres y hábitos distintos a los del lugar de destino.

Por ser minorías, se enfrentan a las dificultades de comunicación, de obtener información sobre sus lugares de origen, a la imposibilidad de practicar sus rituales y tradiciones o incluso a no tener acceso a su religión. Todo esto provoca una adaptación de los migrantes a las condiciones culturales de residencia. El cambio se produce “en un grupo cultural cuando éste se encuentra en contacto prolongado con otro grupo cultural <<más fuerte>> (que ejerce una presión constante, de más extensión y de mayor intensidad que la suya)”⁸³.

La integración se logra cuando esa diferencia se adapta a las nuevas condiciones y se transforma. Sin embargo, lo paradójico del asunto es que tal modificación cultural no se da por voluntad propia, sino por la imposibilidad de reproducir la cultura, lo cual implica relaciones de dominación. La propaganda de integración facilitaría este

⁸³ Roger Mucchielli, *Psicología de la publicidad y la propaganda*, p. 131.

proceso de aculturación en el momento del establecimiento de la sociedad o cuando se presentan conflictos de valores en el interior del Estado.

Uno de los logros de la propaganda nacionalsocialista impulsada por Goebbels fue la de lograr un máximo control de los medios de comunicación, lo cual permitía la difusión de mensajes expresando una unidimensionalidad del conjunto social. La inspección férrea de la información permitió una integración de la Alemania nazi muy importante, sobre todo después de las consecuencias de la Primera Guerra Mundial.

La creación de las perspectivas, opiniones e ideas se basa en la información que llega de todas las fuentes disponibles por el ser humano y una de ellas son los medios de comunicación. El que la clase política mantenga un dominio de los medios permite incidir en la tendencia de la construcción de la realidad por parte del público. Esto no implica una manipulación de las mentes como se creía a mediados del siglo XX, sino una injerencia en la información disponible, aunque no debemos olvidar todas las demás fuentes de información alternativas.

La integración se logra cuando la clase política logra implantar su proyecto tanto en el terreno político como en el económico y el cultural. Estos dos últimos pertenecen a la sociedad civil bajo la concepción burguesa y es cuando hablamos de hegemonía. El proyecto logra traspasar la esfera pública para tener presencia en la privacidad de las personas. El Estado se transforma en algo público y privado por diferentes medios; y la propaganda ayuda al inmiscuirse en el entretenimiento, en la literatura, en los medios de comunicación, en las charlas cotidianas, en la religión, entre muchos otros lugares.

El concepto de ciudadano se vuelve un elemento homogeneizador en la esfera pública, pero también tiene connotaciones que afectan el interés privado de los individuos. Con este concepto se olvidan las diferencias culturales existentes en la esfera privada y se le dan las mismas características para la participación política. De esta manera, la propaganda integra a todos los grupos existentes dentro de una sociedad con la promesa de igualdad y del bien nacional.

El discurso se transforma y como el reconocimiento de los derechos individuales y particulares de los grupos componentes del Estado forma parte de la vida cotidiana, los

opositores no se vuelven enemigos absolutos, sino actores sociales que buscan reencontrarse con el espacio público y expresar sus opiniones e ideas respecto al conjunto social.

Al final de cuentas, la propaganda transforma el pluralismo y la integración en ideología de la clase dirigente. Así, se logra por parte del Estado representatividad y eficacia en la acción de gobernar. Con el multiculturalismo como discurso se ofrecen vías para la posible participación de las minorías o los grupos particulares y eso permite llegar a los objetivos planteados por el gobierno en turno. La integración depende de la operabilidad del Estado y de la unidad de la diferencia como discurso. Tal como ocurre en los nacionalismos.

CAPÍTULO 3

EL NACIONALISMO EN MÉXICO

“Gracias, Cabeza Inclinada –dijo cortésmente-. Me preguntaba cuál sería la versión que estaban enseñando los *telpochcaltin* mexica en estos días. En historia, usted no conoce casi absolutamente nada, joven señor, y lo poco que sabe está equivocado en todo.”

Gary Jennings, *Azteca*.

Capítulo 3 El nacionalismo en México

Los grupos humanos a lo largo de la historia han tenido un sentimiento de unidad que les permite estar cohesionados y les da una idea de semejanza entre sus miembros. Así, se dice que comparten una lengua, tradiciones y costumbres; en otras palabras, comparten una cultura que les permite interactuar y de esa manera reproducir el mundo en el que se desenvuelven.

Las sociedades se integran a partir de una serie de relaciones que no son permanentes, pero están presentes en un tiempo y lugar específicos y vinculan a los miembros. Desde aspectos económicos hasta un hábitat geográfico pueden determinar la forma de esas relaciones, pues a final de cuentas el ser humano se desarrolla en un medio ambiente específico.

Aunque se sabe de antemano la dificultad de poner límites a una sociedad, los individuos mismos los construyen a través de toda una serie de discursos que les otorga una identidad. Una construcción que permite tener un grupo de pertenencia e interpretar el mundo. La elaboración de la identidad juega un papel importante para diferenciarnos entre nosotros. Aunque tales diferencias existen, en muchos casos son explotadas por la propaganda para generar organismos políticos más fuertes y capaces de responder a una serie de problemáticas. La identidad en cierta manera se esencializa y entra en un campo de conflicto, pues intentará reivindicar algunas demandas correspondientes a su cultura frente a otros grupos que actúan de la misma manera.

Por eso para algunos, las naciones son comunidades imaginadas. El grupo cree en una sociedad unida por ciertos rasgos, aunque tales rasgos no existan o existan pero no de la manera como se hacen ver. Algo similar ocurrió en México. Antes y después de la Revolución Mexicana, diversos autores se han debatido a lo largo de estos años para ver cuáles son los verdaderos rasgos del mexicano. Desde plumas como las de Samuel Ramos, Jorge Carrión, Octavio Paz, Ezequiel A. Chávez, hasta Carlos Fuentes, Guillermo Bonfil, Roger Bartra, etcétera, han escrito páginas y páginas sobre el tema.

Sin embargo, no es objetivo ni de este capítulo ni de este trabajo ver qué es ser mexicano, pues eso caería en atribuir las características de un pueblo en un rasgo determinado, pero es nuestra tarea ver algunos elementos de cómo se ha construido el

nacionalismo mexicano a lo largo de la historia del país. No se trata de encontrar si existía una nación o no, sino de describir los elementos tomados por la élite, donde se encuentran los intelectuales, para la elaboración de su discurso nacional, en el cual se expresan relaciones de dominación con respecto a ciertos grupos de la sociedad, como eran los pueblos indígenas.

Nuestra investigación parte de la época colonial, donde comienzan los fundamentos de la identidad de un grupo en especial: los criollos, pues de ese grupo saldría la élite que buscaría configurar la nación mexicana. No se trata de realizar una historia amplia y detallada del nacionalismo en México, sino de un esbozo de los elementos más importantes a lo largo de la historia con los cuales se desarrolló ese discurso hasta nuestros días.

Así mismo, se explicará brevemente la situación en la que se dieron las conmemoraciones del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución Mexicana, y en qué consistieron dichas actividades, pues en ese contexto es dónde debemos inscribir los *spots* a analizar en los siguientes capítulos de este trabajo.

3.1 El nacionalismo mexicano

Uno de los principales factores para que los criollos de la Nueva España comenzaran a pensar en un destino propio fueron los años que el reino gozó de una relativa autonomía. Establecido el nuevo orden social después de varias décadas de inestabilidad, rebeliones e inadaptación de los conquistadores y conquistados a las nuevas condiciones, se logró una reestructuración de la sociedad.

Aproximadamente entre 1650 y 1750, Nueva España había alcanzado cierta libertad en la toma de decisiones gracias a las diversas catástrofes que azotaban a España, desde las epidemias hasta las guerras por el control del territorio que habían minado su economía. Sin embargo, debido a la gran cantidad de territorio bajo su dominio, España también permitió cierta flexibilidad en las relaciones con sus colonias.

En esa situación, los criollos ganaron espacios y habían logrado ocupar cargos civiles y eclesiásticos importantes. Cabe mencionar que en la estratificación social los peninsulares (nacidos en España) ocupaban el primer puesto en el escalafón. El

siguiente sitio era para los criollos (hijos de españoles nacidos en América), los cuales podían acceder a los privilegios de una aristocracia. En tercer lugar se encontraban los mestizos y posteriormente las castas, surgidas por la mezcla de grupos sociales. Y en último lugar se encontraban los indios, que contaron con instituciones y leyes para su gobierno y protección, algo con lo que no contaban las castas o los negros, lo que dificultaba un poco la movilidad social, al menos en principio.

El aumento demográfico de europeos, negros y mestizos, pero también de criollos llevó a Nueva España a aumentar su población de 6 y 7 millones de personas a mediados del siglo XVII, y 20 y 21 millones de personas en 1800. Los oidores, canónigos, regidores, mercaderes criollos y peninsulares con arraigo en esta tierra, entre otros, aumentaron y constituyeron el principal grupo para las exigencias de participación política.

Como consecuencia de ello la imagen de América, a partir de mediados del siglo XVII, ya no era salvaje, caníbal y primitiva, sino que era representada como una mujer con “civilización”, mestiza (aunque conforme avanzaba el tiempo adquiría rasgos criollos), con indumentaria indígena, y a veces acompañada con el escudo del águila y el nopal. Los criollos poco a poco comenzaron a identificarse con la Nueva España e hicieron a la religión uno de los principales elementos en el discurso de la unión entre “indios” y españoles. Fue el punto donde confluyeron las consecuencias de las nuevas relaciones sociales en la colonia, pues la segregación que se pretendía al fundar la república de indios por una parte y la república de españoles por otra, no se cumplió en la práctica.

“A través de un proceso continuo, los criollos hicieron el inventario y la apología de la naturaleza mexicana, magnificaron sus diversos productos y crearon los primeros símbolos de identidad de la patria americana”⁸⁴. Algunos elementos a considerar fueron la lengua y la religión. En el primer caso, a pesar de que se trataba de la lengua de la metrópoli, el castellano elevado al rango de lengua oficial en España y sus dominios, adoptó muchas de las palabras de las diversas lenguas nativas.

⁸⁴ Enrique Florescano, *Etnia, Estado y Nación*, p. 172.

Lugares, nombres, enfermedades, etcétera se siguieron utilizando con sus nombres originales y en muchos casos se les agregó nombres españoles. Además, todos los procesos administrativos se hacían en español por lo que se convirtió en una necesidad aprenderlo si se llegaba a las ciudades. Y viceversa, se necesitaba aprender las lenguas para atraer a los “indios” a los diversos procesos políticos, jurídicos y religiosos.

En este último caso, la religión sirvió de aglutinador al menos para el estrato intelectual de la sociedad y para los criollos con la Nueva España. Para una sociedad religiosa, el hecho de la aparición de la virgen de Guadalupe o la identificación de Quetzalcóatl con un misionero de Cristo, significó un mensaje muy importante. La Nueva España era elegida para ser protegida por Guadalupe y posiblemente la doctrina cristiana ya hubiera llegado a estos territorios de la mano de santo Tomás (Quetzalcóatl). Todo dependía de la interpretación.

Por ejemplo, la presencia de rasgos cruciformes en obras mesoamericanas era una prueba de la presencia del evangelio en estas tierras. La profecía sobre el regreso de Quetzalcóatl, y su aspecto físico descrito con rasgos europeos, fortalecía la hipótesis de que la religión católica había estado presente en la cultura de las etnias prehispánicas. Pero ella no pudo haber llegado por sí sola, sino por medio de un apóstol: Tomás. Un franciscano, López de Cogolludo, decía:

Se halló en este Reyno de Yucatán fundamento para poder presumir una evangelización de las Indias por los apóstoles y que no dio poco que considerar a los escritores antiguos, pues nuestros españoles, cuando en él entraron, hallaron cruces, y en especial una de piedra, relevada en ella una imagen de Cristo redentor nuestro crucificado, la cuál está en nuestro convento de Mérida, y a quien veneraban los indios⁸⁵.

La interpretación de estos símbolos sirvió para dar un mayor fundamento a la idea de una conciencia homogénea, con cierta unidad en este caso religiosa. Aunque no todos estaban de acuerdo. Para otros misioneros como Torquemada, la presencia de Quetzalcóatl en la historia prehispánica no era signo de evangelización, sino de la

⁸⁵ *Apud* Jaques Lafaye, *Quetzalcóatl y Guadalupe. La formación de la conciencia nacional en México*, p. 231.

presencia del maligno en estas tierras. Las cruces y demás parecidos con la doctrina cristiana eran fruto de un engaño y esas ideas tenían que ser erradicadas.

Por otra parte, la expansión territorial de la Nueva España hacia el norte por medio de las misiones jesuitas como principal motor de colonización, pero también con la explotación de minas y el establecimiento de haciendas para abastecer a los centros mineros, impulsó la idea sobre la riqueza de los territorios novohispanos. Y ello se ejemplificó con la publicación del *Ensayo político sobre el Reino de la Nueva España* de Alexander Von Humboldt, donde hacía mucho énfasis en la riqueza natural del reino. Algo de lo que se apropiaron los criollos para justificar una autonomía económica, que de cierta manera se hizo presente por un tiempo, sin que eso significara el cese del flujo de materias primas y metales preciosos a España.

La política de los Borbones implicaba no un Estado fundamentado en la religión, sino uno político e ilustrado. Las ideas de la Ilustración comenzaban a rendir frutos y uno de sus principios era el carácter laico y moderno del Estado, una entidad promotora de la ciencia, la industria y el progreso técnico. Por ello, la autonomía vivida por la Nueva España se vio afectada por las reformas implementadas a partir de 1750. El envío de agentes fieles a la Corona para suplir a los criollos en puestos que se habían ganado en las diversas instituciones significó una afrenta.

La identidad criolla también había sido fomentada por la literatura ilustrada que llegaba a Nueva España. Existen dos cuestiones a tomar en cuenta. La primera de ellas es la existencia de “extensas y bien consolidadas redes de transmisión intelectual y comunidades de hombres de letras, formadas no por individuos aislados, sino en liga con libreros, impresores, poderes políticos y eclesiásticos, mecenas y, finalmente, lectores”⁸⁶. La segunda cuestión, es que muchas de esas comunidades eran constituidas por clérigos.

El modelo jesuita de educación estaba destinado a instruir a las élites, donde también entraban los criollos, por medio de toda una variedad de temas que iban desde aspectos teológicos hasta las artes, la filosofía y las ciencias exactas. El entramado de colegios

⁸⁶ Iván Escamilla González, “La Iglesia y los orígenes de la ilustración novohispana”; en María del Pilar Martínez López-Cano, *La iglesia en Nueva España. Problemas y perspectivas de investigación*, p. 113.

jesuitas y las misiones por el territorio novohispano, sobre todo del centro hacia el norte, habla de la gran influencia de la orden en la política y en la difusión de ciertas ideas sobre la clase política y los intelectuales.

Poco a poco la intelectualidad comenzó a hacer más fuerte la presencia de una identidad criolla, reivindicando el pasado prehispánico. Carlos de Sigüenza y Góngora, Sor Juana Inés de la Cruz, Javier Clavijero, entre otros comenzaron a hacer uso de un pasado, una memoria histórica como base para la forja del criollismo. La disputa entre peninsulares y criollos era algo presente incluso en pasquines pegados a lo largo de la ciudad. Para muestra estos ejemplos, el primero de ellos era un pasquín que los peninsulares pegaron en las esquinas de la ciudad:

En la lengua portuguesa
al ojo le llaman cri,
y aquel que pronuncia así
aquesta lengua profesa.
En la nación holandesa
ollo le llaman al C...
y así con gran disimulo,
juntando el cri con el ollo
lo mismo es decir criollo
que decir ojo de c...⁸⁷

Por su parte, los criollos contestaron de la misma manera, con otra décima en el mismo tono:

Gachu en arábigo hablar
es en castellano mula:
Pin la Guinea articula
y en su lengua dice dar.
De donde vengo a sacar
que este nombre gachupín
es un muladar sin fin,

⁸⁷ Luis Reed Torres y María del Carmen Ruiz Castañeda, *El periodismo en México: 500 años de historia*, p. 31.

donde el criollo siendo c...
bien puede sin disimulo
ca...en cosa tan ruin⁸⁸.

Las cartas estaban en la mesa y se aproximaba la guerra de Independencia. La invasión napoleónica en 1808 a España pudo bien acelerar un proceso que de todos modos se veía venir. Curiosamente, el grito de independencia y las juntas gubernativas en los territorios españoles reivindicaron a Fernando VII. Sin embargo, esto no dejaba de lado los problemas identitarios de los criollos, los cuáles fueron retomados concluida la lucha. Sobre todo al tomar en cuenta que la mayoría de la población era “india”, y ello los criollos representaban una minoría que debía buscar legitimidad incorporando a los demás grupos en los discursos nacionales.

Establecido el Imperio Mexicano con Agustín de Iturbide, el discurso político giro alrededor de la exaltación de los pueblos prehispánicos como una de las bases de la identidad criolla. El objetivo era negar cualquier pasado español y el uso de las sociedades prehispánicas se convertiría en una constante en el nacionalismo mexicano en diferentes épocas, pero paradójicamente el “indio” contemporáneo sería un problema.

En los primeros años de siglo XIX, las preocupaciones por la identidad de la sociedad poscolonial todavía traían consigo una carga de las discusiones y las concepciones del indigenismo criollo anterior al levantamiento armado de 1810. Por ejemplo, dice Florescano que el “proyecto insurgente unió la idea de nación independiente con la concepción de una nación indígena anterior a la conquista. El contraste con las otras colonias españolas del hemisferio, el movimiento mexicano consumió la independencia bajo el supuesto de que antes de la invasión europea existió una nación indígena”⁸⁹.

Se partía del hecho de una grandeza de los antiguos pobladores del territorio y sus hazañas. Carlos de Sigüenza y Góngora consideró a los antiguos indígenas merecientes de un elogio por haber logrado la formación de una admirable cultura, la cual era tan valiosa que era digna de ser estudiada a fondo. Obviamente, esas características no se

⁸⁸ *Ídem.*

⁸⁹ Enrique Florescano, *Op. Cit.*, p. 286.

extrapolaban al “indio” de los siglos XVII y XVIII ni mucho menos al del XIX, pues habían tenido un serio retroceso por la conquista y, en opinión de algunos, por el sistema paternalista de la Colonia.

Los conflictos entre hispanismo y “neoaztequismo” radican no tanto en la posibilidad de tomar a los “indios” como parte de la nación, sino en la posibilidad de fundar la identidad del mexicano en un pasado. La memoria histórica es una fuente de identidad muy importante, aunque su manipulación la convierte en propaganda con intereses específicos. Así mismo pasó con liberales y conservadores, pues ninguno de los dos proyectos tomaban en cuenta a los pueblos indígenas, pretendían borrarlos o ni siquiera figuraban en las discusiones.

Manuel Abad y Queipo ya en 1799 había denunciado la situación de pobreza de los “indios”, y decía que eran los privilegios lo que han causado gran parte de su atraso.

El grupo indígena, que según el denunciante constituía los nueve décimos de toda la población del reino de la Nueva España, calculada entonces en cuatro millones y medio de habitantes, tenía pues a su favor una serie importante de beneficios asignados por el Estado paternalista, los cuales en lugar de favorecerlos los entorpecía y embarazaba, además de dejarlos inermes para la competencia en la lucha de la vida⁹⁰.

Justo desde ese punto de partida arrancan las ideas de José María Luis Mora respecto a los grupos indígenas. Retoma a Abad y Queipo donde habla del aislamiento social del “indio” y su impacto en la política indiana al congelarlo como un menor de edad. Por ello, Mora propuso borrar el término de “indio” pues reflejaba el atraso de este sector y no permitía el desarrollo de la nación. Su propuesta era convertir al “indio” en ciudadano. Una categoría desarrollada principalmente desde el liberalismo y que contenía tintes económicos y políticos.

El “indio” era degradado por diferentes aspectos. Uno de ellos, al parecer de Francisco Pimentel, era su religión bárbara y su sistema comunal. Pero también lo era por el

⁹⁰ Juan A. Ortega y Medina, “Indigenismo e hispanismo en la conciencia historiográfica mexicana”, en Roberto Blancarte, *Cultura e identidad nacional*, p. 94.

maltrato español, por la falta de una religión ilustrada y el paternalismo de las Leyes de Indias. Sin embargo, el sistema comunal representaba el principal obstáculo para convertir al “indio” en ciudadano.

Los “ideólogos liberales contemplan una república federal democrática, gobernada por instituciones representativas; una sociedad secular libre de la influencia clerical; una nación de pequeños propietarios, campesinos y maestros artesanos; con el libre juego del interés individual liberado de las leyes restrictivas y del privilegio artificial”⁹¹.

Si el “indio” no se convertía en ciudadano y se mantenía con los supuestos privilegios de las Leyes de Indias, era cometer una acción en contra de todos lo que no pertenecían a ese sustrato de la población, pues los demás no tenían acceso a esos “privilegios” y eso vulneraba el principio de igualdad del liberalismo y la Revolución Francesa. Además, las propiedades comunales de esos grupos, no permitía un verdadero avance y progreso económico, pues no se tenían la capacidad para aprovechar esa cantidad de territorio. En cambio, un pequeño propietario era capaz de sacar el máximo provecho de la tierra.

Debido a que en México no existía una industrialización como en Inglaterra o en algunos lugares de Alemania, la propiedad privada y la riqueza no podían ser sacadas de allí. En América Latina la tierra era el principal medio de producción y el campesinado aportaba la fuerza de trabajo y no los obreros. Gran parte del campesinado era de origen indígena, sin que eso signifique una ausencia de los demás sectores en la actividad. Más bien era una cuestión demográfica, pues representaban gran parte de la población. Los mestizos se comenzaban a aglutinar alrededor de las urbes cada vez más crecientes.

Para Mora, los “indios” en su “estado actual y hasta que no hayan sufrido cambios considerables, no podrán llegar nunca al grado de ilustración, civilización y cultura de los europeos, ni sostenerse bajo el pie de igualdad con ellos en una sociedad de que unos y otros hagan parte”⁹². Además, según Mora, esos grupos eran muy conservadores

⁹¹ David Brading, *Los orígenes del nacionalismo mexicano*, p. 101.

⁹² *Apud* Charles A. Hale, *El liberalismo mexicano en la época de Mora*, p. 229.

y tenían demasiado arraigadas sus costumbres, por lo cual no eran los progresistas tan necesarios para el establecimiento y progreso de la nación.

Muchos liberales propugnaban por traer extranjeros a México con el fin de que la mezcla ayudara a los mexicanos a ser mejores. Como los indios y mestizos eran sectores atrasados, la mejor forma de paliar esa situación era promover migraciones a México. Sin embargo, Frederick C. Turner, menciona cómo los extranjeros jamás se comprometieron con la población ni con el país a pesar de las facilidades gubernamentales para su nacionalización. Lo único que aprovechaban eran las mejores condiciones para invertir en minería, agricultura, y sacar ganancias jugosas.

Es más, a pesar de que la presencia de extranjeros ayudaba a afirmar la identidad de los mexicanos (al menos de la clase política), los inmigrantes “que llegaron a México hicieron muy pocos esfuerzos para incorporarse a la comunidad nacional. Una quinta parte de éstos eran analfabetos, y la mayoría de ellos no sabían el español ni intentaron nunca aprenderlo...Las estadísticas de naturalización ilustran dramáticamente sobre la falta de asimilación de los grupos extranjeros”⁹³. Según esta investigación, el promedio de naturalización era de 244 personas por año en 1910.

Evidentemente, este tipo de datos era muy posterior al momento del liberalismo de Mora, pero ilustra muy bien que las intenciones de los liberales al promover la migración extranjera al país, era una cuestión inviable para el fomento del nacionalismo en la población y la formación de un proyecto progresista. Incluso en algunos casos resultó contraproducente la invitación a los extranjeros, pues, como el caso de Texas, derivó en una guerra secesionista. Sin embargo, algunas otras cuestiones como las múltiples invasiones estadounidenses o francesas al país pudieron solidificar el discurso identitario de la clase intelectual y política.

Curiosamente, a la vez en que se abogaba por una sociedad de pequeños propietarios como fundamento de la nación, se fortalecía a los ayuntamientos para que pudieran realizar sus actividades y de cierta manera tuvieran autonomía económica. En muchos casos, eso significó acciones contrarias al liberalismo, ya que éste propugnaba por una

⁹³ Frederick C. Turner, *La dinámica del nacionalismo mexicano*, p. 95.

liberación del Estado, la no intervención de los gobiernos en la propiedad y en la economía en general, pero en México el ayuntamiento –paradójicamente- se fortalecía políticamente principalmente por la pobreza, ya que esta representaba un obstáculo para el porvenir de la nación y se la participación del gobierno en la economía era indispensable.

Otro elemento a tomar en cuenta fue la presencia de grupos “indios” nómadas al norte del país. Durante la Colonia, las misiones jesuitas y la extracción minera se convirtieron en las principales fuentes de colonización nortea. Sin embargo, desde aquellos años, los conflictos con los “indios” nómadas estuvieron presentes todo el tiempo. Para el México independiente, las cosas no cambiaron del todo. La ciudad de México de cierta manera se mantenía al margen de esos problemas. La incursión de estos grupos contra haciendas o misiones no significó una prioridad para los gobiernos federales, aunque de vez en cuando brindaban apoyo militar.

Tanto para liberales como conservadores, la preocupación por las incursiones en el norte sólo era digna de algunos comentarios. Según Hale, Mora sólo se refirió una vez a este problema y propuso la colonización por familias europeas, pues constituía la única manera de civilizar a esos pueblos. Por su parte Lorenzo de Zavala expresó su preocupación y dijo que “la nación...debe obligar a los bárbaros a reunirse en sociedades regulares; o a salir del territorio de la República, como lo están haciendo los americanos del norte”⁹⁴.

Bajo esta concepción, el sedentarismo representaba una cercanía a la civilización pero no la garantizaba. Prácticamente era un requisito, pues sólo un pueblo sedentario era destinatario de la propiedad privada, y conllevaba a su participación política al defender sus intereses. En otras palabras, la propiedad privada podría ser la base para constituir la ciudadanía y la formación de una nación más homogénea. Por ello, los levantamientos de los mayas en 1847 y en la Huasteca en 1848 significaron un duro golpe y una cuestión de necesaria represión militar, pues peligraba el proyecto nacional. Cabe señalar que en ese momento México acababa de perder la guerra contra los Estados Unidos donde se le arrebató más de la mitad de su territorio.

⁹⁴Apud *Ibíd.*, p. 241.

Los levantamientos mayas tuvieron un fuerte impacto en la comunidad de la península, pues se acercaron demasiado a Mérida, es más, estuvieron a punto de tomarla de no haber sido porque se atravesaron los tiempos de cosecha. Los “indios” aún en sus luchas, siempre estuvieron marcando su ritmo de acuerdo a la satisfacción de sus necesidades, de no hacerlo, peligraban sus vidas. Los liberales, liderados por Mora, sólo buscaron negociar con ellos como individuos, y no en calidad de comunidad. Si querían tierras, probablemente se les darían tierras baldías, pues era a lo más que aspiraban esos grupos.

Por otra parte, el proyecto conservador, bajo la mano de Lucas Alamán, buscaba fundamentar la nación en un pasado hispanista, donde el fundador fuera el conquistador Hernán Cortés, desarrollada durante la colonia e independiente gracias a la intervención de Agustín de Iturbide. Su visión era española, católica y aristocrática. Para Alamán la doctrina católica era “el único lazo común que liga a todos los mejicanos, cuando todos los demás han sido rotos, y como lo único capaz de sostener a la raza hispanoamericana y que puede librarla de todos los grandes peligros a que está expuesta”⁹⁵.

Los conservadores pretendían fundamentar la nación en una alianza entre la Iglesia y el Ejército, y principalmente con base en pequeños propietarios, los cuales eran una clase, a decir de Alamán, de personas respetables por su fortuna, educación y conocimientos. Es por ello que no cualquier pequeño propietario formaría parte del proyecto nacional conservador, al menos no desde su punto de partida. Desgraciadamente, la realidad de los grupos que pretendían ser su base era otra, lejana a la posibilidad de ser pilares de la nación.

En 1821, el Ejército era una suma profundamente grande de personas. Se constituía por cerca de 85 mil hombres en armas, de los cuales sólo 25 mil estaban preparados como fuerzas regulares profesionalizadas. La mayoría de los miembros habían sido reclutados por leva y no existía un ánimo marcial, ni una educación militar. Más bien respondían a los caudillos y a sus oficiales más cercanos. Más con una lealtad personal que con una lealtad nacional o a la institución.

⁹⁵ David Brading, *Op. Cit.*, p. 112.

La constante deserción, incluso en las intervenciones extranjeras, no era síntoma de cobardía, sino signo de que “la guerra la hacían los políticos para ganar con ello: en la mayoría de los casos los soldados no sentían, no lo parece, ningún compromiso con la causa por la que se les enviaba a pelear”⁹⁶. Ganaba el que ofrecía más, el general con mayor prestigio, el dinero y las promesas. Por lo tanto, ni siquiera los altos mandos del ejército tenían consigo una ideología clara. Un ejemplo es el propio Santa Anna, el cual saltaba del partido liberal al conservador sin ningún problema.

Mientras, la Iglesia también tenía algunos conflictos. En primer lugar, la ideología liberal pretendía convertir el Estado en un cuerpo político laico, donde la Iglesia no tenía ninguna representación ni injerencia en las decisiones. Si bien el partido conservador tuvo su base en la Iglesia católica, lo hacía por la posibilidad de ayuda económica, más que por una defensa de los ideales católicos. Muchos liberales eran católicos, pero eso no implicaba una defensa de la institución eclesiástica. “La Iglesia tenía, y era evidente, una enorme influencia social, pero a la vez, una muy escasa eficacia política. Para decirlo de algún modo, podía crear problemas, pero rara vez tuvo soluciones”⁹⁷.

La creencia en el clero y no en las ideas patriotas, era simplemente porque la religión estaba presente en la vida diaria, algo que no hizo, en ese tiempo, el credo republicano. Eso lo lograrían los liberales en tiempos de Juárez. Si bien es cierto que la Iglesia tenía presencia en muchos ámbitos de la vida privada de las personas como la educación, los negocios, los hospitales, la beneficencia, entre otras cosas, no presentaba una representación política de sus fieles, no podía competir con el Estado ni con las personalidades de los generales, por ejemplo, porque estaba fuera de las instituciones estatales.

Los mismos conflictos bélicos minaban la posibilidad de un desarrollo económico para las haciendas y las pequeñas industrias. Las primeras eran una parte importante de la economía rural y se constituía en el vínculo entre las ciudades y las zonas rurales. Las múltiples formas de trabajo y de explotación a los que se veían sometidos algunos grupos formaban la vida cotidiana de esos lugares. En cambio la industria minera, era

⁹⁶ Fernando Escalante Gonzalbo, *Ciudadanos imaginarios*, p. 165.

⁹⁷ *Ibíd.*, p. 141.

de las principales en México, incluso se habían quitado las prohibiciones para la inversión extranjera en ellas, pero el desorden interno implicaba fuertes pérdidas a los negocios. Así, el pequeño propietario también tenía sus problemas para consolidarse como tal.

Por lo tanto, la alianza entre Ejército, Iglesia y pequeños propietarios era un poco lejana de la realidad porque en ese momento las circunstancias de cada uno de sus pilares era diferente y no era posible formar la nación en esos términos, pues se dejaban muchos sectores fuera, sobre todo a los indígenas que seguían teniendo presencia demográfica importante en el país y se hacían sentir en muchas ocasiones cuando sus demandas no eran tomadas en cuenta. Obviamente, existían sectores en el Ejército, la Iglesia, los propietarios que sí mantenían sus privilegios y no les costaba mucho salir adelante.

Los discursos políticos, debates en la prensa y las imágenes y monumentos no estaban exentos de la disputa por imponer un proyecto político nacional. El nacionalismo también se desarrollaba en esos terrenos. Es más, los políticos y militares fueron los principales promotores de los mitos nacionales y el panteón de héroes y villanos. Un ejemplo de ello fue Carlos María de Bustamante. Su contribución al difundir el “glorioso pasado indígena” fue principalmente editorial. Bustamante fue el editor de la primera edición de la obra de Bernardino de Sahagún y publicó la narración de la conquista de Fernando Alba Ixtlixóchitl. “Bustamante publicó estas obras para convencer al público mexicano de dos grandes verdades: la grandeza de la civilización indígena y el horror de la conquista española”⁹⁸.

Es más, junto con Fray Servando Teresa de Mier, originó la retórica nacionalista que justificaba la Independencia con base en la suposición de una nación mexicana antes de la conquista. Una suposición que después se sustentaría con los descubrimientos arqueológicos y demás estudios respecto a la nación mexicana y sus antepasados. Sin embargo, esta concepción era una historia antigua, pues no estaba presente en la historia contemporánea de la mano de instituciones y de relaciones sociales, sólo se mantenía como discurso. No más. No obstante fue una gran propuesta, pues ya

⁹⁸ David Brading, *Op. Cit.*, p. 117.

tomaban en cuenta la memoria histórica como uno de los fundamentos de una nación. Ya había un origen.

Hemos regresado a tomar en cuenta las posturas de Mier y Bustamante porque de cierta manera de allí retomaron mucho liberales el panteón de héroes y demás mitos nacionales, así como la reivindicación del pasado indígena. La revolución de Ayutla dio fin a un cierto tipo de liberalismo, para dar paso a otro reformado. El liberalismo en tiempos de Juárez sí mostró una intención por retomar un pasado prehispánico aunque redundó en sus intenciones de someter al “indio” contemporáneo a la “civilización”.

No obstante, esta generación de liberales se enfrentó a tres grandes retos después de la caída del Imperio de Maximiliano. Construir “una república asentada en leyes; infundirles a los ciudadanos un espíritu nacionalista; y difundir los medios para alcanzar esas metas, que a la postre fueron la educación, la literatura, las artes, los símbolos nacionales y el fortalecimiento del Estado”⁹⁹. El sistema simbólico del cual se comenzaría a apoyar el Estado mexicano estaba desarrollándose desde la época de Bustamante, pero representó una verdadera prioridad en la época de Juárez y Lerdo de Tejada.

Si bien antes no se había podido lograr la cohesión nacional, en estos momentos ya había un Estado un poco más fuerte por el hecho de la práctica disolución del partido conservador, aunque la oposición siempre estuvo presente; y el avance en los medios de comunicación, las vías de transporte, la educación y el aumento de las clases medias, como gran motor para la construcción de una consciencia nacional. El proceso de Reforma significó o se convirtió en una de las banderas de los liberales de esa generación, y se le consideraba como la segunda Independencia, en este caso espiritual, pues por fin se dejaba a la Iglesia fuera de todos los privilegios que aún mantenía.

Para los primeros años del gobierno de Díaz, tras la revolución de Tuxtepec, los lineamientos para el establecimiento de la nación eran más claros. Y era visible tan sólo en el hecho de tener un calendario cívico donde la educación nacionalista jugaba un papel importante. El establecimiento de la Escuela Nacional Preparatoria por Gabino

⁹⁹ Enrique Florescano, *Op. Cit.*, p. 380.

Barreda, por ejemplo, implicaba una mayor seriedad para establecer la educación media superior a partir de 1868, fecha de su fundación.

Pero otro elemento también se consideró importante. La cuestión “india”. Y es que la nación se hacía cada vez más presente. Si bien los grupos indígenas en el primer periodo liberal no eran tomados en cuenta más que como individuos y futuros propietarios, y por eso se les relegaba en sus demandas y no importaba si no tomaban partido por alguien, en la segunda etapa liberal, el “indio” sí tomó parte de las luchas de los demás “mexicanos”; es decir, se incorporó a los diferentes grupos culturales a la nación principalmente a través de la economía y las leyes. Y una causa pudo ser el cese del poder eclesiástico. “El incremento del secularismo contribuyó a la final incorporación de los grupos indios a la comunidad nacional al mermar la autoridad de la Iglesia, la cual había venido protegiendo al indio”¹⁰⁰.

La incorporación del “indio” al proyecto nacional no dejó de tener tintes integracionistas sin el respeto a las diferencias culturales. El despojo de sus tierras por parte de Díaz, lo único que provocó fue la vuelta de los grandes latifundios, que no se habían ido, pero estaba presentes un poco mermados por la crisis económica y las constantes guerras. Pero el proceso venía de más atrás. La desamortización de los bienes del clero significó un duro golpe para la economía indígena, pues la Iglesia era el principal prestamista para el desarrollo agrícola. Eso contrajo el aumento de la pobreza en grandes zonas indígenas del país.

Pero el nacionalismo mexicano debía ser consolidado con dos cuestiones más. La unidad lingüística y el desarrollo de los medios de comunicación. En el primer caso, la diversidad lingüística representaba una traba para la imposición del Estado nación sobre los demás grupos. El avance de la educación y del aparato administrativo del Estado, significó una forma de estandarizar la lengua. El español era la forma en la cual se daban las clases, se hacían los trámites y era el idioma oficial del país, por lo tanto, todos los procesos eran con el uso de esa lengua, dejando de lado la diversidad existente.

¹⁰⁰ Frederick C. Turner, *Op. Cit.*, p. 104.

La economía también impactó en la difusión del español. “Con el incremento de los mercados y del transporte interiores, el español se fue extendiendo por todo el país: los mexicanos tenían la necesidad de él como medio de llevar a cabo sus transacciones económicas”¹⁰¹. El desarrollo del ferrocarril logró conectar puntos hasta ese momento de difícil acceso. Si bien no fue la panacea para conocer cada uno de los rincones del país, sí permitió aumentar la red de comunicación entre poblados, además de una mayor rapidez en los traslados.

El teléfono, la prensa escrita y el telégrafo también fueron importantísimos tanto para la comunicación constante y fluida como para la difusión de los logros gubernamentales como forma de propaganda. El sentimiento de fortaleza en el Estado puede provocar un gran impacto en la forma como lo percibe la población y con eso atenuar las rebeliones, por ejemplo. De allí la importancia de la relación de complicidad entre gobierno y medios de comunicación.

Independientemente de las transformaciones sociales y económicas que permitieron el desarrollo de la nación, también era importante la necesidad o el interés en estudiar lo mexicano. Los gobiernos de Juárez, Lerdo de Tejada y Díaz tuvieron muy en cuenta la opinión, los estudios y la literatura de los intelectuales para fundamentar en esos elementos sus discursos y sus planes. Recordemos que el nacionalismo es una doctrina política que hace uso de la propaganda para fundamentar, consolidar y mantener el Estado nacional, el cual está sustentado en la creencia de una nación.

Por eso, la aportación del historiador José María Vigil es de gran importancia, pues fue de los primeros intelectuales en planear el estudio de lo mexicano. Dice Vigil:

Desearíamos ardientemente que nuestra educación literaria y científica formara un carácter acendrado y profundo de mexicanismo; que nuestras antigüedades fuesen objeto de la más exquisita solicitud por parte de los gobiernos, que no se perdonare medio en su conservación y estudio; que el idioma nahoá figurase al lado de las lenguas sabias, a reserva de que cada uno de los Estados consagrara una atención especial a sus monumentos y lenguas particulares; y en una palabra, que la civilización de nuestros antepasados, más variada, más rica y más grandiosa que la

¹⁰¹ *Ibíd.*, p. 113.

sangrienta barbarie de los antiguas tribus del norte, fuese el fundamento de nuestros estudios históricos y literarios¹⁰².

Justo ese fue uno de los proyectos de Porfirio Díaz a su llegada al gobierno. Basado en el positivismo, Díaz tuvo como principal objetivo el orden y el progreso en todos los sentidos de la sociedad, lo cual implicaría tomar las medidas necesarias para hacerlo, condensadas en su política “pan o palo”, donde combinaba las dádivas y los castigos a los caciques y gobernantes locales.

El orden y el progreso se convierten en una obsesión para el régimen de Díaz. Su participación en festivales internacionales, sus obras públicas, el traer inversión del extranjero, la inversión en investigación antropológica, entre otras cosas reflejaban en mucho la necesidad de dar una imagen distinta del país. Y vaya que funcionó.

La visión positivista de la nación trajo consigo una concepción distinta de la población y la sociedad en su conjunto. Si bien el liberalismo ya tenía en cuenta el progreso debido a las ideas de Turgot, el positivismo fue un sustento filosófico (más que científico) para llevarlo a cabo. En un contexto donde la ciencia y la tecnología avanzaban y se afianzaba el método científico como el mejor camino para llegar al encuentro de leyes sociales, la búsqueda de la nación y su legitimidad también caminaban por el mismo sendero. Además, la preocupación del gobierno por dar una identidad más consolidada del país lo llevó a fundar instituciones, crear monumentos, interpretar la historia y más cosas con ese fin. Todo ello con dos ejes rectores, el progreso histórico de México y el mestizo como unidad social fundamental.

Este último aspecto es el más importante para el discurso nacionalista de ese tiempo. Justo Sierra decía que “los mexicanos son hijos de los dos pueblos, de las dos razas, y este hecho domina nuestra historia, a él debemos nuestra alma”¹⁰³. Y Sierra no es el único en pensar ello. Vicente Riva Palacio creó una obra titulada *México a través de los siglos* donde más o menos se llegaba a la misma conclusión luego interpretar la historia del país. El libro arrancaba con el México prehispánico, continuaba con la Colonia, la guerra de Independencia, el México Independiente y la Reforma. Cada una

¹⁰² Enrique Florescano, *Op. Cit.*, pp. 388-389.

¹⁰³ *Apud* Juan A. Ortega y Medina, *Op. Cit.*, p. 110.

de las etapas se convertía en estadios en una forma progresiva. Según esta obra, México se había formado de la combinación entre indígenas y europeos, (los negros no eran tan tomados en cuenta) dejando de lado el conflicto entre neoaztequistas e hispanistas.

La historia de México y el origen de la nación no arrancaban ni en la Colonia, ni en el glorioso pasado indígena, sino que era resultado de la combinación; por lo tanto, el mestizo se convertía en el protagonista de la nación mexicana. Esto tuvo consecuencias muy graves para los grupos indígenas del país, pues seguía el reconocimiento de un pasado deslumbrante, pero el “indio” contemporáneo era fruto de explotación si no se alineaba a los designios estatales, con objetivos económicos principalmente.

La reivindicación del “indio” implicaba una negación de su particularidad. La educación a la que estaban dispuestos era para hacerlos un elemento que aportara a la sociedad mexicana. Permanecía la idea del indígena como conservador, alcohólico y pasivo, un estereotipo ya presente desde los tiempos de Mora. Según este tipo de autores “para superar la inferioridad del indio era necesaria la educación; debía procurarse una formación occidental en una escuela laica, gratuita y obligatoria, cosa que en la práctica constituyó una política muy limitada”¹⁰⁴, pues en 1905, más allá de los destinatarios de la política indigenista, el 85 por ciento de la población era analfabeta.

En cambio, la reivindicación del pasado prehispánico tenía mayores avances y un poco más concretos. Para ejemplificar bastarán algunos botones de muestra. En 1885, se fundó la Inspección y Conservación de Monumentos Arqueológicos de la República dependiente de la Secretaría de Instrucción Pública y Bellas Artes en el terreno institucional. Sin embargo esta clase de indigenismo estaría presente en otros estudios, como los antropológicos e históricos, por ejemplo, la publicación de *Historia antigua de la conquista de México* de Manuel Orozco y Berra en 1880, donde lo colonial se unía a lo prehispánico en el interés de los investigadores.

¹⁰⁴ Blanca Estela Suárez Cortés, “Las interpretaciones positivistas del pasado y el presente (1880-1910)”; en Carlos García Mora (coordinador), *La antropología en México. Panorama histórico 2. Los hechos y los dichos*, p. 23.

No obstante, a pesar de que el “indio” contemporáneo no era parte del proyecto nacional en tanto no dejase su particularidad de lado, estos grupos sí tomaban parte de las discusiones acerca de la política y el camino de la nación. Principalmente enterándose de los acontecimientos del país y de las discusiones de los intelectuales sobre el destino y los caminos para el mejoramiento de México. A pesar del analfabetismo y de que del 17 al 13 por ciento no sabían hablar español, según cifras de 1895 y 1910 respectivamente, eso no constituía ningún impedimento.

Algunas anécdotas, tomadas de los recorridos de algunos personajes, eran ejemplo de ello. El abogado de los hermanos Flores Magón, mencionaba que “un día tierra adentro en Chihuahua llegué a un círculo de unos cien indios, más o menos. Silenciosos como estatuas. Excepto uno en el centro. Estaba leyendo un periódico (...) era *Regeneración*. La habilidad del indígena para leer no era de un cien por ciento. Sus palabras brotaban lentamente. A través de Sinaloa y Tepic ví esta escena repetida muchas veces”¹⁰⁵. No sólo pasaba con los “indios”, sino también con los obreros y campesinos, de allí una de las causas de que el pueblo se convirtiera en el actor de la Revolución Mexicana.

No sólo la prensa albergó los debates nacionales. También el cine se convirtió en una herramienta para divulgar los avances de México y, sobre todo, a Porfirio Díaz. La llegada del cinematógrafo en México en 1896 fue un gran acontecimiento, pues era de los primeros países donde tenía presencia. Como en un inicio el cinematógrafo era para las altas esferas de la sociedad, una de las principales fuentes de material fue la mismísima familia Díaz y en particular el presidente.

Las películas con sus andanzas se llevaron por muchos lugares del país, y el cinematógrafo se convirtió en algo muy importante para la propaganda. El órgano de la Secretaría de Justicia comentaba que “la historia es una disciplina mental y que, por lo tanto, los maestros se deben preocupar porque se desenvuelva principalmente la memoria, el juicio y la imaginación; que el alumno construya en ésta los hechos que le interesa conocer y que es capaz de comprender; lo que se debe enseñar con los sucesos que estimulen sentimientos morales, altruistas y patrióticos”¹⁰⁶. El cine podía estimular todo ello.

¹⁰⁵ *Apud* Florence Toussaint Alcaraz, *Escenario de la prensa en el Porfiriato*, p. 70.

¹⁰⁶ Aurelio de los Reyes, *Los orígenes del cine en México*, p. 193.

Gracias a los constantes esfuerzos impulsados desde la caída del Imperio de Maximiliano, la nación en este momento ya no se preocupaba tanto de los orígenes, los cuales ya estaban bien fundamentados por la educación nacionalista, al menos en las clases medias. La clase alta y baja, tenían más bien otras preocupaciones. Sin embargo de parte del gobierno, la prioridad se encontraba en el progreso y los mecanismos para llevarlo a cabo. Las fiestas del Centenario de la Independencia reflejaron muy bien la concepción sobre México y su nación. Pero para otros sectores de la población, obreros, campesinos, indígenas y terratenientes excluidos del poder, la nación debía llevar otro camino que los incluyese. No era tanto un cuestionamiento a la nación, sino al camino que llevaba. Así explotó la revolución en 1910.

La Revolución, así con mayúscula, tuvo un difícil proceso. El liberalismo y el conservadurismo consideraron a la lucha de Independencia como una revuelta o como un conflicto que había traído consecuencias perniciosas a la nación, aunque era un mal necesario para pasar a otra etapa en el progreso histórico (Mora). Después de la revolución de Ayutla y de la Reforma, el concepto adquirió un carácter positivo, pues ya no era un simple levantamiento sin fundamento o un cambio de gobierno, sino un movimiento capaz de remover lo más oculto de la sociedad. Y fue una idea consolidada con la visión de la historia de México en el Porfiriato.

Para 1911 y 1913 los maderistas vincularon la rebelión contra Porfirio Díaz y Victoriano Huerta con la Independencia y la guerra de Reforma. Es más, la revolución de 1910 pertenecía al mismo proceso histórico, con lo cual se reificó ese acontecimiento. En

esos años de efervescencia política se inició también el proceso de <<reificación>> de la revolución, la tendencia de hacer de ésta un movimiento independiente de los actores humanos, constituido por fuerzas mecánicas y fines autónomos, más allá de la voluntad de los hombres. La *Revolución* decía un maderista, “no es un hombre o un grupo de hombres, ¡es el espíritu nacional en acción!”¹⁰⁷.

Un antecedente para este tipo de nacionalismo fueron los trabajos del Ateneo de la Juventud. La preocupación de esta organización intelectual por el humanismo, la

¹⁰⁷ Enrique Florescano, *Historia de las historias de la nación mexicana*, p. 381.

historia, lo mexicano y lo hispanoamericano, significó un cambio importante y un avance en el nacionalismo posterior a la Revolución, pues constituiría una de sus bases. Pensemos en el trabajo de José Vasconcelos al frente de la Secretaría de Educación Pública después del triunfo del proyecto de los sonorenses al finalizar el conflicto.

El proyecto educativo (siempre como forma de progreso nacional) de José Vasconcelos, pretendía quitar el estigma de la educación como un privilegio social. Ahora debía ser llevado a toda la población sin importar la clase social. De esta manera, se ponía en práctica el artículo tercero de la Constitución de 1917. Pero las prácticas nacionalistas del gobierno no sólo se llevaban por medio de la educación, sino también por el arte, la poesía, la literatura; es decir, comenzaba a permear todos los ámbitos de la sociedad. De ser una ideología política, pasaba a ser una concepción del mundo y de la sociedad mexicana. Se trasladaba a la esfera privada para poder aspirar a una idea hegemónica de las clases en el poder.

El muralismo mexicano era impulsado por el gobierno porque de cierta manera representaba las ideas que la clase política tenía sobre la Revolución, no sin ciertas excepciones. Algunos muralistas como Diego Rivera o José Clemente Orozco plasmaron sus ideas, pero no lejanas de los cánones de *México a través de los siglos* en su concepción histórica. Los muralistas dejaron impresos a los héroes y villanos del proceso histórico en general, haciendo uso de la concepción marxista de la lucha de clases. Incluso, en algunos murales el papel protagónico no lo adquirieron los políticos e intelectuales, sino el pueblo: obreros y campesinos.

Esto no significó que el movimiento de 1910 no fuera adoptado por el gobierno. Desde Adolfo de la Huerta hasta Plutarco Elías Calles (antes del Maximato), la revolución sufrió algunos cambios. Se hizo gobierno. Adoptó ritos, recordatorios, monumentos, celebraciones que reivindicaban los acontecimientos de la historia como antecedente del máximo momento: la Revolución. Y el mayor logro de esa revolución hecha gobierno fue la de implementar un sistema educativo homogéneo capaz de llevarse hasta las zonas rurales.

Además de que la educación representa una vía de consolidar la nación por medio de valores, memoria histórica, entre otras cosas, permite dar a conocer esos elementos

favorables para el *statu quo*. Esto no implica un beneficio único para la clase política, sino un “beneficio” para todos, pues permite la estabilidad y el progreso en todas las dimensiones de la sociedad. Justo ese es uno de los objetivos del nacionalismo y en específico del mexicano.

Los maestros así fueron considerados por mucho tiempo como los apóstoles de la nación, pues su presencia en las zonas rurales permitía la educación, pero también la promoción cívica. Las ideas de Vasconcelos y Moisés Sáenz tendrán un impacto importante en el gobierno, pues ese modelo educativo, tanto urbano como rural, permitirá una mayor consolidación del Estado nacional, sobre todo gracias a la historia. “El relato histórico (...) será uno de los medios más solicitados por el Estado posrevolucionario para legitimarse y transmitir su mensaje de unidad e identidad nacional”¹⁰⁸.

La creación del Partido Nacional Revolucionario (PNR) en 1929, significó un cambio en las posturas gubernamentales, que se vieron profundamente influidas por el nacionalismo. Como primer elemento cabe señalar la apropiación de la Revolución Mexicana por parte de un partido político centralista.

Parte de las tareas el PNR era la de concentrar a los partidos políticos locales y regionales en uno solo, con eso se podría dar mayor entrada a las competencias por el poder sin necesidad de levantamientos armados; es decir, por la vía institucional. Luego del asesinato de Álvaro Obregón, Plutarco Elías Calles se dio cuenta de la necesidad de contar con vías para la elección de sucesores en los cargos de elección popular, pues de no hacerse, la estabilidad del país continuaría en riesgo. De allí nació la idea de crear un partido político que fuera el centro de la lucha por el poder con una estructura fuerte, pues ya existían diversas organizaciones que tenían más o menos la misma función.

Cuatro años después de su creación, el PNR se convertía en la única forma de competir por una presidencia. Pero además constituía el lugar de donde salían la mayor parte de los políticos. Sin afán de exagerar, el partido tenía presencia en toda la esfera pública,

¹⁰⁸ Enrique Florescano, *Historia de las historias de la nación mexicana*, p. 402.

desde la ideología oficial en los documentos del partido (el nacionalismo) hasta la parte práctica y estratégica mencionada en ellos. El

Partido se presentaba ya como el centro de la vida política del país y ninguna candidatura a la Presidencia parecía tener posibilidad alguna fuera de sus instancias. Las clases poseedoras habían encontrado en el grupo callista a un aliado objetivo y las nuevas organizaciones obreras y campesinas, cuyos dirigentes eran aparentemente miembros del Partido, no deseaban entrar en conflicto con su dirección¹⁰⁹.

Sin embargo, su posibilidad de concentración y de ser el centro de la vida política, no necesariamente significó una doctrina política coherente. Cada gobierno buscó desvincularse del siguiente, aunque en el periodo conocido como Maximato se tenía cierta tendencia por seguir las órdenes de Calles. La visión callista de la Revolución fue la de no hacer caso a las divisiones internas y tomarla como un solo movimiento, coherente, estructurado y con una serie de demandas legítimas para todos. A diferencia del nacionalismo fascista europeo o el nacionalismo libertario posterior a la Segunda Guerra Mundial, el nacionalismo mexicano buscaba la educación popular, independencia económica, reforma agraria y soberanía. Todo ello se pensó como elementos de la nación.

No obstante, a pesar de las reivindicaciones, lo más importante para la clase política era la consolidación del Estado, olvidando un poco la nación. Más bien esta serviría como ejemplo de ideología oficial por la cual se justificaban la mayoría de las acciones, unas más coherentes que otras. “El nacionalismo oficial pretendía identificarse con las grandes propiedades rurales y no con el ejido, con los líderes mediadores de los sindicatos y no con los trabajadores, con la <<democracia social>> y no con la democracia representativa, con el Partido de Estado y no con un régimen plural”¹¹⁰.

Una vez más vemos que la nación se convierte en un simple mensaje propagandístico. No por su concepción, pues su visión es limitarla a ciertas características y elementos,

¹⁰⁹ Luis Javier Garrido, *El Partido de la Revolución Institucionalizada*, p. 149.

¹¹⁰ Luis Javier Garrido, “El nacionalismo priísta”; en Cecilia Noriega Elío, *El nacionalismo en México*, p. 269

sino porque en los discursos y documentos se habla de ciertas reivindicaciones populares, pero a la población en general sólo se le tomó en cuenta en tanto parte de una corporación, ya sean sindicatos u organizaciones rurales. Incluso a los grupos indígenas se les tratará de la misma forma, no como particularidades culturales dentro del territorio, sino como parte de un sector agrícola.

Con Lázaro Cárdenas, las cambiaron un poco y eso se expresó –entre una de tantas formas- con el cambio de nombre al partido. Ahora el PNR se convertía en el Partido de la Revolución Mexicana (PRM) y llevaría a cabo proyectos para hacer práctico lo establecido en la Constitución. La reforma agraria, la expropiación petrolera, la educación socialista y el apoyo en confederaciones campesinas (Confederación Nacional Campesina) y obreras (Confederación de Trabajadores de México) tomaron en cuenta a la población, siempre y cuando formara parte de estas organizaciones. Es más, “el indio” contemporáneo ahora ya era sujeto de algunas reformas educativas y económicas, pero también se convertiría en el objeto de estudio para los estudiantes de antropología, desde su cultura.

En el cine y demás medios de comunicación como la radio y la prensa se crearon instituciones que guiarán la producción de mensajes hacia un proyecto claro y coherente con las ideas del PRM. El cine, por su novedad, se había popularizado y tenía mucho éxito. En ese tiempo, la cinematografía mexicana recibió un gran apoyo de parte del gobierno mexicano, pues se buscaba pelear contra las simpatías hacia la Alemania nazi de los mexicanos durante la Segunda Guerra Mundial. Pero también el medio se convirtió en ideal para manejar estereotipos y poder difundir las “características” de la nación. Las películas tuvieron un impacto internacional y en el territorio, a tal grado que permitió encasillar al “mexicano” como una persona proveniente del Bajío, dejando de lado las demás regiones. El tema de las ranherías fue el más difundido convirtiéndolo en el escenario donde se desarrollaba toda la trama nacional.

De la misma manera, tanto en la radio como en la prensa mexicana, el gobierno buscó la manera de hacerlos servidores de sus intereses, aunque en la práctica funcionaron más como una alianza donde ambas partes salían beneficiadas. En el sexenio cardenista

la radiodifusión se caracteriza, en primer lugar, por su utilización en gran escala por parte del gobierno para controlar, organizar y guiar la acción de las masas y enmarcar sus luchas y su fuerza política dentro del marco estatal. Se caracteriza, asimismo, por haber permanecido cerrada para la expropiación *libre y autónoma* de las clases populares y de las organizaciones sociales y políticas. Y se caracteriza, finalmente, porque a pesar de que durante él la radiodifusión comercial fue duramente criticada (...), fue justamente en este sexenio cuando, gracias a los beneficios otorgados por el gobierno a la industria de la radiodifusión, ésta alcanzó su consolidación¹¹¹.

Como dice Mejía Barquera, Cárdenas ya había mostrado capacidad de utilizar la radio como medio para difundir mensajes propagandísticos, por lo que sus conocimientos fueron importantes para llevar a cabo proyectos estatales y no dejar totalmente en manos del sector privado la industria de la radiodifusión. Los discursos del presidente eran transmitidos a nivel nacional, por ejemplo. Debido al éxito del mensaje, el mismo gobierno realizó esfuerzos por proporcionar a la mayoría de personas aparatos radiofónicos, pues de eso dependía gran parte de la propaganda por ese medio.

Las cosas cambiaron a partir de la llegada de Manuel Ávila Camacho, pues poco a poco, la Revolución como espíritu de la nación, se fue desdibujando en los discursos presidenciales, pero también en los hechos. Lo importante de ahora en adelante, sería el progreso, el crecimiento económico. La

retórica de contenido supuestamente nacionalista permitió sin duda un fortalecimiento del estado priista. La política de conciliación de clases y el abandono de diversos postulados constitucionales hizo posible que los dirigentes mexicanos de finales de la década de los cuarenta conservaran una cierta imagen nacionalista, aún cuando su política económica y cultural fuese cada vez más cosmopolita¹¹².

Ahora el nacionalismo se centraría en los avances económicos. El milagro mexicano fue eso (y más obviamente). Un patriota era un empresario que se arriesgaba a invertir

¹¹¹ Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano I (1920-1960)*, p. 62.

¹¹² Luis Javier Garrido, *Op. Cit.*, p. 269.

en el país. Un patriota era aquel que aportaba a la sociedad y cumplía con sus deberes ciudadanos. Después de 1946, los presidentes ya no fueron militares, sino civiles. El Estado nacional estaba más consolidado y ahora su objetivo era principalmente económico. Los enemigos no se encontraban necesariamente en el exterior, sino al interior del país, y eran todos aquellos disidentes que se oponían a los proyectos estatales. Las críticas eran tomadas como anti-nacionalistas, pues el Estado era igual a la nación. Los supuestos ataques a él eran también a la nación mexicana.

El Estado se convertía en el eje rector de todas las prácticas sociales, pues hasta las tendencias políticas eran censuradas. Un ejemplo de ello era el nacionalismo de López Mateos o de Díaz Ordaz, los cuales acusaban al comunismo de las críticas hacia el gobierno. Es justo a partir de 1968, como un año clave, cuando el nacionalismo mexicano comienza a tener cierto declive. El nacionalismo mexicano se convertía en folklor. Se espectacularizó.

“El nacionalismo es la premisa ideológica de la unidad y la consecuencia orgánica de la fuerza del Estado. Dialéctica sucinta: la vitalidad del nacionalismo solidifica al Estado, y el crecimiento del Estado le infunde legitimidad al nacionalismo”¹¹³. Por ello, el manejo del nacionalismo por parte del Estado se convierte en el dominio, en el control del significado de ser mexicano. Y eso tiene un impacto en la población, pues el control estatal se da en muchos ámbitos de socialización de los individuos, aunque el más importante es la escuela.

El traslado del nacionalismo mexicano a la vida cotidiana es el momento en que la ideología imperante se vuelve hegemónica. La hegemonía no implica necesariamente la no existencia de discursos disidentes, más bien esos discursos no tienen el impacto suficiente como para promover un cambio de proyecto. La consolidación del Estado y la difusión del nacionalismo por medio de la prensa, el cine, el radio y la televisión, a través de mensajes donde México es un lugar idílico, único y unido, con particularidades en las costumbres y tradiciones es una visión bastante limitada y lejana de la realidad, que no está más allá del discurso.

¹¹³ Carlos Monsiváis, “Muerte y resurrección del nacionalismo”; en Cecilia Noriega Elió, *El nacionalismo en México*, p. 448.

La imposibilidad de integrar y lograr una nueva configuración de la nación estriba en la negación de mecanismos de participación a los grupos marginados. En

algunos momentos históricos las clases dirigentes se apropian de lo que creen que es la cultura popular, y desarrollan un curioso mimetismo. De esta forma la cultura nacional bebe de las fuentes de la cultura popular. Pero no es un proceso lineal; los ingredientes populares de la cultura nacional sino meros fragmentos –con frecuencia muy distorsionados- de lo que es la vida cotidiana de la clase social de donde son tomados¹¹⁴.

En ese sentido es que la nación es un *show*, muestra unos rasgos pero mediatizados por la interpretación de la clase política e intelectual con el fin de mantenerse en el poder.

Este punto es algo presente desde la aparición del Estado nacional, pero se agrava en México con la incorporación del neoliberalismo a las políticas económicas del país. Con el fin de atraer inversión las particularidades se ven como nichos de turismo. Tradiciones y costumbres se ven descotextualizados y no adquieren una función en la vida de esos grupos, sino que sirven a pretensiones económicas que cosifican esas prácticas como si de un museo se tratara. Así concibe la nación a las particularidades culturales (grupos indígenas). De la misma manera, la cultura popular, del barrio, de las zonas rurales, se lleva a la televisión y al cine como si fueran curiosidades mexicanas, pero no se les da la dimensión necesaria. No se les ve como prácticas con las cuales se produce y reproduce la cultura de un grupo.

En muchos casos, ni los propios gobiernos tienen claro una concepción acerca de su nación, o al menos una imagen que quieran proyectar al resto del mundo y a sus gobernados. Simplemente reproducen un esquema anterior sin ningún objetivo claro. Un ejemplo de ello fue la conmemoración del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución por parte del gobierno de Felipe Calderón en 2010.

¹¹⁴ Roger Bartra, *La jaula de la melancolía*, p. 168.

3.2 Una conmemoración desdibujada

Los festejos del Centenario de la Independencia fueron verdaderamente un espectáculo. Porfirio Díaz se encargó de dar un mensaje de progreso que buscaba poner a México en el camino de las potencias europeas, y el modelo a seguir era Francia. La necesidad de echar la casa por la ventana era para mostrar a todos los inversionistas la confiabilidad del país y lograr un lugar en el mundo civilizado, sobre todo después de las largas luchas del siglo XIX.

La idea era clara. La historia nacional se interpretó de cierta manera y abarcó más allá del inicio de la lucha de independencia. Además, el uso de la propaganda fue muy claro al difundir esa idea de nación, y se expresó en los monumentos levantados, en el ensalzamiento de los héroes y las construcciones civiles de todo tipo. No sólo hubo fiestas, alegría y baile, sino que se inauguraron obras públicas, se inauguraron edificios como el Asilo General o comenzaron las construcciones de otros, como la cárcel general de San Jerónimo.

Se realizaron banquetes para recibir a los diplomáticos de los países invitados; por primera vez se iluminaron las calles con motivos festivos, hubo desfiles militares y con carros alegóricos representando actividades económicas y dedicados a personajes como Benito Juárez y Miguel Hidalgo. Se hicieron homenajes como el dedicado a los héroes de 1847 del Colegio Militar de Chapultepec y hasta se hizo un juramento a la bandera por parte de 6 mil niños en la plaza de la Constitución.

Además, hubo cierta idea sobre el rumbo de la etnología, la arqueología y la historia del país, pues se celebró el XVII Congreso Internacional de Americanistas, el cual tenía como objetivo el estudio científico de América desde una perspectiva donde se incluyeran muchas disciplinas. Pero también se publicaron obras con la interpretación positivista de la historia como *México a través de los siglos*, de Vicente Riva Palacio.

Si comparamos esta conmemoración con la realizada en el sexenio de Felipe Calderón en 2010, la segunda se queda corta, pues además de la situación de violencia del país, el gobierno calderonista no tuvo objetivos claros sobre lo que pretendía transmitir. Eso sin contar el conflicto en el Comité Organizador, pero vayamos por partes.

El 16 de junio de 2006, se publicó en el Diario Oficial de la Federación un decreto presidencial donde se establecía el año 2010 como el Bicentenario del inicio del movimiento de Independencia Nacional y del Centenario del inicio de la Revolución Mexicana; así como la creación de una Comisión Organizadora de dicha conmemoración, encargada de “preparar un Programa Base que contenga la relación de eventos, acciones, expresiones, homenajes, calendarios cívicos, conmemoraciones y demás proyectos recomendables en todo el país, para llevarse a cabo desde la entrada en vigor del presente Decreto y hasta el último día del año 2010”¹¹⁵.

Además de la Comisión Organizadora, encabezada por los presidentes de los tres poderes de la Unión y el jefe de Gobierno del Distrito Federal, el decreto proponía la creación de un Consejo Asesor con el fin de auxiliar en la realización del Programa Base de los festejos y proponer líneas de trabajo e investigación acorde con los objetivos de la conmemoración. Tal Consejo estaba integrado por investigadores de diversas disciplinas y por los titulares de dependencias de investigación histórica y cultural.

En el Consejo Asesor participaron los historiadores Enrique Florescano, Virginia Guedea, Enrique Krauze, Miguel León Portilla, Josefina Zoraida Vázquez y Fausto Zerón-Medina; los politólogos Federico Reyes Heróles y José Woldenberg, el sociólogo Rodolfo Stavenhagen, los científicos Ruy Pérez Tamayo y Pablo Rudomín, y los escritores Christopher Domínguez y Ernesto de la Peña.

A nivel institucional participan los presidentes de El Colegio de México, Javier Garciadiego; la Academia Mexicana de la Historia, Gisela von Wobeser; la Academia Mexicana de la Lengua, José Moreno de Alba; El Colegio Nacional, Jesús Kumate; El Colegio de Michoacán, Rafael Diego; y Alicia Mayer, directora del Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM. También lo hicieron René Asomoza, director del Centro de Investigaciones y de Estudios Avanzados; Consuelo Sáizar, directora del Fondo de Cultura Económica y Luis H. Álvarez, titular de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

¹¹⁵ “Decreto por el que se declara al año 2010 como Año del Bicentenario del inicio del movimiento de Independencia Nacional y del Centenario del inicio de la Revolución Mexicana y se crea la Comisión Organizadora de dicha Conmemoración”, *Diario Oficial de la Federación*, 16 de junio de 2006.

Instalada la Comisión Organizadora, Vicente Fox Quesada, presidente en aquel momento, dejó en manos de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano la coordinación de los festejos, pues el “ingeniero Cárdenas es un ejemplo de congruencia con sus ideales, y un gran luchador por la democracia. Su contribución para el avance y la consolidación de nuestra democracia ha sido fundamental”¹¹⁶. Sin embargo, después de unos cuantos meses y debido al conflicto poselectoral de 2006, Cárdenas renunció por presiones de su partido, pues su participación causaba controversia al interior del Partido de la Revolución Democrática (PRD). EL cargo lo asumió interinamente el titular del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), Sergio Vela, por lo menos hasta encontrar otro responsable.

Los trabajos de la Comisión Organizadora no fueron lo que se esperaba, pues en muchas ocasiones miembros del Consejo de Asesores ni siquiera serían convocados a las reuniones, lo cual provocó algunas renunciaciones. Un ejemplo de ello fue el historiador Enrique Florescano, el cual renunció el 4 de septiembre de 2007 por los siguientes motivos: “no se me volvió a invitar a ninguna reunión dedicada a cumplir con los fines de la Comisión Organizadora, ni tampoco se me invitó a ninguna sesión para llevar a cabo las funciones del consejo asesor”¹¹⁷.

No obstante, el equipo de trabajo continuó con varios desatinos, es más, en ocasiones tardaban meses en convocar a reuniones o ni siquiera se consultaba a los asesores. Otro descuido fue la exclusión momentánea del Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México (INEHRM) del Consejo de Asesores, una institución de por sí descuidada, pues desde 2005 no tenía un encargado a la cabeza.

El 17 de septiembre de 2007 fue nombrado Rafael de Tovar y de Teresa como el nuevo coordinador de los festejos conmemorativos. Sin embargo, a poco más de un año de haber llegado al puesto, renunció sin muchas explicaciones en octubre de 2008. La dimisión causó sorpresa, sobre todo porque ya tenía un plan general para la conmemoración. Contaba con un programa de unas 400 acciones para llevar a cabo por

¹¹⁶ Palabras del Presidente Vicente Fox Quesada durante la ceremonia de Instalación de la Comisión Organizadora para la Conmemoración del 2010, 19 de junio de 2006, Museo Nacional de Antropología e Historia, en: <http://fox.presidencia.gob.mx/actividades/orden/?contenido=25613>

¹¹⁷ Mónica Mateos Vega, “Las renunciaciones de Florescano quedaron sin efecto: CNCA”, *La Jornada*, 12 de septiembre de 2007.

parte del gobierno federal y sólo esperaba la luz verde de Felipe Calderón para presentarlo. No fue así y José Manuel Villalpando, director del INEHRM desde marzo de 2008, asumió la coordinación interina.

Las sorpresas en la preparación de los festejos no acabaron allí. A unos meses de iniciar con todo el espectáculo, Calderón emitió un decreto donde designaba a la Secretaría de Educación Pública (SEP) como encargada de la Coordinación Ejecutiva de los eventos, sin que eso significara el retiro de Villalpando de la coordinación de la Comisión Organizadora, sólo que ahora éste laboraba bajo el mando de la SEP. La explicación dada fue que se pretendía darle una mayor difusión a las distintas actividades y mejorar la transparencia en el manejo del presupuesto destinado a los festejos. Así mismo, Alonso Lujambio, titular de la dependencia, asumía la vocería sobre todo lo concerniente con la conmemoración.

Estos conflictos fueron un claro ejemplo del rumbo que iban a tomar las conmemoraciones del Bicentenario y el Centenario. Los diferentes eventos realizados en los Estados y a nivel nacional fueron buenos como espectáculos, pero no proporcionaban elementos de reflexión sobre el rumbo tomado por el Estado mexicano y todas sus problemáticas actuales. La interpretación calderonista no correspondía con la realidad y la vida cotidiana de los mexicanos.

Dentro del programa de actividades se encontraban exposiciones, la utilización de portales en internet, la publicación de libros referentes a los movimientos de Independencia y de la Revolución Mexicana, concursos, inauguraciones, festivales y espectáculos, así como el tradicional grito el 15 de septiembre y los desfiles militares y cívicos tanto del 16 de septiembre como del 20 de noviembre. Sería demasiado citar cada uno de las actividades que formaron parte de los festejos, pues no sólo hubo actividades nacionales, sino que cada Estado presentó una agenda con cosas específicas; sin embargo mencionaremos los que nos parecen más importantes.

Cabe mencionar que muchas de las actividades, eventos o presentaciones no sólo hicieron referencia al movimiento de Independencia o a la Revolución Mexicana. También hubo cosas destinadas a recordar fechas o procesos considerados significativos en la construcción de la nación mexicana. Por ejemplo, el 15 de

septiembre se llevó a cabo el ritual del “fuego nuevo” por un grupo de chamanes procedentes de diferentes regiones del país, lo cual hace una mención al pasado prehispánico.

Un rasgo donde se pudo ver una interpretación sobre la nación mexicana, su historia y sus componentes fue el desfile del Bicentenario, el mismo 15, compuesto por carros alegóricos alusivos a diferentes temas como los prehispánico, la cultura popular (donde hubo mambo, cha cha cha, bolero, cumbia), también se presentó una sección destinada a los héroes y los mitos (el globo con la figura de Kukulkán), a la nación mexicana (tradiciones de diversas regiones) y al Día de Muertos.

El evento no sólo se dio en la Plaza de la Constitución, sino que se dio en varios puntos: la glorieta del Caballito, el monumento a Cuauhtémoc, el Ángel de la Independencia y el Zócalo de la ciudad de México. En éste último se presentaron dos coreografías: el “Árbol de la Vida” y la denominada “Vuela México”; además se levantó un Coloso, el cual tuvo una gran polémica. A pesar de que Lujambio aseguró que no retrataba a ningún personaje histórico, sino a todos los héroes anónimos de las luchas de Independencia y la Revolución, el autor de la obra, Carlos Canfield, mencionó que se inspiró en Benjamin Argumedo, general que se unió a Victoriano Huerta en el golpe de Estado contra Madero en 1913¹¹⁸.

En lo que respecta a la conmemoración del inicio de la Revolución Mexicana, el 20 de noviembre se dio un desfile cívico militar donde también hubo carros alegóricos con diferentes motivos. Aunque el 2010 fue un año donde se recordaban fechas importantes como el 15-16 de septiembre y el 20 de noviembre, los festejos se vieron más enfocados a celebrar los 200 años de que México se constituyera como nación. El primer error estriba en considerar al pueblo independiente como una nación, cuando en realidad en mucho tiempo no se contó con un proyecto único ni una lealtad a la comunidad.

Una forma de difundir el conocimiento histórico fue el programa *Discutamos México*, donde se presentaron varios especialistas para analizar y conversar sobre hechos

¹¹⁸ Ariane Díaz, “El Coloso no retrata ningún personaje en particular: SEP”, La Jornada, 20 de septiembre 2010.

históricos relevantes para el país. El programa fue transmitido por televisión abierta. Además, el gobierno federal repartió libros de historia para que cada hogar tuviera uno; sin embargo, en muchos caso la repartición fue ineficiente, pues tales volúmenes no llegaron a su destino como era la intención.

En internet se pusieron a disposición de los usuarios varios portales donde se podían ver espectáculos en vivo o descargar libros clásicos sobre Historia de México, un ejemplo de ello fue la Biblioteca Digital. Según el Reporte de Actividades del Bicentenario, la página había tenido cierto éxito, pues se habían hecho más de 2 millones de descargas de textos digitalizados¹¹⁹.

En diferentes museos del país, así como en el Zócalo de la ciudad de México, se presentaron varias exposiciones, por ejemplo: México en tus sentidos, con cerca de mil fotografías y dos videos; Moctezuma II, con piezas relacionadas con el gobernante mexicana; Imágenes de la patria, que buscaba mostrar un recorrido iconográfico del acervo visual mexicano a lo largo de 200 años; entre otras. Además reabrieron sus puertas los museos de la Alhóndiga de Granaditas y el Museo Nacional de las Culturas.

Dentro de los monumentos inaugurados se encuentran el monumento a Francisco I. Madero, el Parque Ecológico Bicentenario y la Estela de Luz. Los últimos dos presentaron grandes problemas, pues ninguno estuvo concluido para la fecha deseada. Es más, la Estela de Luz se inauguró hasta el 7 de enero de 2012, después de un escándalo por corrupción y malos manejos en el presupuesto destinado a la obra. De 398 millones la obra pasó a más de mil 35 millones de pesos¹²⁰.

El gobierno emitió monedas de cinco pesos con los personajes de la Independencia y la Revolución Mexicana; trazó rutas 2010, un proyecto del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Turismo, que trata de las distintas rutas de campañas militares seguidas por los diferentes grupos insurgentes.

¹¹⁹ *Reporte de las Principales Actividades con Motivo del Bicentenario del Inicio de la Independencia Nacional y del Centenario del Inicio de la Revolución Mexicana.*

¹²⁰ Roberto Garduño y Enrique Méndez, “Denuncian que la Estela de Luz costó \$65 millones más de lo anunciado oficialmente”, *La Jornada*, 2 de febrero 2012.

También los medios de comunicación se vieron envueltos en la conmemoración. En el cine salieron películas como *Hidalgo, la historia jamás contada*, de Antonio Serrano; *El atentado*, dirigida por Jorge Fonz Pérez o *El Infierno*, del director Luis Estrada, donde se hace una crítica de la situación del país, envuelto en la lucha contra el narcotráfico y sus consecuencias. Pero es justo en la televisión donde el gobierno federal transmitió *spots* sobre el Bicentenario y los 200 años de México como pueblo independiente, los cuales son el motivo de análisis de esta tesis.

Sin embargo concluimos con algunas reflexiones sobre el año conmemorativo, dice Denise Dresser: “La historia de bronce festejada cuando debería ser cuestionada; la historia oficial cincelada cuando debería ser escrita de nuevo. Porque han sido 200 años de héroes falsos y mentiras propagadas y dictaduras perfectas y democracias que están lejos de serlo. Doscientos años de aspirar a la modernidad sin poder alcanzarla a plenitud y para todos”¹²¹, eso es lo que implicaron las actividades de la conmemoración organizada del gobierno federal. Traer la historia de bronce y no hacer una reflexión sobre la situación actual. Caer en espectáculos y no enderezar el camino en busca de un proyecto nacional más real, correspondiente con muchas de las demandas de los pueblos y los mexicanos.

“Una reflexión sobre los errores y aciertos ocurridos en los procesos de la independencia y la revolución sería la manera más útil de conmemorar 1810 y 1910”¹²². No obstante, el proyecto de Calderón y del Partido Acción Nacional (PAN) no mostró un rumbo fijo desde su llegada al poder en 2000 con Vicente Fox. Las consecuencias, a pesar de las cifras oficiales, han sido negativas para el país. Como acusa la película *El Infierno*, en el 2010, no hubo “nada que celebrar”.

¹²¹ Denise Dresser, “Problema mental”, *EL Norte*, 11 de enero de 2010.

¹²² Lorenzo Meyer, “Exactamente, ¿qué vamos a celebrar?”, *Reforma*, 18 de febrero de 2010.

CAPÍTULO 4

METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

“No combatimos en modo alguno la gloria de los autores antiguos, dejámosles todo su mérito, no comparamos ni la inteligencia ni el talento, sino los métodos; nuestra misión no es la del juez, sino la del guía.”

Francis Bacon, *Novum organum*.

Capítulo 4 Metodología de análisis

Los *spots* para analizar forman parte de todo un conjunto de actividades destinadas a conmemorar el Bicentenario del inicio de la lucha de Independencia y de festejar los 200 años del país como nación independiente. Pero también forman parte de una estrategia propagandística por parte del gobierno federal y el tema es justo la nación. Bajo este entendido, el objetivo de este capítulo es mostrar la metodología de análisis de dichos mensajes.

En primer lugar, tomamos la hermenéutica profunda de la que habla John B. Thompson en su obra *Ideología y Cultura Moderna*, pues a su parecer sirve para analizar los productos culturales de una sociedad, como los son los contenidos de los medios de comunicación. Los *spots* no escapan de esa lógica, pues independientemente de su objetivo final (como propaganda) contienen significados y elementos culturales de nuestra sociedad. Sin embargo, la perspectiva de Thompson es complementada con otros autores como Cláude Levi-Strauss, Vladimir Propp, entre otros.

Además, con el fin de proporcionar más elementos de análisis, se recurre al modelo presentado por Edmundo González Llaca en *Teoría y Práctica de la Propaganda*, donde habla de la relación entre la propaganda y el proceso comunicativo. En ese trabajo, el autor hace análisis de algunos mensajes basándose en aspectos señalados por algunos teóricos de la comunicación con el fin de hacer eficaz el proceso comunicativo y encontrar la dimensión política de los mensajes.

Lo que pretendo en este capítulo es hacer una combinación de ambos procesos de análisis, pues algunos elementos señalados por González Llaca destinados a la propaganda, pueden entrar en las fases que trabaja Thompson. Así, los mensajes serán analizados bajo la perspectiva cultural, propagandística y tomando en cuenta que están inmersos en procesos sociohistóricos específicos.

4.1 La hermenéutica profunda

Como formas simbólicas, los *spots* son parte de una construcción cultural, pero para un mejor planteamiento es necesario ubicar su producción, transmisión e interpretación dentro de una estructura social en la que imperan relaciones de dominación. Recordemos que algunas de las formas simbólicas tienen como principal objetivo el

reproducir ese tipo de relaciones. Su existencia no implica su presencia en cada uno de las dimensiones sociales, ni su funcionamiento ideológico en todo momento, eso dependerá del contexto socio-cultural donde se hagan presentes.

Por ello, el análisis de los *spots* debe ser con base en un análisis estructural de las formas simbólicas; es decir, como productos culturales enmarcados en un contexto determinado. De esta manera, el análisis no debe

limitarse a la forma del mensaje, sino definir también en qué medida la forma es determinada por las condiciones objetivas de la emisión (que determinan también el significado del mensaje, las capacidades de información, las cualidades de propuesta activa o de pura reiteración de lo ya dicho). En segundo lugar, establecido ya que estos mensajes se dirigen a una totalidad de consumidores difícilmente reductibles a un modelo unitario, establecer por vía empírica las diferentes modalidades de recepción según la circunstancia histórica o sociológica¹²³

Umberto Eco hace mención de un tercer momento en la investigación, y es la que plantea hasta dónde es posible la influencia de los mensajes como para construir un público caracterizado como *hombre-masa*. Sin embargo, no es el objetivo de esta investigación determinar ese punto, ni la aparición de industrias culturales, teoría donde se barajó más ese concepto.

Por su parte, John B. Thompson propone la hermenéutica profunda como una metodología que puede dar mejor respuesta a la relación entre significado y poder, donde la interpretación tiene un papel fundamental para el entendimiento de las formas simbólicas. Los mensajes, a final de cuentas son textos, acciones o expresiones que pueden comprenderse. Como producto de la intencionalidad de un individuo las formas simbólicas deben ser sujetas a los procesos de decodificación de los significados.

No obstante, debe quedar claro que esas formas ya son de por sí interpretadas por los sujetos emisores y receptores. El mundo social es un plano interpretado por los sujetos que interactúan. El concepto de acción social de Weber aclara muy bien ese punto, pues

¹²³ Umberto Eco, *Apocalípticos e integrados*, p. 45.

“la acción social (...) se orienta por las acciones de otros, las cuales pueden ser pasadas, presentes o esperadas como futuras (...). Los <<otros>> pueden ser individualizados y conocidos o una pluralidad de individuos indeterminados y completamente desconocidos”¹²⁴.

Tales acciones sociales conllevan siempre un sentido, por lo tanto, todas están sujetas a interpretación. Bajo esas circunstancias se crean las formas simbólicas y ello hace que nuestra investigación tienda a ser una interpretación de la interpretación; es decir, reinterpretamos el mundo social y el sentido que movilizan los actores. Por eso es muy importante tomar en consideración la intención de los emisores y las condiciones de consumo por parte de los receptores, así como la parte formal de las construcciones simbólicas.

Estos tres aspectos (la producción, el mensaje y el consumo de las formas simbólicas) no deben dejarse así. El uso propagandístico de determinados rasgos identitarios y la utilización de conceptos como la nación y la ciudadanía implican relaciones de dominación desde el punto de vista estatal y de los grupos étnicos componentes de un Estado nacional, pero también otro tipo de relaciones sociales. En ese sentido, los *spots* implican aspectos ideológicos destinados a reproducir esas relaciones.

Uno de los objetivos de nuestro análisis es, como plantea Teun van Dijk, una investigación que se dirige a “subrayar las ideologías que desempeñan un papel en la reproducción de o la resistencia a la dominación o la desigualdad”¹²⁵. Nosotros optaremos por la primera opción, la de ver la ideología que reproduce las relaciones de dominación presentes en un mensaje como los *spots* del Bicentenario. Evidentemente partimos del supuesto de la existencia de una formación simbólica con usos ideológicos por el hecho de ser producido y transmitido por parte del gobierno federal mexicano.

Con esta propuesta metodológica veremos hasta qué punto existe una dimensión ideológica en los mensajes propagandísticos. Pero también como punto de partida tomamos en cuenta que este tipo de mensajes tiene como función la legitimación o

¹²⁴ Max Weber, *Economía y Sociedad*, p. 18.

¹²⁵ Teun van Dijk, *Racismo y análisis crítico de los medios*, p. 16.

deslegitimación de un proyecto político. Desde esta perspectiva se mantiene la ideología como un factor a consideración para el análisis.

Entonces, la producción, el mensaje y la interpretación de los mensajes, independientemente de si son propagandísticos o no, deben de aterrizar en un contexto ideológico. Las desigualdades de una estructura social se expresan cotidianamente e incluso de manera inconsciente, pero también por medio de discursos. La “dominación que se implemente en forma discursiva implica un acceso preferente al texto y al contexto, que se toman como base o recurso de poder, comparable a recursos sociales tales como la riqueza, los ingresos, un buen empleo, la posición, el estatus, el conocimiento y la educación”¹²⁶

En ese sentido, Thompson complementa esta visión y habla de tomar en cuenta para el análisis de la cultura dos aspectos más: la reproducción simbólica de las condiciones de reproducción y la reproducción simbólica de las condiciones de recepción, pues en un contexto ideológico es importante ver cómo algunos grupos se apropian de los medios para llevar a cabo ambas acciones. Sin embargo, la primera puede ser enmarcada cuando abordemos la producción de la forma simbólica y la segunda cuando mencionemos su consumo.

Dentro de la hermenéutica profunda de la que habla Thompson son importantes tres etapas del análisis. En primer lugar hablamos de un análisis sociohistórico, el segundo momento es el análisis formal y el tercero la interpretación. Dar prioridad a lo sociohistórico lo único que nos puede proporcionar es un panorama contextual de dónde se producen, transmiten y consumen los productos culturales, específicamente en nuestro caso, los mensajes propagandísticos en *spots*. Si sólo se pone énfasis en el aspecto formal, por más habilidad en el análisis, el mensaje queda descontextualizado. Y si se pone atención sólo a la recepción es no tomar en consideración la estructura social y lo formal del mensaje como factores que influyen en ella. A continuación desarrollaremos los puntos del análisis con mayor detalle.

¹²⁶ *Ibíd.*, p. 19.

Thompson define en primer lugar el análisis sociohistórico, y lo hace de la siguiente manera: “El objetivo (...) es reconstruir las condiciones sociales e históricas de la producción, la circulación y la recepción de las formas simbólicas”¹²⁷. Dentro de ese ámbito, es necesario tener un panorama amplio, por lo tanto, se comienza con un aspecto espacio temporal en el que se producen los mensajes; en segundo lugar enmarcamos la construcción, la transmisión y el consumo de las formas simbólicas dentro de instituciones y una estructura social determinadas sociohistóricamente.

Como pensaban los estructural-funcionalistas, la estructura social es una relación entre las partes, donde cada uno de los elementos que la componen (instituciones) tienen una función, tal es el pensamiento de Radcliffe-Brown. Pero también es un lugar donde interactúan los sujetos con base en las posiciones que mantienen dentro de ese complejo y donde se ven inmersos en relaciones asimétricas y desiguales, como menciona Thompson¹²⁸.

El análisis sociohistórico debe poder identificar cuáles son las relaciones estables y cuáles son las contingentes. Las relaciones estables no implican una fijación temporal permanente. La estructura está sujeta a cambios y son producidos por la interacción entre todos los elementos. Por eso hablamos de una cualidad contextual de la estructura, corresponde a una realidad social e histórica específica y dispuesta a la transformación.

En último lugar, es necesario retomar los aspectos técnicos; es decir las cualidades de los medios de transmisión de los mensajes.

Los medios técnicos confieren a las formas simbólicas ciertas características, con cierto grado de fijación, cierto tipo de reproductibilidad, y cierto grado de participación para los sujetos que lo emplean. Por supuesto los medios técnicos no existen aislados. Se insertan siempre en contextos sociohistóricos particulares; presuponen ciertas habilidades, reglas y recursos para codificar y decodificar mensajes, atributos distribuidos en sí mismos de manera desigual entre los individuos; y con frecuencia se despliegan en aparatos institucionales específicos

¹²⁷ John B. Thompson, *Op. Cit.*, p. 409.

¹²⁸ *Cfr. Ibid.*, p. 410.

que pueden estar relacionados con el control de la producción y la circulación de las formas simbólicas¹²⁹.

La segunda etapa del análisis se centra en lo que Thompson denomina como formal o discursivo, aunque nos parece que éste último es el nombre más idóneo. El aspecto formal está dentro del análisis discursivo y de hecho es sólo una de sus aristas, enfocado a los componentes y la forma en que se relacionan para dar un sentido o significado. Por eso, primero que nada es necesario aclarar y tomar como punto de partida una definición de discurso.

Según Fairclough, el discurso debe abordarse desde un concepto tridimensional: “un discurso es a un tiempo un texto (hablado, escrito, ritualizado), una práctica discursiva (que implica producción, transmisión e interpretación del texto) y una práctica social”¹³⁰. Para efectos de esta investigación tomaremos en cuenta la primera opción, pues nuestros objetivos son modestos. Además, la dimensión concerniente a la práctica discursiva y la denominada como práctica social coinciden con todo el conjunto analítico del que habla Thompson y denomina como hermenéutica profunda.

Si tratamos al discurso como un texto, existen múltiples formas de abordarlo. Las técnicas de análisis van desde el ámbito semántica, sintáctico, narrativo, entre muchos otros. Para efectos de este trabajo abordaremos el análisis de los *spots* desde una perspectiva triple. Primero, trataremos una dimensión formal del mensaje; posteriormente, haremos un análisis del aspecto simbólico y por último nos enfrentaremos a un carácter narrativo de los *spots*.

La importancia del análisis formal estriba en que a través de las formas es como se transmite el contenido de los mensajes. De ninguna manera la forma puede ir separada de la sustancia. La “forma supone y expresa la idea que la origina y es la manifestación patente de la inteligencia que la produjo. De igual manera, el concepto se vuelve preciso en la figura exacta que le da forma”¹³¹. Esto se apoya en la idea de que todo signo tiene dos partes: un significado y un significante, ambos interdependientes. De esta manera el

¹²⁹ John B. Thompson, *Op. Cit.*, p. 411.

¹³⁰ Antonio Ariño, *Sociología de la cultura: la constitución simbólica de la sociedad*, p. 143.

¹³¹ Julio Amador Bech, *El significado de la obra de arte*, p. 17.

aspecto formal de un mensaje tiene la misma importancia que el significado, ambas partes aportan el sentido de las formas simbólicas. La imagen y el texto de los *spots* será nuestro campo de acción para hacer efectivo el análisis.

Como se trata del análisis de un mensaje audiovisual, es muy importante tomar en cuenta el audio, el texto y las imágenes y determinar cuáles son los componentes de cada uno. En el caso del audio y el texto, es necesario tener claro cuáles son los elementos usados, es decir, las palabras. Así mismo, el proceder en las imágenes tiene como objetivo separar sus elementos: líneas, puntos, colores, el tono.

Pero no sólo se trata de los aspectos más abstractos del mensaje. También debemos llevar el análisis formal a los componentes de esa imagen; en otras palabras, es necesario tomar las composiciones realizadas por la estructuración de los puntos las líneas, los colores, los tonos, etcétera: las figuras. Y eso es visible en los objetos, personajes y ambientes donde se desenvuelve una acción, lo cual se conecta con su consideración narrativa y que tomaremos más adelante.

Como nuestros mensajes a analizar hablan de cuestiones sociales como el festejo por el nacimiento de una nación, es natural que aparezcan personas en un ambiente específico; por lo tanto deben verse dos aspectos. “A) El campo específico de la apariencia física del cuerpo humano, sus movimientos y gestos corporales. B) Los aspectos que configuran la atmósfera o escenografía de conjunto, dentro del cual se sitúan esas figuras humanas: el paisaje y los interiores”¹³². Sin embargo, en la parte física es necesario hacer algunas especificaciones. Dentro de ella deben tomarse en cuenta la configuración física, la vestimenta, las posturas, emblemas, indicadores de *status*, expresiones faciales, entre otras cosas porque nos pueden decir mucho acerca de lo que representa el mensaje.

Antes de pasar a las representaciones de las formas simbólicas también debemos hacer un alto en el camino para indicar una cuestión más de esta parte del análisis. En la parte formal también es necesario indicar los aspectos técnicos, pues es muy importante en la transmisión del sentido del mensaje; por ejemplo, la duración. Una problemática de los

¹³² *Ibíd.*, p. 52.

spots es que deben transmitir y explicar todo un mensaje en tan poco tiempo. Su defecto no radica en la posibilidad o imposibilidad de hacerlo, sino en que la clase política pretende dar a conocer toda una plataforma electoral o un proyecto nacional en unos cuantos segundos.

La segunda parte del análisis discursivo es el simbólico. Ya identificadas las figuras componentes del mensaje, ahora es indispensable relacionarlas con algo a lo que se refieren. Reiteramos que una de las propiedades de las formas simbólicas es esa, la referencial, donde el conjunto nos dice algo sobre algo.

El simbolismo puede referirse a cuestiones mitológicas, religiosas o incluso a ámbitos cotidianos. El simbolismo de alguna manera es abierto y depende de la interpretación de los individuos, pero en el análisis podemos acotar este problema si consideramos los antiguos usos del símbolo. Bech parafrasea a Gilbert Durand cuando menciona que el “símbolo es concreto, motivado, inadecuado; el significado es imposible de presentar y el signo sólo puede referirse a un sentido, y no a una cosa sensible, es la mejor representación posible de lo desconocido”¹³³.

No obstante, en esta visión se mantiene una versión un poco hermética de los símbolos por su clara relación con lo religioso, lo mitológico o lo esotérico. Pero una de las funciones del símbolo es la de representar algo. En ese caso, cualquier signo podría tener esa función, con ciertos grados de complejidad a considerar. La propaganda hace constante uso de símbolos que logran condensar en una sola forma un sinnúmero de significados, por ejemplo el Che Guevara, una estrella roja o un martillo y una hoz. Con el sólo hecho de tenerlos a la vista uno puede interpretar, con ciertos conocimientos anteriores, el significado de estos símbolos asociados con las luchas revolucionarias o con interpretaciones menos favorables como la represión en el caso del símbolo comunista.

Entonces, gracias a una investigación sociohistórica seremos capaces de identificar esos símbolos y comprender el sentido de la construcción de una forma simbólica, aunque eso podremos hacerlo mejor si tomamos la última parte del análisis discursivo: el

¹³³ *Ibíd.*, p. 76.

análisis narrativo, donde identificaremos personajes y sus funciones; y esto lo haremos de la mano de Vladimir Propp.

Cuando Claude Lévi-Strauss retomó uno de sus trabajos, *Morfología del cuento*, lo hizo con el fin de analizar los mitos de una manera narrativa. Aunque su metodología de análisis para los mitos varió mucho a lo largo de sus trabajos, pues según declaraciones del mismo autor estaba en constante construcción debido a la complejidad del objeto de estudio, una de las cosas que constantemente retomó fue la función de los personajes en la narración. Y es que para Lévi-Strauss no era erróneo equiparar el análisis de los mitos con el de los cuentos pues al final, los cuentos, las leyendas, las historias eran formas derivadas de los mitos. Eran una reproducción del contenido mítico mediante otras formas.

Propp parte de la noción de una estructura permanente presente en todos los cuentos, por lo que se le puede considerar como una totalidad. De esta manera, las partes constitutivas de un cuento podían trasladarse a otro sin ningún problema, pues la estructura era la misma. Sin embargo, las partes de la estructura sólo podían ser perceptibles por medio de identificar las funciones de los personajes, las cuales representan las partes fundamentales del cuento y la mejor forma de proceder en la investigación.

Para Propp, en todos los casos

hay valores constantes y valores variables. Lo que cambian son los nombres (y al mismo tiempo los atributos) de los personajes; lo que permanece constante son las acciones, o sus funciones. De donde se puede concluir que el cuento atribuye frecuentemente las mismas acciones a personajes diferentes. Esto nos permite estudiar los cuentos a *partir de las funciones de los personajes*¹³⁴.

Tales funciones son limitadas y se encadenan siempre de la misma manera, por lo que así se hace visible la estructura del texto.

¹³⁴ Vladimir Propp, *Morfología del cuento*, p. 30. Las cursivas son del autor.

Los personajes, la forma en que se encadenan y entran a la historia son de carácter secundario pues son valores variables. Sin embargo, allí es donde se centrará la crítica de Lévi-Strauss a la metodología de Propp, pues quedarse en lo formal, sin darle el mismo peso a los personajes, sus atributos y el contexto donde se desenvuelven es vaciar de contenido a las acciones. Dice Lévi-Strauss:

Hemos denunciado el error del formalismo, que consiste en creer que se puede abordar de inmediato la gramática y diferir el léxico. Pero lo que es cierto para un sistema lingüístico cualquiera, lo es, y mucho más, para los mitos y cuentos, porque en este caso la gramática y el léxico no sólo están estrechamente unidos, sin dejar de operar en niveles distintos: gramática y léxico se adhieren entre sí por toda la superficie, y se cubren una y otro completamente¹³⁵.

Los personajes, en este caso, son igual de importantes que las actividades que realizan y se les debe dar la misma importancia en el análisis narrativo. Por ello, anteriormente mencionábamos los aspectos físicos de los personajes y el ambiente en el cual se desenvuelven. Así, analizamos personajes, acciones y situaciones. El *spot* nos cuenta algo, y específicamente el mensaje propagandístico nos cuenta algo para persuadirnos.

Con este paso completamos el tercer paso del análisis, pero no debe quedar así, debemos empatar los tres análisis: el formal, el simbólico y el narrativo, y emitir una interpretación que versa solamente sobre el contenido del mensaje y la posible intención del emisor. Debemos recordar que el emisor actúa con base en un sentido dirigido hacia los otros, independientemente de si los otros toman su acción en cuenta o la interpretan adecuadamente. El emisor actúa con base en su interpretación del mundo.

Y por eso debe considerarse para la tercera parte del análisis basado en la hermenéutica profunda. Si bien la intención del autor de un mensaje puede ser una, la interpretación de los receptores no necesariamente coincide con ella. El receptor también forma parte de una cultura y está dentro de una estructura social determinada sociohistóricamente. Esto determinará las formas en que se dará el consumo de las formas simbólicas.

¹³⁵ Claude Lévi-Strauss, *Antropología estructural. Mito, sociedad, humanidades*, p. 140.

El ideal del consumo de los productos culturales es lograr la comprensión de ambas partes por medio de la fusión de horizontes históricos, como decía Gadamer. Sin embargo, los diferentes contextos a los que pertenecen los diferentes receptores del mensaje complica el asunto. A pesar de los estudios de mercado realizados por empresas para difundir mensajes acordes a un sector de la población específico, su transmisión por medios de comunicación audiovisuales no impide que otros “ajenos” a esas características los vean (como en la publicidad o el *marketing político*). Incluso aunque el mensaje sea de contenido más estandarizado como puede ser el propagandístico, las condiciones de decodificación del mensaje no tienen esta característica.

El receptor no sólo es un consumidor del mensaje, no es pasivo,

consume el mensaje en la *desatención*, a veces lo interpreta adrede como *sueño con los ojos abiertos* y no le atribuye funciones cognoscitivas, otras veces responde (en especial si es interrogado al respecto) con la *reticencia* de quién no se siente implicado, y en ocasiones esta reticencia está *políticamente institucionalizada*, y los mecanismo de defensa pueden llegar incluso a la *autoexclusión*¹³⁶.

En la parte sobre la recepción del mensaje es necesario también acudir a las condiciones sociohistóricas y técnicas en las cuáles se da el consumo de las formas simbólicas. En el mismo proceso de recepción se pueden dar relaciones de dominación, por el simple hecho de que hay una lengua específica en el mensaje, es transmitido por un canal al cuál probablemente sólo algunos puedan acceder ya sea de manera individual y colectiva, además de que la interpretación se hace con base en un complejo cultural específico. Todo ello determina en gran medida el proceso de comunicación y por ende el de la propaganda.

El análisis podemos cerrarlo con una interpretación del conjunto analítico antes mencionado. La “interpretación implica un nuevo movimiento del pensamiento: procede por síntesis, por la construcción creativa de un significado posible”¹³⁷. Es posible porque recordemos que nuestra investigación se trata de una reinterpretación de

¹³⁶ Umberto Eco, “¿El público perjudica a la televisión?”; en Miquel de Moragas, *sociología de la comunicación de masas*, p. 192. Las cursivas son del autor.

¹³⁷ John B. Thompson, *Op. Cit.*, p. 420.

un mundo interpretado con anterioridad. Mediante estos análisis nos acercamos a un fenómeno de la realidad, pero debido a su complejidad no somos capaces de comprenderlo con profundidad. Lo que hacemos mediante esta metodología es permitirnos una fusión de horizontes históricos, donde existe la posibilidad de que nuestra interpretación del fenómeno sea la adecuada para comprenderlo.

4.2 El análisis propagandístico

Aunque la hermenéutica profunda nos permite analizar la ideología que está detrás de los *spots* por medio de la interpretación de los mensajes y las condiciones de su producción y recepción, el modelo de Edmundo González Llaca para estudiar la propaganda nos da otros elementos para profundizar respecto a las características de los *spots*. Y nos da una serie de puntos a considerar en el análisis: 1) la situación económica, política y social en la que la comunicación se realiza, 2) el emisor, 3) el codificador, 4) el mensaje, 5) el medio, 6) el decodificador, 7) el receptor de la comunicación, 8) el entorno ideológico, 9) la atención que debemos obtener, 10) las motivaciones utilizadas, 11) el ritmo de nuestra comunicación y 12) la conducta que solicitamos¹³⁸.

No obstante, varios de estos elementos ya están considerados dentro de la metodología propuesta por Thompson. Por ejemplo, el análisis sociohistórico ya toma en cuenta las condiciones económicas, sociales y políticas en las que se da el proceso de comunicación, el entorno ideológico y también toma en cuenta al emisor, en este caso el gobierno federal, pues la propaganda es emitida por un actor importante dentro del sistema político mexicano. La decodificación y la decodificación también son retomadas por Thompson en los aspectos que influyen la construcción y la interpretación de los mensajes.

Por otra parte, el análisis del discurso toma en consideración el código; es decir, las convenciones culturales que ordenan los mensajes de los procesos comunicativos, es lo que le da sentido al cuerpo de símbolos del emisor. Y por último, dentro del análisis sobre las condiciones de recepción de los mensajes y la interpretación ya se encuentra

¹³⁸ Cfr. Edmundo González Llaca, *Op. Cit.*, p. 75.

el medio, pues ese factor influye en la interpretación de los *spots*, por su papel dentro del alcance y la forma en que llegan los mensajes a los receptores.

Sin embargo, hay otras cosas que no estaban tomadas en cuenta, pero pueden fusionarse en las otras dos partes de la hermenéutica profunda. Por lo tanto, explicaremos brevemente en qué consiste cada uno de esos elementos. Dentro del análisis del discurso incluiremos la atención que debemos obtener, las motivaciones utilizadas, la conducta que solicitamos y el ritmo de comunicación.

La atención es un factor clave de la comunicación, y más si se refiere a la propaganda, pues en el momento en que una campaña no es atractiva, el elemento persuasivo puede perderse. González Llaca cita el modelo de persuasión de la Universidad de Yale la cual consta de seis fases, donde la atención del mensaje se encuentra en un segundo lugar¹³⁹. El principal reto es que el propagandista encuentre a qué elementos toma más atención los receptores de la comunicación, por ello, debe hacer uso de una diversidad de estímulos musicales, visuales, narrativos, entre otros con el fin de captar la concentración del público.

Además, el mensaje debe hacer referencia a las creencias y las cuestiones cotidianas de su auditorio, pero con sencillez, sin caer en pretensiones como las de querer explicar todo un sistema de ideas en un solo *spot*. La necesidad de que el mensaje tenga cierta relevancia cultural es con el objeto de que el receptor apruebe la propuesta, pues se tiende a rechazar lo que no cae dentro del rango de ideas aceptadas por una comunidad. Sin embargo, la creatividad no debe opacar la idea, pues es posible que los individuos se distraigan.

Como dice el autor, el “ser humano, antes de actuar, evalúa tanto el sacrificio que implica su acción como la compensación, y mide esta en la necesidad que habrá de ver satisfecha”¹⁴⁰. La afirmación anterior no implica sólo un gasto de energía física, también se refiere a necesidades culturales, psicológicas que deben verse satisfechas, como lo puede ser la aceptación o rechazo dentro de un grupo.

¹³⁹ *Ibíd.*, pp. 92-93.

¹⁴⁰ *Ibíd.*, p. 96.

Con base en ese comportamiento, es fundamental para el propagandista saber qué motivaciones o necesidades serán explotadas dentro del mensaje con el fin de obtener una respuesta satisfactoria de los receptores. Ante ello, Clyde Miller establece cuatro formas de motivar la acción: 1) palancas de adhesión, cuyo objetivo es hacer aceptar a las personas ciertas cosas asociándolas con lo “bueno”; 2) palancas de rechazo, donde la asociación se hace con base en lo que provoca disgusto; 3) palancas de autoridad, en las cuales se muestra la experiencia de otros sujetos que han pasado por la misma situación; 4) palanca de conformidad, que busca la solidaridad y apela a las emociones de un grupo¹⁴¹.

Esas palancas suelen motivar la acción y toman la experiencia de los individuos, pues se acerca a las necesidades del entorno específico donde se desarrollan. La propaganda con esta característica no debe hablar directamente sobre las necesidades que serán satisfechas en caso de actuar en consecuencia. La conducta no sólo se logra por medio de beneficios, sino movilizándolo el castigo y el miedo como elementos presentes en la vida de los individuos.

En cuanto al ritmo, éste se refiere a la intensidad en la que se transmitirán los mensajes por el canal elegido previamente. El ritmo debe ser constante, pero sin cansar a la audiencia, pues eso minaría la posibilidad de conseguir la conducta deseada, y probablemente ni la atención acapararía. Cuando una idea es sencilla, a repetición hasta la saciedad no producirá a la larga ningún efecto positivo, en todo caso, es necesario cambiar la envoltura, aunque el contenido sea el mismo. La idea puede ser igual, pero la forma de estructurarla y presentarla debe variar con el fin de mantener la novedad y la capacidad de asombro del auditorio.

Por último, el mensaje está destinado a obtener una conducta o un cambio en las ideas y actitudes. Según González Llaca, el propósito de la comunicación política es influir, no interactuar y mantener un diálogo con los otros actores. El interés del propagandista es que la respuesta a sus mensajes se vea concretada en un comportamiento o en una modificación de las ideas. El llamado a una conducta específica no sólo implica el llamado por sí mismo, sino la petición de cierto tipo de conducta específica, el dónde y

¹⁴¹Cfr. *Ibíd.*, p. 97.

el cuándo de su actuación. Todo mensaje propagandístico debe llevar, aunque sea de manera implícita, una conducta deseada.

En otras palabras, el mensaje no sólo explota las necesidades de un grupo específico, trata de sugerir las formas de satisfacción de dichos menesteres. La conducta deseada responde a las creencias de los individuos y al entorno en el que se desenvuelven. Tomando todo lo anterior como punto de partida, pasaré al estudio de caso; es decir, al análisis de los *spots*.

Nuestro modelo, desarrollado a partir de dos pilares como Thompson y González Llaca, pretende dar cuenta de los manejos ideológicos de ideas como la nación. Pero no sólo se trata de la ideología utilizada en un mensaje propagandístico, sino de la presencia de la ideología desde la elaboración de un producto cultural como lo son los *spots*. Se intenta ver la dimensión política, pero también la dimensión cultural de la ideología como una cuestión estructural de la sociedad y que es reproducida, puede que incluso inconscientemente, por los contenidos de los medios de comunicación.

CAPÍTULO 5

EL BICENTENARIO EN *SPOTS*

“Si supieras, Max, qué terror me dio la primera vez, cuando vi todas esas páginas en blanco, cuando me di cuenta que si no encontraba mis recuerdos tendría que inventarlos.”

Fernando del Paso, *Noticias del imperio*.

5. El Bicentenario en *spots*¹⁴²

Como parte de la conmemoración del Bicentenario del inicio de la lucha de Independencia y el Centenario del inicio de la Revolución Mexicana, en el año 2010 el gobierno federal transmitió unos *spots* destinados a celebrar ambas fechas. Para ese efecto decidió sacar una serie de tres mensajes llamados “Tú eres México” y otro *spot* titulado “¿De qué te sientes orgulloso?”. En este trabajo decidimos inclinarnos por el análisis de uno solo de los mensajes de la serie “Tú eres México” y el llamado “¿De qué te sientes orgulloso?”.

Sólo tomamos en cuenta uno de la serie “Tú eres México” porque en todos se sigue más o menos la misma secuencia y los mismos temas a tratar, a final de cuentas, uno de los cometidos es la de exaltar la unidad nacional. Por ello optamos por el que de manera arbitraria nos pareció el más representativo y donde creemos que la intencionalidad del emisor es más explícita.

El análisis parte de la mezcla entre los modelos metodológicos de Edmundo González Llaca y John B. Thompson, descritos en el capítulo anterior, para analizar la propaganda y los productos culturales de los medios de comunicación. De esta manera el análisis se enriquece y se logran dos cometidos: ver el *spot* como un discurso ideológico y cultural dentro de una estructura de dominación sociohistórica y ver el *spot* en términos de su elaboración como mensaje propagandístico.

Para efectos del análisis, también hemos decidido adoptar lo siguiente. En primer lugar haremos el análisis sociohistórico de ambos mensajes, pues son producidos por el mismo emisor: el gobierno federal, y por el mismo medio: la televisión. Posteriormente pasaremos al análisis discursivo de cada uno de los *spots* tomando en cuenta sus tres componentes: el análisis formal, simbólico, narrativo y los elementos proporcionados por González Llaca. Finalizaremos con las condiciones sociohistóricas de recepción y una interpretación nuestra sobre ambos mensajes.

¹⁴² Los *spots* fueron conseguidos en internet en la página www.youtube.com. Las capturas de las imágenes presentadas en este trabajo son mías.

5.1 Análisis sociohistórico

En primer lugar, la producción de ambos *spots* se vio enmarcada en la coyuntura del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución Mexicana en 2010. En segundo lugar, la celebración a nivel federal se dio de la mano de un partido de derecha en el poder, al cual le tocó encabezar la conmemoración: El Partido Acción Nacional (PAN), un partido que se ha identificado con la democracia, pero no necesariamente con el nacionalismo.

Recordemos que el nacionalismo fue un discurso del cual se apropió el Partido Nacional Revolucionario (PNR) desde su surgimiento en 1929 y el PAN surge como respuesta a las prácticas del poder concentradas en ese partido. Si bien a lo largo del siglo XIX no logró consolidarse un modelo de nación por los múltiples conflictos, a finales de ese mismo siglo sí se permite una estabilización de la mano del liberalismo triunfante: Juárez, Lerdo de Tejada y Díaz. Y eso sienta las bases para la identidad nacional, de allí que Porfirio Díaz muestre la grandeza del país con motivos del Centenario de la Independencia, con el fin de integrar al país al progreso de las sociedades civilizadas.

Como señala Arnaldo Córdova, la ideología de la Revolución¹⁴³ compartía el mismo interés con el porfirismo de lograr el progreso del país y meter a México en el rumbo del capitalismo. La diferencia estribaba en que la Revolución buscaba proteger los derechos de los trabajadores y campesinos, con los cuales mantendría una relación constante a través de su corporativización e integración en el Partido de la Revolución Mexicana (transformación del PNR en el sexenio de Lázaro Cárdenas). De esta manera la nación era un supuesto bajo el que actuaba el partido en el poder.

El PAN nunca se sintió identificado con las prácticas del PRM, pues lo veía como el resultado de compadrazgos y demagogia, no como el fruto de la democracia donde los individuos fueran capaces de organizarse desde abajo. La militancia política panista combinada con su fe religiosa era considerada como una ambigüedad pero peligrosa, pues ponía en riesgo los logros sociales de la Revolución¹⁴⁴, a decir de Daniel Cosío Villegas, pues implicaba una alianza con sectores no progresistas como la Iglesia.

¹⁴³ Cfr. Arnaldo Córdova, *La Ideología de la Revolución Mexicana*.

¹⁴⁴ Cfr. Enrique Krauze, "Claroscuros del PAN"; en www.lettraslibres.com.

Ideológicamente el PAN no tiene mucha simpatía por el modelo nacional impulsado por el PRI y sus antecesores (PNR y PRM) y esa puede ser una explicación del desinterés por sacar adelante una conmemoración con más contenido y bien armada. La muestra del abandono del Bicentenario y el Centenario fue la organización de las fiestas. El gran conflicto por el que pasó la Comisión Organizadora, por el cual pasaron muchos personajes y terminó dirigido en último momento por la SEP, encabezada por Alonso Lujambio.

Y una cuestión más es la de que su candidato en 2006, Felipe Calderón, llegó a la presidencia con una fuerte acusación de fraude que le restó legitimidad, sin minarla totalmente. Este señalamiento es importante, pues la presidencia en México había significado un punto central del sistema político mexicano. Durante varios años, incluso a pesar de severos cuestionamientos, el Estado mexicano, encabezado por un poder Ejecutivo fuerte, se encargó de organizar muchos aspectos importantes de la vida del país, desde la economía hasta la satisfacción de las demandas populares. Sin embargo, a partir de la década de los sesenta, el poder concentrado en el presidente y el Partido Revolucionario Institucional sufrió un descalabro por las movilizaciones sociales de varios sectores de la población y por las crisis económicas de finales de los setenta.

La presidencia de Ernesto Zedillo de 1994 a 2000 es el sexenio que marca la posterior alternancia en el poder Ejecutivo, pues en la mayoría de los Estados de la república continúa el PRI en la mayoría de las gubernaturas. Pero también significa un momento donde la presidencia comienza a tener un papel menos importante para la clase política, en comparación con décadas anteriores donde era el eje de la toma de decisiones. A reserva de una mayor investigación en el tema, pasa lo contrario en la población, pues la presidencia sigue como parte importante de la política mexicana.

El ambiente de 2006 se tensó más, pues a partir de ese momento el candidato de izquierda, Andrés Manuel López Obrador, y sus allegados realizaron varias acciones de protesta por el fraude electoral de 2006 e incluso constituyeron un movimiento social llamado Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) con el fin de lograr una “revolución de las conciencias”. Dicho movimiento se ha mantenido y fue uno de los principales apoyos de López Obrador para las elecciones del 1 de julio de 2012.

Este hecho es importante porque se constituirá como punto de partida para muchos acontecimientos políticos y la acción de la clase política y los ciudadanos. Elecciones, movimientos, protestas, reformas constitucionales, entre otras cosas, tendrán como fundamento la elección de 2006; y lo mismo sucederá con las celebraciones, los proyectos políticos y la propaganda nacionalista, aunque la celebración, independientemente de la situación política se debería llevar a cabo.

No obstante, no debemos olvidar al tercer partido político importante del país: el PRI, pues después de varias décadas en el poder se convertía en oposición y no era la mayoría en el Congreso, al menos hasta el 2009, cuando hubo renovación de la Cámara de Diputados. Su presencia se vuelve indispensable para el análisis de la propaganda nacionalista como ya lo hicimos en el capítulo 3.

Debemos de enmarcar los *spots* en un marco mucho más amplio. El modelo económico neoliberal y el decaimiento del discurso nacionalista. Ambos elementos están vinculados. La globalización ha puesto en entredicho la existencia de límites tan específicos de carácter político y cultural, sobre todo cuando no sólo los efectos se ven en aspectos económicos, sino también en cuestiones sociales como la migración.

De ninguna manera se pone en entredicho la existencia de la identidad nacional. Más bien. Estos procesos globales la complican. La consciencia sobre la comunidad se da dentro de un margen mucho más amplio, donde la interacción con otros lugares del mundo ponen en otra perspectiva las experiencias de los individuos. Dentro de este marco es donde se debe interpretar la alternancia en el poder y el abandono del discurso nacionalista y revolucionario incluso por parte del mismo PRI. Y eso se percibe en los discursos políticos y en los intentos de reformas económicas donde se pretende introducir capital privado (extranjero) en áreas antes estratégicas de la nación, por poner un ejemplo.

Las condiciones internacionales de alguna manera influyen, si no es que condicionan, la práctica política en el país y por lo tanto de los discursos que buscan legitimar las acciones de la clase política. El abandono del discurso nacionalista y revolucionario responde a los nuevos intereses económicos que han entrado en juego desde hace algún tiempo. La economía multinacional no puede actuar en un mundo donde las naciones

todavía están por encima de lo económico. En estos momentos lo económico tiene más peso que lo político.

El neoliberalismo entró en vigor en México con la llegada de Miguel de la Madrid Hurtado a la presidencia en 1982 y después que sus antecesores vivieran una época de crisis económica y llevaran a cabo nacionalizaciones como la de la banca. Con la llegada de las políticas neoliberales la participación del Estado mexicano se redujo rápidamente. A partir de ese momento, los proyectos de desarrollo y crecimiento se basaron en esta doctrina. .

Una de las consecuencias de esas políticas fue el constante aumento de la pobreza a pesar de la mayor inversión privada en el país. El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) reportó en 2010 que “entre los 10 municipios con más población en pobreza extrema están Ecatepec, Toluca, Iztapalapa, León, Puebla, Juárez y Acapulco con 405 mil 499 pobres, mientras que Cochoapa el Grande y Metlatónoc, en Guerrero, son los que tienen el mayor porcentaje de población en pobreza extrema, con 82.6 y 77 por ciento de sus habitantes”¹⁴⁵.

Esto tan sólo es un indicativo de algunos de los municipios más pobres del país, pero según los reportes de 2010, en el país existían 52 millones de personas en pobreza y en pobreza extrema. Según el Centro de Estudios e Investigación en Desarrollo y Asistencia Social (CEIDAS), entre 2001 y 2010 fallecieron 85 mil 343 personas por desnutrición, frente a las casi 60 mil personas asesinadas en la “guerra” contra el narcotráfico, iniciada en 2006. Pero conforme ha avanzado el tiempo la cantidad de personas en situaciones difíciles crece a pasos agigantados.

No obstante, las problemáticas no son causadas solamente por la inoperatividad del gobierno, sino por la reducción de recursos destinados al campo, una disminución que se registró desde 1965. La preferencia por la industrialización (en realidad por la manufactura) concentró los esfuerzos en las zonas urbanas y abandonó progresivamente el campo y a sus trabajadores como eje rector de la economía nacional.

¹⁴⁵ Citlali Giles Sánchez, “Ubican en Guerrero tres de los 10 municipios más pobres del país”, *La Jornada Guerrero*, 12 de febrero de 2012 en <http://www.lajornadaguerrero.com.mx/2012/02/12/index.php?section=regiones&article=011n1reg>

Ante tales condiciones, el narcotráfico se convirtió desde antes de 2010 en uno de las fuentes de empleo para las personas. El número de jóvenes cooptados por la delincuencia organizada ha ido en aumento paralelamente al crecimiento de la pobreza. No se trata de hacer apologías del narcotráfico, pero la realidad es que las personas han visto una salida ante los constantes problemas a los cuales se enfrentan para satisfacer sus necesidades básicas.

El narcotráfico no es la única salida. Existen otros mecanismos por los que la gente ha demostrado su necesidad de aportar soluciones a los problemas. Las autonomías, que en la mayoría de los casos se ha dado por parte de los grupos indígenas; y demás movimientos sociales (obreros, campesinos, estudiantiles, de género, etcétera) demuestran que es necesaria una transformación en la estructura social la cuál está estratificada con base en diferencias étnicas, de género, económicas y otras categorías. Por ello, la estructura social está determinada por el conflicto constante entre las distintas posturas, pero también se hace presente la negociación, donde cada una de las partes busca conseguir dar prioridad a sus intereses.

Con la llegada del neoliberalismo, la colusión entre el sector empresarial y el político se agravó aún más. La mayoría de las empresas del sector estatal fueron vendidas al sector privado y el Estado mexicano sólo se quedó con sectores estratégicos como el petróleo. Incluso el sector de telecomunicaciones y medios de comunicación está en manos del sector privado.

La participación del capital privado en la radiodifusión en México se extiende desde los inicios de la década de los años veinte, donde por medio de prestanombres como Emilio Azcárraga Vidaurreta, las empresas extranjeras lograron entrar a México a pesar de lo establecido por el artículo 27 de la Constitución. De esta manera, la radiodifusión en México tuvo un mayor impulso por parte del capital privado, sin que al gobierno le interesara mucho apropiarse de ese bien de la nación.

Con la televisión fue similar. Desde 1935 se comenzaron con algunos ejercicios experimentales por parte del gobierno de Cárdenas, desde las instalaciones del PNR. Pero un año antes, Guillermo González Camarena comenzó a realizar programas experimentales para aprovechar el invento en el sector comercial. En 1942, González

Camarena realiza la primera transmisión oficial por la estación XHIGC, que después se convertiría en XHGC, canal 5 en 1952. Por su parte Rómulo O'Farrill recibió una concesión para operar el canal 4 en 1949 y Emilio Azcárraga Vidaurreta, que se había convertido en un magnate de la radiodifusión gracias a sus ejercicios comerciales en radio, la obtuvo para llevar al aire el canal 2 en 1951.

Con el tiempo, hubo una concentración en los medios de comunicación. Los tres canales antes mencionados se convirtieron en una sola empresa en el año de 1955 y la llamaron Telesistema Mexicano S. A. Sin embargo, con los cambios técnicos operados en el país; es decir con las transmisiones vía satélite, una de las primeras empresas en llevar a cabo el cambio fue justamente Telesistema Mexicano, que de 1972 en adelante se llamaría Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa) .

El Canal 13 tuvo otra historia, pues pasó de ser un canal comercial a uno estatal y regresó a su antigua característica. El primer concesionario fue Francisco Aguirre Jiménez y obtuvo la oportunidad en 1967. Sin embargo el canal creó utilidades hasta 1971, época en que ingresó como accionista Alejo Peralta, el cual llegó a ser propietario del 49 por ciento de las acciones. En 1972, ese empresario decidió vender su parte al Gobierno Federal, con lo cual Aguirre quedó en clara desventaja, pues con anterioridad ya había vendido un 10 por ciento al gobierno de Luis Echeverría.

Ante las presiones del gobierno por contar con un canal de televisión, Aguirre dejó el negocio en ese mismo año. La “estatización se llevó a cabo dentro de un contexto caracterizado por la necesidad del régimen de reforzar su presencia en los medios electrónicos, luego de los acontecimientos de 1968”¹⁴⁶ y las acusaciones de guerra sucia contra los movimientos sociales surgidos como consecuencia de la represión a los estudiantes y otros sectores sociales.

El 14 de septiembre de 1990, el gobierno anunció que se pondrían a la venta los canales 7 y 22 de la Ciudad de México. Pero el golpe final lo dieron en 1992 cuando se hizo el anuncio de que se vendía la totalidad de Imevisión incluido el canal 13. El beneficiario para las concesiones de canal 13 y canal 7 fue Ricardo Salinas Pliego en 1993. Con

¹⁴⁶ Alejandro Olmos, “Del Canal 13 a TV Azteca”, en: Fernando González, *et. al. Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, p. 103.

todo este recorrido histórico está claro que la concentración de los medios de comunicación benefició al sector privado, tanto por las ganancias económicas como por la capacidad de transmitir ciertos contenidos.

En comparación con los medios alternativos, las dos televisoras cuentan con una serie de repetidoras por todo el país y entre las dos empresas (Televisa y TV Azteca) tienen un gran porcentaje del total de las radiodifusoras y canales de televisión. El 96 por ciento de las frecuencias para televisión comercial se concentran en estas dos empresas. Además, tienen la suficiente capacidad económica como para contar con las mejores condiciones de producción y difusión de los mensajes.

Por su parte el gobierno federal cuenta con un alto presupuesto para contratar espacios publicitarios en los medios de comunicación. Aunque a lo largo de la historia de la radiodifusión en México han existido conflictos entre los empresarios del sector y el gobierno federal, también está documentada la constante participación en proyectos políticos de manera conjunta. Uno de los ejemplos es esta celebración del Bicentenario, donde Televisa realizó series televisivas con contenidos de los dos hechos históricos, o con los *spots* “Las estrellas del Bicentenario”. Por lo tanto, esta parte del análisis nos muestra claramente el dominio por parte de la alianza entre las empresas televisivas y el gobierno federal de los medios de comunicación donde se difundieron estos mensajes.

5.2 Análisis discursivo

El análisis discursivo consta de tres momentos: el formal, el simbólico y el narrativo, para finalizar con una interpretación del análisis en su conjunto, donde podamos contrastar cada uno de los análisis y ver el sentido de los mensajes. Decidí utilizar sólo imágenes representativas. Esta será la manera de proceder con cada uno de los *spots*. El primero será el titulado “Tú eres México” para pasar posteriormente con el *spot* llamado “¿De qué te sientes orgulloso?”.

A) “Tú eres México”

El *spot* no cuenta con un texto durante la duración del mensaje (46 segundos), pero sí cuenta con un audio que sirve como hilo conductor y que al final concluye con una felicitación. El audio dice lo siguiente:

AUDIO: Eres esas primeras vacaciones en la playa. Eres tu mamá con todo lo que te enseñó. Eres tu maestra de quinto y los lunes a las ocho de la mañana. Los nuevos pesos y los viejos. Eres un libro de Octavio Paz y los cuentos del abuelo. Eres el temblor del 85 y un millón de manos ayudando. Eres cuando reprobaste y cuando te pusiste a estudiar. Eres cuando perdió la selección y también eres ese gol. Eres cada paso para llegar al trabajo y el abrazo de tu compadre. Eres pasión, eres orgullo, eres el compromiso de un mejor futuro. Eres tantas cosas, porque tú eres México. Felicidades, cumples 200 años de ser orgullosamente mexicano, y eso hay que celebrarlo.

A lo largo del mensaje, el audio acompaña a una serie de imágenes que complementan sus palabras. En su sentido más abstracto, la primera imagen tiene un equilibrio entre líneas rectas y curvas. La luminosidad es poca y hay un contraste entre los colores de fondo tendientes al negro y el café y los colores en el vestuario de las personas representadas, inclinados más hacia el blanco y el rosa, colores más vivos.

Las figuras son el comal, las tortillas, piedras donde se apoya el comal, y un banco donde tal vez se muele el maíz. Aparece una niña y una mujer adulta. Ésta viste una blusa blanca con algunos adornos, lo que parece ser un chal rojo, no se alcanza a ver más. Es de tez morena y de complexión robusta. Por su parte la niña es de cuerpo delgado y también de piel morena. Viste una blusa rosa y una falda negra cuadriculada con líneas blancas. Ambas se ven felices. El audio complementa la imagen y dice: “eres tu mamá con todo lo que te enseñó”, que nos enseña un poco de los roles de cada persona.

La vestimenta nos podría indicar que ambas personas de la escena son de ascendencia indígena, pero realmente no hay muchos elementos para considerarlos así. Aunque los estereotipos usados en la producción de imágenes implican más un grupo poblacional de la costa, sobre todo por el tipo de blusa de la mujer. Sin embargo, la totalidad de la escena nos da más herramientas. Y es la molienda del maíz, la tortilla y el tipo de construcción donde se encuentran. Digamos que esa forma de vida corresponde con la vida indígena, pues es donde se conserva la costumbre de echar tortillas y de moler el maíz a mano (estereotipos).



Fig. 1 Una madre indígena le enseña a su hija a echar tortillas. Primer *spot* “Tú eres México”.

Por otra parte, la tortilla también se considera un elemento mexicano. Para ejemplificarlo podemos usar *spots* publicitarios como los de MASECA donde se hace alusión a ello. El maíz fue y es un alimento básico de la gastronomía mexicana, al menos eso relatan algunas crónicas de los conquistadores europeos y por ello, se asocia al pasado prehispánico.

La mujer desempeña el rol de madre y la niña de hija. Las dos forman parte de una institución: la familia. En este caso, se reproduce la idea de la mujer como encargada de la elaboración de los alimentos y la niña como aprendiz de esa tarea. El conjunto nos muestra una escena típicamente mexicana, perteneciente a uno de los sectores de la sociedad mexicana: los grupos indígenas. El escenario es el hogar, donde se desenvuelve la privacidad de las personas y uno de los espacios más importantes para la socialización.

La segunda escena cuenta con una mayoría de líneas rectas. El color blanco tiene mayor presencia. Pero se combina con el verde de la bandera y el rojo de los uniformes y la bandera mexicana. El ambiente ayuda a dar mayor luz a la imagen. Las figuras son una bandera, una construcción, un patio y varias personas divididos en adultos y niños. La mayoría de los niños rodea el patio y están vestidos con uniformes escolares. Los adultos están vestidos de civiles y son la minoría, pero se encuentra atrás o a lado de los niños. En el centro se encuentran cuatro niñas y dos niños vestidos de blanco. Una de

las niñas agarra una bandera mexicana. La mayoría de los niños lleva su mano al pecho. El audio que acompaña la escena dice “y el lunes a las ocho de la mañana” lo que nos da información de la temporalidad.



Fig. 2. Ceremonia cívica a la bandera. Primer *Spot* “Tú eres México”.

La bandera siempre fue una forma de identificación, pues aglutinaba la identidad de un barrio, de una región y posteriormente de una nación. Las constantes transformaciones sufridas por la bandera mexicana a lo largo del tiempo implicaban la interpretación de la nación y los colores se relacionaban con una idea. La primera bandera de México en usar los tres colores actuales fue la del Ejército Trigarante durante su entrada triunfante a la Ciudad de México en 1821, a la cabeza de Agustín de Iturbide.

A lo largo de la historia de México, el escudo sufriría transformaciones, pero los colores se mantuvieron. Con la implementación de ceremonias cívicas para enaltecer los valores nacionales, la bandera fue objeto de culto casi religioso. Y no es de extrañar, pues la intención era crear una religión civil a partir de una serie de símbolos como la bandera, el escudo y el himno nacional. Los tres siempre vinculados en el tipo de situaciones representadas en la imagen.

Los niños de la escolta y los de la ceremonia tienen el papel de proteger y reproducir los símbolos patrios. Los profesores se convierten en los mentores y en los encargados de fomentar los valores cívicos en los futuros ciudadanos. Y la escuela es la institución donde se dan las mejores oportunidades para cumplir con la tarea, pues una de sus

funciones es la de socializar los conocimientos y formar (como si los niños pudieran ser moldeados) a los próximos mexicanos.

La tercera escena a analizar nos muestra muy poca luminosidad, pero cuenta con negro y como contraste el color verde de la vestimenta de los personajes. Las líneas curvas son las predominantes por el tipo de formas a las que dan parte. Las personas representadas portan una playera de la selección mexicana y se muestran efusivas. Hay un hombre y una mujer jóvenes al centro de la imagen. Los dos gritan y portan unas cornetas. A su lado se ven otras figuras, pero por la poca luz no se alcanzan a distinguir, aunque se nota que usan la misma playera y traen consigo una corneta.



Fig. 3. Varios mexicanos celebran un triunfo de la selección mexicana de futbol. Primer *spot* “Tú eres México”.

La playera de la selección mexicana es muy importante por varias razones. En su sentido más simple denota la existencia de la participación del país en deportes de mucha popularidad como el futbol. Pero otra cuestión es la de implicar la unión de los mexicanos a través de un deporte como ese. Las constantes celebraciones en el Ángel de la Independencia son muestra de ello. Se nos presentan como la forma en la cual se muestra la festividad del mexicano, pero también su pasión.

En esta imagen es un poco difícil de encontrar funciones en los personajes, pues no se ve una relación social más allá de la celebración. El audio que la acompaña menciona “tú eres pasión” lo que no aclara nada. Lo evidente es su pertenencia al país, pues no

cualquiera celebraría con esa emoción un triunfo de la selección mexicana. Pero también eso lo podemos descubrir por la secuencia de escenas anteriores y posteriores que le dan mayor significado. Entonces la función de estos individuos es la de ser un apasionado en todo lo que implique a la nación.

Este *spot* y los otros de la serie “Tú eres México” nos muestran a través de contrastes la importancia de la nación y las características de lo mexicano. Los tonos oscuros y los colores fríos se contraponen a los tonos claros y colores cálidos en una lógica emocional. Los primeros corresponden a situaciones trágicas como el sismo de 1985 o la derrota de la selección mexicana. En cambio, los segundos nos muestran momentos de alegría: un gol, el esfuerzo en el estudio, la titulación de un hijo, los momentos con la familia, entre otras situaciones.

Es más, a pesar de los contrastes emocionales, la gente es feliz. Y eso lo demuestran con la escena de la madre y la hija indígenas. Los grupos étnicos son parte de la nación, el conjunto poblacional que muestra el mensaje es homogéneo. Todos son mexicanos y no hay diferencias culturales determinantes como para un conflicto o divergencia. En general se posee la misma estructura, donde la escuela y la familia son encargadas de desarrollar valores necesarios para hacer frente a situaciones complicadas. Eso es México.

La atención al mensaje es incitada por una serie de cuestiones como la narración del mensaje al apelar a situaciones cotidianas de la gente: las ceremonias cívicas, el enseñar a otros a cocinar o los quehaceres del hogar, un festejo por ver ganar un equipo de fútbol, entre otras cosas. El *spot* resulta atractivo por su sencillez pero también por la cercanía de las situaciones. La idea no es compleja, se trata de ver varias actividades de personas y cerrar con una felicitación del emisor, como la del cumpleaños número 200. Además, se hace interesante por el intercalado de lo negativo y positivo de los hechos presentados.

Es necesario decir que el gobierno federal vio minado su apoyo después de 2006, pero lo que logra este mensaje es no meterse en cuestiones políticas de manera directa. Es más, ni siquiera menciona a héroes o villanos nacionales. Con la sola mención de los

200 años de la nación mexicana bastó, aunque la afirmación fuera errónea, pues la independencia no dio como resultado directo la nación mexicana.

El *spot* no incita a una acción, pero sí pretende mantener o inculcar una idea sobre la nación, el ser mexicano y actitudes hacia esos conceptos. La palanca usada por el emisor es la de adhesión, pues lo mexicano se asocia a una serie de prácticas de los individuos, que al menos en las imágenes, se hacen con gusto y son “buenas”. Son cosas que los mexicanos hacen por el hecho de tener esa nacionalidad, según nuestra interpretación del mensaje, son parte de su cultura y esencia.

El mensaje está dirigido a los mexicanos como auditorio específico sin necesitar una delimitación mayor, pues se habla de temas generales por los que muchos ciudadanos han pasado. Implícitamente el *spot* mantiene una idea de estabilidad y paz a pesar de los problemas que se han suscitado a lo largo de la historia del país, los cuales han fortalecido a la nación mexicana, pues sale a flote la fuerza de la población. Por eso, la propaganda del gobierno federal incita a continuar por el mismo camino; a pesar del mal rumbo del país en la actualidad, algo que contrasta fuertemente con el intento de motivar a la gente con lo positivo del *spot*.

B) ¿De qué te sientes orgulloso?

Este mensaje (60 segundos) sí inicia con un texto en forma de interrogación: ¿De qué te sientes orgulloso? La pregunta pareciera no tener ninguna relación con las celebraciones del Bicentenario, pero conforme aparecen personas dando motivos de orgullo, aparecen a lo largo del *spot* elementos de lo mexicano: la bandera, las tradiciones, el arte, la selección mexicana, una “jefecita”, entre otras cosas. Procederemos a realizar el análisis discursivo tomando en cuenta las escenas más importantes para una posterior interpretación.

Tomaremos en cuenta el audio completo para tenerlo como punto de partida. En este caso cada personaje tiene un diálogo como respuesta a la pregunta, y por ello lo presentaremos de esa manera. Después pasaremos al análisis formal, simbólico y discursivo. El audio es el siguiente:

AUDIO:

Voz en off: ¿De qué te sientes orgulloso?

Adulto mayor: De nuestra historia.

Niño: De mi bandera.

Niña: De mi gol.

Mujer 1: De mi esfuerzo.

Hombre 1: De mi tierra.

Hombre 2: De mi jefecita.

Adulta mayor: De mis tradiciones.

Adolescente: De no darme por vencido.

Hombre 3: De mi gente.

Mujer 2: De mi selección.

Hombre 4: De mi obra maestra.

Mujer 3: De mi hija que se graduó.

Niño: Orgulloso de ser mexicano.

Mujer 1: Orgullosa de ser mexicana.

Adolescente: Orgulloso de ser mexicano.

Niña: Orgullosa de ser mexicana.

Hombre 4: Orgulloso de ser mexicano.

Mujer 2: Orgullosa de ser mexicana.

Hombre 2: Orgulloso de ser mexicano.

Voz en off: Doscientos años, orgullosamente mexicanos. Esto es el Bicentenario, la fiesta de México, prepárate. Gobierno federal.

La primera escena a considerar es donde habla el adulto mayor y dice: “De nuestra historia”. Predominan las líneas rectas que corresponden a construcciones humanas. Los colores que predominan son el verde, el gris y el azul, los cuales se relacionan con temperaturas frías. En cuanto a figuras, hay muy pocas. Del lado derecho se encuentra una construcción humana de tiempos prehispánicos con una escalinata en su parte frontal. De lado izquierdo hay otra construcción más pequeña cuadrangular y en la parte de arriba se halla un pilar de color blanco. Ella también cuenta con una pequeña escalera en la parte de enfrente. Arriba de esta imagen está algo que parece un muro derrumbado. Todo ello posicionado en una especie de plaza (Fig. 4).

El adulto mayor es de complexión robusta. Viste una camisa amarilla y un pantalón café. Usa lentes y un sombrero blanco con una franja negra. Se encuentra a lado de una niña de tez morena y complexión delgada. Ella porta una blusa lila y un pantalón negro. Ambas figuras se encuentran sentadas en una parte alta de la plaza. De fondo se notan cerros, vegetación y un cielo nublado.



Fig. 4. Un abuelo y su nieta en ruinas arqueológicas. *Spot* “¿De qué te sientes orgulloso?”.

Las ruinas arqueológicas son símbolo de un pasado prehispánico. La disposición de la plaza con un basamento al centro representa un lugar donde se hacían ceremonias de diversa índole. Pero algo que refuerza la importancia del pasado es la frase utilizada por el señor: “De nuestra historia”. Aunque la oración no es a la historia de México, el audio completo y las escenas siguientes mostrarán a qué historia se refiere. Los pocos símbolos presentes en esta imagen son suficientes para concentrar un conjunto de significados importantes para la identidad de la población.

Desde nuestra perspectiva, las imágenes se refieren al origen de la nación mexicana. El fundamento prehispánico como principal referente del México de hoy; así como la base de una identidad que fue complementada con otras. No nos dice de qué región se trata, esa característica nos permite generalizar el pasado prehispánico en uno solo, a pesar de los diferentes grupos existentes en esa época.

Los colores fríos representan un ambiente tranquilo, lo cual se complementa con el ambiente donde se desarrolla la escena. Un lugar alto, sin más personas que el adulto y la niña. Toda la composición evoca la tranquilidad de un pasado en comparación con algo moderno como una ciudad, y eso también se demuestra con la edad del adulto, signo de conocimientos mayores, al menos en comparación con su acompañante: la niña.

El adulto mayor es el abuelo, la niña es la nieta. La función de cada uno de los personajes es diferente, pero está muy relacionada. El abuelo es el encargado de transmitir los conocimientos y la experiencia a una persona que tiene poco tiempo de haber nacido. Por su parte, la nieta tiene como derecho y obligación recibir ese saber para reproducirlos en la sociedad. Es una forma de socialización y está reflejada en la escena. Ambas personas no están sentadas simplemente, sino que el abuelo le narra algo a la nieta. Esa fórmula para la transmisión del saber es algo documentado también en la época prehispánica, escenario donde se desenvuelve la imagen. En este caso, se trata de contarle a la nieta cuál es el origen de la nación mexicana.

En la siguiente imagen (Fig. 5) predominan las líneas curvas. Hay mayor presencia del color verde y de algunos matices del gris, la tonalidad es clara, pero se trata de una temperatura fría, al igual que la escena anterior. El audio en esta parte dice: “De mi tierra” y lo complementan las figuras representadas. La parte baja de la imagen está llena de nopales. El fondo contiene varios cerros, uno al centro, otro a la izquierda y otros más detrás de ellos. De lado izquierdo pero frente a los cerros hay un hombre.

El sujeto es de complexión delgada, moreno y con un bigote negro. Porta un sombrero amarillo y una camisa blanca. No se ve más de su cuerpo, pues lo tapan los nopales de la parte inferior de la imagen. El hombre se ve serio y no abre la boca a pesar de que se escucha el audio con su supuesta voz.

La vestimenta del sujeto nos dice que pertenece al sector campesino y eso lo refuerza su presencia en un campo de nopales. Los colores predominantes en la escena se relacionan con la tranquilidad de la naturaleza y las zonas rurales. Aunque de por sí el nopal es verde, el color se vincula con lo natural y ese color en sus diferentes matices domina al menos el 50 por ciento de la imagen. Además el nopal está asociado con el

mito de la fundación de Tenochtitlán, por lo tanto adquiere mucha importancia su representación.



Fig. 5. Un campesino en un plantío de nopales. *Spot* “¿De qué te sientes orgulloso?”.

El mito narraba que cuando los mexicas encontraran los signos de su dios Huitzilopochtli, podrían fundar una ciudad. Después de un largo recorrido durante muchos años, la señal hizo su aparición. Consistía en encontrar un águila parada sobre un nopal. Desde ese momento, la representación del nopal adquirió una clara referencia a ese mito y al origen prehispánico de la nación. Nos encontramos con alusiones a la memoria histórica de “todo mexicano”, un relato importante para explicar la fundación de Tenochtitlan en la educación básica.

El hombre desempeña el rol de campesino, uno de los sectores importantes de la economía mexicana. De hecho, en algún momento fue el sector predominante en el país. La función¹⁴⁷ del campesino es la de ser un hombre trabajador, una persona que aporta los alimentos para el país. En el imaginario, es un ser apegado a la tierra y sus productos, pero también vinculado con actividades económicas primarias: la agricultura y la ganadería.

¹⁴⁷ Por función no nos referimos a que así debería ser el campesino, sino a lo que se refería Propp en su análisis sobre los cuentos; es decir, al papel desempeñado en el relato (mensaje).

Por ello, su presencia en un campo de nopales, en una escena con colores alusivos a la naturaleza y lo rural. Uno de los elementos del mito se reproduce por medio de las actividades económicas de los campesinos, específicamente con la producción del nopal, un elemento de identidad de los mexicanos.



Fig. 6. Una mujer celebra el día de muertos. *Spot* “¿De qué te sientes orgulloso?”

El último fotograma para analizar de este *spot* nos presenta un aumento en la tonalidad oscura, pero se mantiene los colores fríos. Se ve mucha presencia del azul, el verde, y algunos puntos de amarillo, rojo y blanco. Las líneas más importantes son las rectas relacionadas con construcciones humanas como el altar donde se encuentran las flores. En cuanto a las figuras, podemos hallar flores, floreros, veladoras, el altar y una mujer adulta.

La mujer se encuentra sola frente a un altar donde coloca unas flores. Es de complexión delgada y tiene un semblante serio. Viste un chal azul y debajo lleva un vestido azul. Es una mujer adulta mayor pues su pelo canoso lo denota claramente. Lleva lentes y es de tez blanca. Además, la acompaña el audio que dice “De mis tradiciones”.

Justo esta oración nos da entrada para el aspecto simbólico de la imagen. Claramente se trata de una celebración de día de muertos, pues el altar, el tipo de flores y las veladoras son elementos que nos ayudan a interpretarlo de esa manera. La edad de la

señora implica una actitud de respeto ante estas celebraciones, pues es una tradición que es mejor llevada por las personas mayores. El día de muertos nos muestra la hibridación entre las tradiciones españolas y las prehispánicas, pues muchos de los elementos de esa celebración contienen santos católicos y los muertos mismos que regresan a degustar de las ofrendas.

Los colores que predominan en la escena nos recuerdan al luto guardado por los muertos, pero también la tranquilidad de la situación mortuoria. Las flores dispuestas en la imagen (gladiolas) también son las clásicas de la celebración, pero también funerales, velatorios y de los adornos en el panteón. Todo ello se relaciona con la muerte, el regreso de los muertos, o la creencia en otra vida.

Por eso el rol asignado a la señora es muy importante, porque al igual que el abuelo, son los encargados de mantener las creencias, costumbres y tradiciones de la sociedad, y son los que están obligados a mantener los conocimientos a través de las generaciones. Pero también son signo de cierto conservadurismo por no ser parte de los cambios como los jóvenes.

Este mensaje es propagandístico por dos cosas. En primer lugar porque el emisor es el gobierno federal, y en segundo lugar, pero más importante, porque en este mensaje se dan los elementos característicos de los mexicanos. México es productor de personas orgullosas de muchas cosas: de la historia, de los símbolos, pero también de la gente y su tendencia a la lucha y a salir adelante. Existe un contraste entre generaciones. Los adultos mayores son los portadores del conocimiento ancestral: la memoria histórica y las tradiciones. Los adultos medios son trabajadores. Los más jóvenes se relacionan con la vitalidad, el deporte, el progreso y el esfuerzo. Pero a pesar de todo, todos se sienten orgullosos de su pertenencia a una nación.

Este mensaje también es atractivo en su estructura, pues ante una pregunta, hay individuos que responden con diversas cuestiones cotidianas, consideradas algunas de ellas como componentes de una identidad y de la cultura de un grupo social. Son afirmaciones basadas en los sentimientos y en una idea sobre lo mexicano y el orgullo de ser parte de un grupo. La atención y las motivaciones se encuentran allí.

Aparecen varias personas, mujeres y hombres, de diferentes edades y estratos sociales, lo cual habla sobre la diversidad de población que compone el país. Además, fue acertado que la frase “orgulloso de ser mexicano” saliera de los propios personajes y no de una voz que englobara a todos. Se le da voz a los actores y por lo tanto a la sociedad mexicana. Al menos esa parece ser la intención en la forma de armar el *spot*.

Al igual que el caso anterior. Este mensaje aborda rasgos culturales como las tradiciones, la selección mexicana de fútbol, la historia del país, los símbolos patrios y los asocia con algo bueno para el pueblo mexicano, y eso es lo que le da fuerza a la nación mexicana. En otras palabras, se usa una palanca de adhesión donde se resalta lo positivo de los elementos presentados en pantalla; es decir, los logros de las personas que componen la nación.

Este *spot* tampoco incita a una acción, pero sí busca inducir una actitud al movilizar sentimientos como el orgullo de obtener cosas gracias a los esfuerzos de los individuos. Por ejemplo, el orgullo hacia la selección de fútbol o al hijo que se titula es debido al esfuerzo de los seleccionados y el hijo, respectivamente. Implícitamente ese es el eje rector del mensaje y de la propaganda, convencer acerca de ciertas cualidades de los mexicanos y del deseo de celebrar esa situación que se hace más importante al cumplir 200 años como nación.

La propaganda de integración busca incitar los sentimientos positivos hacia ciertas cualidades de un grupo, identificadas como componentes “esenciales” de él, aunque no lo sean necesariamente. En este caso la motivación va dirigida hacia mantener esas características o al menos a honrarlas por se parte constitutiva de nuestra historia, cultura y vida cotidiana. Sin embargo, las motivaciones no corresponden con la realidad de los mexicanos, no porque los elementos del *spot* no existan, sino porque las cualidades mencionadas son aplastadas por todas las problemáticas en las que se encuentra la sociedad mexicana. Y eso mina demasiado la credibilidad y las buenas intenciones del mensaje.

5.3 Condiciones de recepción e interpretación

Las formas en que se consumen los mensajes son muy importantes para la interpretación, pues esas condiciones también determinarán su resultado. Primero que nada debemos señalar que la duración de los *spots* es de segundos, por lo tanto, el mensaje es muy reducido en comparación con una nota periodístico o incluso que un reportaje en televisión y radio.

La posibilidad de influencia e interpretación de un mensaje está determinado en primer lugar por la cantidad de aparatos receptores en la población. No es extraño que en un país con 52 millones de habitantes en condiciones de pobreza y pobreza extrema, haya algunos sin la posibilidad de acceder a los *spots*. Según reportó el INEGI, en 2010 el 98.2 por ciento de la población contaba con la energía eléctrica, aunque esto no es signo de efectividad, pues en algunas poblaciones tardan semanas en arreglar fallas y reestablecer el servicio.

La misma institución indicó en 2010 que el 94.7 por ciento de las viviendas cuentan con un televisor en casa. Estamos hablando de que gran parte de la población puede tener acceso a esos mensajes, sin importar la empresa de su preferencia, pues tanto Televisa como TV Azteca transmitieron los *spots*. En todo caso, el problema sería si las personas recibieron el mensaje “adecuadamente”; es decir, si comprendieron la intención del emisor.

Anteriormente ya habíamos mencionado que los receptores no son una audiencia pasiva. Además de realizar otras actividades mientras ven o escuchan el televisor, sus referentes pueden darle un sentido distinto al del emisor. Debemos tomar en cuenta la existencia de persona que no hablan la lengua del mensaje y eso mina la comprensión. No estamos hablando de incapacidad, sino de condiciones reales que afectan el consumo de los contenidos mediáticos. Sin embargo, la mayoría de los mexicanos habla y entiende la lengua, aunque el desinterés en la televisión o el mensaje puede ser un factor a considerar. Cada cuestión reduce la cobertura del *spot*.

Una última cosa. La televisión no da la oportunidad de un diálogo con el emisor. El gobierno federal se encarga de producir, las empresas mediáticas de transmitir y las personas con posibilidad consumen el mensaje. Si bien no hay audiencia pasiva, no se

le permite interactuar de manera adecuada para una verdadera comprensión. A la propaganda gubernamental lo que menos le interesa es el diálogo, se limita a difundir una idea y presentar “argumentos” para legitimar un proyecto, en este caso la nación.

La interpretación que podemos dar de estas formas simbólicas es la de reproductoras de las relaciones de dominación, y a continuación daremos los argumentos con base en el análisis de las tres etapas de nuestro estudio. Primero, las condiciones de producción, transmisión y recepción del mensaje están determinadas por la alianza entre las empresas mediáticas y el gobierno federal. Si bien existe en ocasiones un estira y afloja entre ambos sectores, en ocasiones especiales la unión se mantiene y los festejos del Bicentenario no fueron la excepción. Televisa produjo una serie de mensajes titulados “Estrellas del Bicentenario” y dos series televisivas con contenidos históricos referentes a la Independencia y la Revolución Mexicana como refuerzo a la ideología estatal.

La posibilidad de acceso a otra fuentes de información, más allá de Televisa y TV Azteca es poca. Existen otros canales de televisión abierta, pero su cobertura es reducida o no cuentan con las repetidoras de las dos anteriores. Mientras, internet y los llamados medios libres fueron más críticos con las celebraciones del Bicentenario, pero a internet tienen acceso sólo el 22. 2 por ciento de los hogares mexicanos, estamos hablando de un total de 6 millones 289 mil 743 hogares. Aunque sería importante tomar en cuenta la difusión cara a cara.

En cuanto a la estructura del mensaje, queda claro que el proyecto nacional del Estado mexicano queda trunco una vez más, pues sigue sin dar cabida a todas las expresiones de la ciudadanía. Aunque hay una reivindicación de lo prehispánico, los pueblos actuales no son tomados en cuenta más que como reproductores de folclor y de la estructura social. Esos grupos mantienen tradiciones y costumbres llamativas en comparación con los hábitos urbanos. En cuanto a la estructura social, recordemos que en uno de los *spots* las dos mujeres indígenas se muestran felices echando tortillas. La madre es la encargada de mantener el conocimiento a través de su hija y ese es el ideal de la sociedad.

Pero hay otra cuestión, los roles de género y sobre la división del trabajo están bien definidos en lo que respecta al ámbito rural. La mujer y la niña están destinadas al

hogar y a la producción de alimentos. Mientras, el esposo es el encargado del campo, y eso se hace visible en el *spot* “¿De qué te sientes orgulloso?”, donde se muestra un campesino varón en una tierra de cultivo de nopal.

Queda claro que la memoria histórica y las tradiciones son para los mayores. El abuelo que cuenta la historia prehispánica en una zona arqueológica, o la abuela que visita el panteón o mantiene un altar en su casa por el día de muertos son ejemplo de ello. Los jóvenes muestran una vitalidad pero no en un proyecto más allá de los estudios de educación media superior (como la niña que estudia en el *spot* “Tú eres México”), los deportes o la pasión en un partido de fútbol. Se muestra una población o arraigada en el pasado o preocupada por otras cuestiones, pero no por un proyecto nacional o una lucha política.

Las muestras de solidaridad están asociadas a festejos o desastres ambientales, pero evidentemente no se relaciona con la protesta social y qué decir de los proyectos autonómicos. Sólo una vez se muestran las movilizaciones sociales (eso se da en otro *spot* de la serie “Tú eres México”), pero en seguida la situación es contrastada con el esfuerzo y el trabajo de la gente.

Se espectaculariza el nacionalismo, pues los mensajes no presentan un proyecto nacional y se enfocan en presentar y reproducir el discurso oficial apelando a los sentimientos de la gente. Se presenta una nación sin problemas graves, y si los hay pueden ser superados gracias al orgullo y la fortaleza de la gente; gracias a la solidaridad y a cada una de las cosas que son características de los mexicanos.

CONCLUSIONES

“Si acaso ocupé un lugar en tu corazón, renuncia por un tiempo a la felicidad y resígnate a respirar en este mundo cruel para que puedas contar mi historia”

William Shakespeare, *Hamlet, príncipe de Dinamarca*.

Conclusiones

Gracias a la investigación realizada podemos decir que nuestra hipótesis queda confirmada y hasta rebasada, pues a lo largo del trabajo surgieron cosas que no dimensionamos adecuadamente en nuestra suposición inicial. La hipótesis fue la siguiente: El gobierno mexicano usa el discurso nacionalista en los spots del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución como propaganda de integración, y lo hace por medio de la exaltación de algunos elementos de lo que considera la identidad del mexicano. De esta manera reproduce las relaciones de dominación mediante el uso ideológico de la identidad.

1. Los *spots* analizados sí reproducen un discurso nacionalista como propaganda, donde el supuesto surgimiento de la nación adquiere un carácter fundamental en el mensaje. Exaltan ciertas cualidades, situaciones y símbolos de lo que se considera como “mexicano”, su identidad; tal es el caso del fútbol, los símbolos patrios, ceremonias cívicas, la reacción de la gente ante desastres como el sismo de 1985, entre otras cosas. Además de que la intención es formar o mantener una actitud positiva hacia esos elementos “característicos” de la nación mexicana.

2. Los *spots* sí reproducen las relaciones de dominación. Y es que la reproducen como producto cultural, pero también como parte de la propaganda emitida por un emisor. En el primer caso es necesario decir que estamos con Clifford Geertz cuando habla de la necesidad de acotar el concepto de cultura para ganar en profundidad. Es necesario precisarlo pues las pretensiones holísticas de los primeros intentos por conceptualizarla abarcan mucho, pero dicen poco. Si bien es cierto que la cultura está presente en todo el mundo social, no es la totalidad de él. Por eso, al entenderla como un entramado de significaciones de carácter sociohistórico y que se objetiva en prácticas sociales y objetos, tenemos algo más concreto que nos permite analizar los fenómenos desde otra perspectiva.

Sin embargo, la cultura no puede estar separada de una estructura social asimétrica en sus relaciones, donde unos tienen más que otros y eso les confiere de mayor poder. Así podemos establecer que la cultura se encuentra en un juego dialéctico con la estructura social, pues por un lado, es determinada por todas las relaciones sociales que se establecen en una sociedad específica, pero también la cultura influye en cómo se llevan

a cabo esas relaciones entre los actores sociales. Sin embargo tal estructura social es histórica y contiene un tipo de relaciones específicas a un tiempo y espacio.

Dentro de esas relaciones se encuentran las relaciones de dominación, las cuales son mantenidas gracias a una ideología; es decir, a un sistema de ideas que se encuentra en la cultura y tiene como objetivo justificar y explicar un orden social y sus relaciones de dominación. Tal ideología y dominación se hace efectiva a través de ideas, instituciones y prácticas de los sujetos y sus formas de relación con otros miembros de su sociedad. La ideología es uno de los factores que le da sentido a ciertas relaciones sociales, no a todas.

Los *spots* hacen referencia a roles, instituciones e ideas que son parte de una estructura social específica y una identidad, donde hay una dominación interiorizada en los individuos gracias a la ideología operando por medio de esos elementos. Ideología que se construye para mantener un orden social concreto y darle una explicación. Un ejemplo es cuando asignan ciertas funciones a los estratos sociales que aparecen en los mensajes. La mujer en la cocina y el hombre en el campo. No quiere decir que no suceda, más bien nos habla de una reproducción de las condiciones sociales del momento.

3. Se da un uso ideológico de la identidad nacional. La cultura de una sociedad es la base de la identidad, pues proporciona los parámetros para su construcción, pero como ya vimos, dentro de la cultura se encuentra la ideología; por lo tanto, hay una parte ideológica en la identidad por dos motivos.

Si concebimos la identidad como una construcción sociohistórica en la que un grupo crea una visión sobre sí mismo y otros, debemos de tomar dos partes en esa construcción. De un lado se encuentra la interacción entre los individuos y sociedades para formar un autoconcepto, pero es indispensable, por otro lado, tomar en cuenta la influencia del orden social y la clase dominante en ello; sobre todo en la interpretación de la historia de una comunidad y los símbolos adecuados para representarla.

En el primer caso, la ideología se encuentra en el sistema social dentro del cual se da la interacción entre sociedades e individuos, pues allí es donde la estructura determina y

necesita de ciertos sujetos con características específicas y de cierto tipo de relaciones para reproducir el orden social, sin que esto signifique una imposibilidad para construir alternativas o para tomar en cuenta la participación de las sociedades y los individuos en la construcción de su identidad sin dominación de por medio. Además, es indispensable no ver la ideología sólo en la clase dominante. También los grupos sometidos tienen un sistema de ideas acerca de las relaciones de dominación existentes en su entorno. Es más, tienen proyectos y utopías con el fin de combatir ciertas formas de organización que imponen sus condiciones.

No obstante, el uso ideológico también se encuentra en la manipulación de símbolos por parte de una clase política (desde la concepción de un grupo minoritario de Gaetano Mosca), para mantener el *statu quo*, pero no por ello nuestra concepción sobre la ideología deriva en una visión limitada como falsa conciencia o pensamiento de la clase dominante. Se trata de una cuestión estructural, pero donde también la participación de los individuos es de vital importancia. Y la forma en que se da la participación de esa clase política es por medio de la propaganda.

4. Los *spots* contienen elementos de la propaganda de integración. Esta es la segunda parte de la reproducción de las relaciones de dominación, sólo que aquí es con total consciencia del fenómeno, pues la intención es lograr la cohesión de una sociedad entorno a una idea o proyecto político, en este caso la nación mexicana, que en muchos casos es excluyente y responde a una necesidad de la clase política por dar sustento a su condición de clase gobernante.

La propaganda de integración es un tipo de comunicación que busca legitimar un orden social, un proyecto y una clase política, y lo hace por medio de la utilización de múltiples conocimientos proporcionados por las distintas disciplinas encargadas de estudiar al ser humano y su contexto. Es la que utiliza la identidad y la cultura como sus principales fuentes para elaborar los mensajes.

Es el tipo de mensajes contruidos desde el Estado para justificar su carácter dirigente y su intención, más allá de su efectividad, es la construcción de hegemonía para una clase dominante. En otras palabras, la hegemonía implica dominación y dirigencia, violencia y consenso; es decir, una dominación interiorizada o aceptada de manera voluntaria. La

forma de construir esta hegemonía es a través de un Estado que rebase la esfera pública y se adueñe de la privada por diversos mecanismos como la literatura, la educación, la economía y los medios de comunicación, entre otras instituciones. En este punto los intelectuales tienen un papel fundamental, pues difunden las ideas de la clase dominante con el fin de generar consenso con la sociedad civil.

Y justo una de las ideas que han logrado una hegemonía, al menos hasta hace algunos años, es la nación. Un concepto que implica una visión del mundo y una forma de organización política más consciente que una etnia por una serie de factores como el desarrollo de las vías y medios de comunicación, un lenguaje, un Estado con la centralización del poder, entre otras cosas. Es definida por Benedict Anderson como una comunidad imaginada, porque se forman vínculos socioculturales con personas que ni siquiera conocen, pero aún así comparten algo.

5. El Estado mexicano hace un uso ideológico de la nación a lo largo de la historia. En primer lugar, no se puede concebir la existencia de una nación mexicana en el siglo XIX, pues a pesar de la independencia de la corona española, no hubo un sentimiento de comunidad política; en otras palabras, no se lograba una conciencia como grupo. Sin embargo, eso no fue impedimento para que tanto liberales como conservadores tuvieran en mente proyectos nacionales con una visión específica sobre ella.

La identidad criolla necesitaba una consolidación y esa se la daba un origen. La lucha entre hispanistas y neoaztequistas se daba en esos términos, en la fundamentación de la identidad de lo mexicano, pero desgraciadamente no todos tenían cabida en ello, a menos que cumplieran ciertos requisitos. Los “indios” y los negros no formaban parte del proyecto nacional como particularidades culturales, sino como ciudadanos económicamente libres y basados en la pequeña propiedad. Es más, ni los ejidos y otro tipo de tenencia de la tierra estaban contemplados en las versiones tanto de liberales como de conservadores. El proyecto nacional estaba basado en cierta visión de lo económico o en las instituciones de antaño como la Iglesia y el Ejército.

El tránsito al capitalismo comienza también con una transformación de las ideas y el liberalismo buscaba una libertad en todos los ámbitos de la sociedad. El Estado debía de tener funciones específicas como la de ser un simple garante del cumplimiento de

esos derechos considerados como fundamentales e inherentes al hombre (no a la mujer). El ciudadano es esa persona que tiene una participación en la vida política de la sociedad, pero también es capaz de tener una independencia económica. No tiene que darle cuentas a nadie por encima de él, sólo debe ver por el bien de todos desde una posición horizontal.

Aunque la nación y el Estado existían desde tiempo atrás de la modernidad y el capitalismo, su combinación consolida su papel a partir del nuevo modo de producción. El ciudadano se convierte en tal, siempre y cuando interiorice lo estatal y, como parte de la sociedad civil, sea capaz de mantener una participación constante en los asuntos públicos. En ese contexto se busca el mismo camino para el Estado mexicano y la nación.

La nación se constituye como una cuestión ideológica porque implica ciertas formas de dominación con respecto a ciertos grupos que habitaban el territorio mexicano, pues deben responder a ciertas formas de organización, económica, social y política acordes a un orden como el capitalismo. La conformación del Estado nacional en tiempos capitalistas no es extraña, pues responde a la necesidad de una organización política nueva que satisficiera las necesidades del capital.

Con la consolidación del Estado mexicano después de la Revolución Mexicana, la nación fue importantísima en los discursos políticos y por ello el Estado contó con todas las instituciones para introyectar la ideología, lo que Althusser denomina aparatos ideológicos del Estado, aunque su función no sólo se limite a cuestiones ideológicas con el fin de mantener la dominación.

La nación mexicana nunca fue concebida como un proyecto que aglutinara a los distintos grupos que componían la demografía del país. Tanto negros, como mestizos e indígenas fueron sacados de los planes. Sólo con el tiempo se concibió al mestizo como el sujeto de la historia mexicana y como el verdadero actor de la nación. Los *spots* del Bicentenario mantienen esa lógica. Asumen la diversidad cultural, pero como folclor. De ninguna manera se plantean las verdaderas problemáticas de los diferentes grupos poblacionales.

Los pueblos indígenas son representados como si de verdad fueran felices con la simple transmisión de sus conocimientos a las futuras generaciones. Evidentemente eso les permite reproducir su forma de vida, pero el Estado no proporciona los mecanismos ni las oportunidades para continuar con las particularidades. Se tiende a una totalidad sin recurrir a una articulación de las diferentes visiones del mundo. Se busca legitimar una única vía de desarrollo en donde tengan cabida todos como elementos iguales.

El capitalismo mediante su doctrina económica y política tiene a homogeneizar a los pueblos con la categoría de ciudadano. Sin embargo, es necesario ver en ella una intención por vaciar a los sujetos de toda cuestión cultural y dar prioridad a lo económico y lo político...siempre y cuando vayan de acuerdo con las políticas implementadas por el Estado y con la ideología del conjunto social. Por eso el fútbol o el apoyo en los desastres es tan aplaudido y tan recibido por el gobierno, porque es una cuestión que muestra la supuesta unión de los mexicanos. Sin embargo, las cosas no son tan fáciles.

Las constantes protestas y movimientos sociales (reprimidos por el Estado) muestran la necesidad de una transformación en el proyecto nacional, el cual ya no corresponde a la situación social del país. Las movilizaciones a favor de la diversidad sexual, las autonomías indígenas, la defensa por los derechos de las mujeres y los niños, los movimientos ecológicos, estudiantiles, obreros y campesinos, son puntos de la agenda para proyectar una nueva situación nacional. Las contradicciones son demasiadas y buscan un reajuste del sistema.

Se necesita un proyecto nacional dispuesto a incluir a todas las particularidades. Que las subculturas, de las que habla Luis Felipe Bate, existentes dentro de una totalidad no estén sujetas a relaciones de dominación. Una articulación de las diferencias y no un asimilación con el fin de homogeneizar. La tendencia a crear un solo discurso y un solo sujeto es fruto del capitalismo y su necesidad de plantear una única vía para el futuro.

Fuentes de consulta:

Bibliografía:

- *ALTHUSSER, Luis. *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Ediciones Quinto Sol, México, 1987.
- *AMADOR Bech, Julio. *El significado de la obra de arte*. UNAM, México, 2008.
- *ANDERSON, Benedict. *Comunidades imaginadas*. FCE, 2ª edición, México, 1993.
- *ARIÑO, Antonio. *Sociología de la cultura: la constitución simbólica de la sociedad*. Ariel, Barcelona, 1997.
- *BACA Olmendi, Laura; et. al. *Léxico de la política*. FCE, México, 2000.
- *BARTLETT, F. C. *La propaganda política*. FCE, México, 1941.
- *BARTRA, Roger. *La jaula de la melancolía*. Debolsillo, México, 2005.
- *BATE, Luis Felipe. *Cultura, clases y cuestión étnico-nacional*. Juan Pablo Editor, México, 1984.
- *BENEDICT, Ruth. *El hombre y la cultura*. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1971.
- *BEREMENDI, Justo y Baz, María de Jesús. *Identidades y memoria imaginada*. Universidad de Valencia, España, 2008.
- *BERNAND, Carmen. *Descubrimiento, conquista y colonización de América a quinientos años*. CONACULTA-FCE, México, 1994.
- *BERTRAND, Michele. *El marxismo y la historia*. Editorial Nuestro Tiempo, México, 1981.
- *BLANCARTE, Roberto. *Cultura e identidad nacional*. CONACULTA-FCE, 2ª edición, México, 2007.
- *BOAS, Franz. *Cuestiones fundamentales de antropología cultural*. Solar/Hachette, Buenos Aires, 1964.
- *BOBBIO, Norberto. *Estado, gobierno y sociedad*. FCE, México, 2010.
- *----- y Matteucci, Nicola (directores). *Diccionario de política*. Siglo XXI, México, 1982.
- *BOHANNAN, Paul y Glazer, Mark. *Antropología*. McGraw Hill, 2ª edición, España 2007.
- *BRADING, David. *Los orígenes del nacionalismo mexicano*. Ediciones Era, México, 1973.

- *BUCI-GLUKSMANN, Christine. *Gramsci y el Estado*. Siglo XXI, 4ª edición, México, 1979.
- *CASTELLS, Manuel. *La era de la información: Economía, sociedad y cultura II. El poder de la identidad*. Alianza Editorial, 2ª edición, España, 2003.
- *CASTRO y CASTRO, Fernando. *Identidad nacional*. Fundación Miguel Alemán, México, 2002.
- *CHIHU Amparán, Aquiles. *Sociología de la identidad*. Miguel Ángel Porrúa-UAM Iztapalapa, México, 2002.
- *DELGADO de Cantú, Gloria M. *Historia de México I. El proceso de gestación de un pueblo*. Pearson, 5ª edición, México, 2006.
- *----- *Historia de México II. México en el siglo veinte*. Pearson, 4ª edición, México, 2003.
- *DRIENCOURT, Jacques. *La propaganda, nueva fuerza política*. Huemul, Buenos Aires, 1964.
- *ECHEVERRÍA, Bolívar. *Definición de cultura*, FFyL-UNAM, México, 2001.
- *ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Tusquets, México, 2006.
- *ESCALANTE Gonzalbo, Fernando. *Ciudadanos imaginarios*. El Colegio de México, 1ª edición, 6ª reimpresión, México, 2005.
- *FABREGAT Cúneo, Roberto. *Propaganda y sociedad*. IIS-UNAM, México, 1961.
- *FAERNA, Ángel Manuel y Torrevejano, Mercedes (editores). *Identidad, individuo e historia*. Pretextos, España, 2003.
- *FERRER, Eulalio. *De la lucha de clases a la lucha de frases*. Taurus, México, 1995.
- *FLORESCANO, Enrique. *Etnia, Estado y Nación*. Taurus, México, 2001.
- *----- *Historia de las historias de la nación mexicana*. Taurus, México, 2002.
- *----- *Imágenes de la patria*. Taurus, México, 2006.
- *GARCÍA Alonso, Maritza. *Identidad cultural e investigación*. Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, La Habana, 2002.
- *GARCÍA Canclini, Néstor. *Culturas híbridas*. Grijalbo, México, 2003.
- *GARCÍA Mora, Carlos. *La antropología en México. Panorama histórico 2. Los dichos y las cosas*. INAH, México, 1987.
- *GARRIDO, Luis Javier. *El Partido de la Revolución Institucionalizada*. Siglo XXI, 11ª edición, México, 2005.
- *GEERTZ, Clifford. *La Interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona, 2003.

- *GELLNER, Ernest. *Cultura, identidad y política*. Gedisa, España, 1987.
- *----- *Naciones y nacionalismo*. Alianza Editorial, 2ª edición, España, 2008.
- *GIDDENS, Anthony. *Modernidad e identidad del yo*. Península, 2ª edición, Barcelona, 1998.
- *GIMÉNEZ, Gilberto. *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. CONACULTA, México, 2007.
- *GONZÁLEZ de Lemoine, Guillermina; et. al. *Atlas de Historia Universal Contemporánea*. UNAM-Limusa, México, 2001.
- *GONZÁLEZ Llaca, Edmundo. *La opinión pública*. FCPyS- UNAM, México, 1977.
- *----- *Teoría y práctica de la propaganda*. Grijalbo, México, 1981.
- *GONZÁLEZ, Luis. *Historia de la Revolución Mexicana 15. Los días del presidente Cárdenas*. El Colegio de México, México, 1981.
- *HABERMAS, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili, 4ª edición, España, 1994.
- *HALE, Charles A. *El liberalismo mexicano en la época de Mora*. Siglo XXI, 14ª edición, México, 1999.
- *HALL, John A. (editor). *Estado y nación*. Cambridge- Akal, Madrid, 2000.
- *HARRIS, Marvin. *El desarrollo de la teoría antropológica*. Siglo XXI, México, 2009.
- *HASTINGS, Adrian. *La construcción de las nacionalidades*. Cambridge-Akal, Madrid, 2000.
- *HELD, David. *Modelos de democracia*. Alianza editorial, 3ª edición, Madrid, 2007.
- *HOBSBAWN, Eric. *Naciones y nacionalismo desde 1780*. Crítica, Barcelona, 1995.
- *----- y Ranger, Terence. *La invención de la tradición*. Crítica, Barcelona, 2002.
- *HUBERMAN, Leo. *Los bienes terrenales del hombre*. Editorial Nuestro Tiempo, 29ª edición, México, 1989.
- *HUICI Módenes, Adrián. *Estrategias de la persuasión*. Alfar, España, 1996.
- *KAHN, J. S. (Compilador). *EL concepto de cultura. Textos fundamentales*. Anagrama, Barcelona, 1972.
- *KLAPP, Orrin E. *La identidad: problema de masas*. Pax México, México, 1973.
- *KLUCKHOHN, Clyde. *Antropología*. FCE, México, 1949.
- *KYMLICKA, Will. *Estados, naciones y culturas*. Almuzara, España, 2004.
- *LACARRA, José. *Historia de la Edad Media. Vol. I. Renacimiento*, España, 1985.

- *LACLAU, Ernesto y Mouffe, Chantal. *Hegemonía y estrategia socialista*. FCE, 3ª edición, Buenos Aires, 2011.
- *LAFAYE, Jacques. *Quetzalcóatl y Guadalupe. La formación de la conciencia nacional en México*. FCE, 2ª edición, México, 1993.
- *LEVI-STRAUSS, Claude. *Antropología estructural. Mito, sociedad, humanidades*. Siglo XXI, 13ª edición, México, 2004.
- *LINTON, Ralph. *Cultura y personalidad*. FCE, México, 1965.
- *LOWIE, Robert. *Antropología cultural*. FCE, México, 1947.
- *MANGONE, Carlos y Warley, Jorge (editores). *El discurso político: del foro a la televisión*. Biblos, Argentina, 1994.
- *MARDONES, J. M. y Ursua, N. *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*. Ediciones Coyoacán, México, 2006.
- *MARTÍNEZ López Cano, María del Pilar (coordinadora). *La Iglesia en Nueva España*. IHH-UNAM, México, 2010.
- *MARX, Karl y Engels, Friederich. *La ideología alemana*. Grijalbo, México, 1987.
- *MEJÍA Barquera, Fernando. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano. Volumen I (1920-1960)*. Fundación Manuel Buendía, México, 1991.
- *MELUCCI, Alberto. *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. Colegio de México, México, 1990.
- *MENÉNDEZ, Antonio. *Movilización social*. Bolsa Mexicana del Libro, México, 1963.
- *MONZÓN, Candido. *Opinión pública, comunicación y política*. Tecnos, Madrid, 2006.
- *MORAGAS Spa, Miquel de (editor). *Sociología de la comunicación de masas II*. Gustavo Gili, 2ª edición, Barcelona, 1986.
- *----- *Sociología de la comunicación de masas III*. Gustavo Gili, Barcelona, 1985.
- *MORALES, J. Francisco (coordinador). *Psicología social*. McGraw Hill, 2ª edición, Madrid, 1994.
- *MOSCA, Gaetano. *La clase política*. FCE, México, 1984.
- *MUCCHIELLI, Roger. *Psicología de la publicidad y la propaganda*. Ediciones Mensajero, España, 1977.
- *MUÑOZ, Blanca. *Modelos culturales. Teoría sociopolítica de la cultura*. Anthropos – UAM, España, 2005.

- *NORIEGA Elió, Cecilia (editora). *El nacionalismo en México*. El Colegio de Michoacán, México, 1992.
- *ORTEGA Y GASSET, José. *La rebelión de las masas*. Porrúa, 4ª edición, México, 2002.
- *PEREDO Castro, Francisco. *Cine y propaganda para América Latina*. UNAM-CCyDEL-CISAN, México, 2004.
- *PEREYRA, Carlos; et. al. *Historia ¿para qué? Siglo XXI*, 20ª edición, México, 2004.
- *PORTELLI, Hugues. *Gramsci y el bloque histórico*. Siglo XXI, 8ª edición, México, 1981.
- *PRATKANIS, Anthony y Aronson, Elliot. *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Paidós, España, 1994.
- *PROSS, Harry. *Estructura simbólica del poder*. Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- *RAMOS, Samuel. *El perfil del hombre y la cultura en México*. Espasa-Calpe, México, 1998.
- *RADCLIFFE-BROWN, A. R. *Estructura y función en la sociedad primitiva*. Península, Barcelona, 1972.
- *REBOUL, Olivier. *Lenguaje e ideología*. FCE, México, 1986.
- *REED Torres, Luis y Ruiz Castañeda, María del Carmen. *Periodismo en México: 500 años de historia*. EDAMEX, 3ª edición, México, 2002.
- *REGLÁ, Juan. *Historia de la Edad Media. Vol. 2. Renacimiento*, España, 1985.
- *REYES, Aurelio de los. *Los orígenes del cine mexicano (1896-1900)*. FCE, México, 1983.
- *RODRÍGUEZ Arvizu, José; Gómez Méndez, Sergio Orlando y Ramírez ampos, Silvia. *Historia Universal*. Limusa, 2ª edición, México, 2000.
- *ROUSSEAU, Juan Jacobo. *El contrato social*. Porrúa, 15ª edición, México, 2006.
- *SABINE, George H. *Historia de la teoría política*. FCE, 3ª edición, México, 2006.
- *SAHUÍ, Alejandro. *Razón y espacio público. Arendt, Habermas y Rawls*. Ediciones Coyoacán, México, 2009.
- *SALMERÓN, Fernando et. al. *Estudios de historia de la filosofía en México*. UNAM, México, 1963.
- *SANFÉLIX Vidarte, Vicente (coordinador). *Las identidades del sujeto*. Pretextos, España, 1997.
- *SCHAFF, Adam. *Ideología y marxismo*. Grijalbo, México, 1980.

- *SERRANO Gómez, Enrique. *Filosofía del conflicto político*. UAM-Miguel Ángel Porrúa, México, 2002.
- *----- *Legitimación y racionalización*. Anthropos-UAM, España, 1994.
- *SMITH, Anthony D. *Las teorías del nacionalismo*. Ediciones Península, Barcelona, 1976.
- *TAJFEL, Henri. *Grupos humanos y categorías sociales*. Herder, Barcelona, 1984.
- *THOMPSON, John B. *Ideología y cultura moderna*. UAM Xochimilco 2ª edición, México, 1998.
- *TOURAINÉ, Alain. *¿Qué es la democracia?* FCE, 2ª edición, México, 2006.
- *----- *¿Podremos vivir juntos?* FCE, 2ª edición, México, 2011.
- *TOUSSAINT Alcaraz, Florence. *Escenario de la prensa en el Porfiriato*. Fundación Manuel Buendía- Universidad de Colima, México, 1989.
- *TURNER, Frederick C. *La dinámica del nacionalismo mexicano*. Grijalbo, México, 1971.
- *VAN Dijk, Teun A. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Paidós, España, 1992.
- *VARIOS. *Nueva Historia General de México*. El Colegio de México, México, 2010.
- *WEBER, Max. *Economía y sociedad*. FCE, 2ª edición, 6ª reimpresión, México, 1983.
- *WOLF, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, México, 2002.
- *YEHYA, Naief. *Guerra y propaganda*. Paidós, México, 2003.
- *YOUNG, Kimball. *Psicología social*. Paidós, 2ª edición, Buenos Aires, 1974.
- *-----; et. al. *La opinión pública y la propaganda*. Paidós, México, 1990.

Hemerografía:

- *“Decreto por el que se declara al año 2010 como Año del Bicentenario del inicio del movimiento de Independencia Nacional y del Centenario del inicio de la Revolución Mexicana y se crea la Comisión Organizadora de dicha Conmemoración” *Diario Oficial de la Federación*. 16 de junio 2006.
- *”Reporte de las Principales Actividades con Motivo del Bicentenario del Inicio de la Independencia Nacional y del Centenario del Inicio de la Revolución Mexicana”. México, Diciembre de 2010.
- *CANTO Ortiz, Jesús María y Moral Toranzo, Félix. “El sí mismo desde la teoría de la identidad social”, en *Escritos de psicología*, número 7, 2005.

- *DAM, Lotte. “Cultura y construcción de identidades en un mundo globalizado”, en *Sociedad y discurso*, número 17, 2010.
- *DÍAZ, Ariane. “El Coloso no retrata ningún personaje en particular: SEP”, *La Jornada*, 20 de septiembre de 2010.
- *DRESSER, Denise. “Problema mental”. *El Norte*, 11 de enero de 2010.
- *GILES Sánchez, Citlali. “Ubican en Guerrero tres de los 10 municipios más pobres del país”. *La Jornada*, 12 de febrero de 2012.
- *GONZÁLEZ Rey, Fernando. “Subjetividad social, sujeto y representaciones sociales”, en *Diversitas: perspectivas en psicología*, Vol. 4, número 2, 2008.
- *GUPTA, Akhil y Ferguson, James. “Más allá de la cultura: espacio, identidad y las políticas de la diferencia”, en *Antípoda: Revista de Antropología y Arqueología*, número 7, 2008.
- *INNERARITY, Carmen. “Democracia e integración política. ¿Cómo afectan los procesos de integración a la representación política?”, en *Reis: revista española de investigaciones sociológicas*, número 91, 2000.
- *JAVALOY Mazón, Federico. “El paradigma de la identidad social en el estudio del comportamiento colectivo y los movimientos sociales”, en *Psicothema*, Vol.5, número Extra 1, 1993.
- *KOHUT, Karl. “Clavijero y las disputas sobre el Nuevo Mundo en Europa y América”, en *Destiempos*, Año 3, Número 14, 2008.
- *LUCAS Martín, Francisco Javier de. “Integración política, participación y ciudadanía: un balance”, en *Entelequia: revista interdisciplinaria*, número 4, 2007.
- *MATEOS Vega, Mónica. “Las renuncias de Florescano quedaron sin efecto: CNCA”, *La Jornada*, 12 de septiembre de 2007.
- *MEMMI, Albert. “Las fluctuaciones de la identidad cultural”, en *Política y cultura*, número 11, 1999.
- *MEYER, Lorenzo. “Exactamente, ¿qué vamos a celebrar?”. *Reforma*, 18 de febrero de 2010.
- *NEIGBURG, Federico y Goldman, Mauricio. “Teoría, política y ética en los estudios antropológicos del carácter nacional”, en *Alteridades*, Vol. 11, número 22, 2001.
- *ROJAS de Rojas, Morelba. “Identidad y cultura”, en *Educere: Revista Venezolana de Educación*, número 27, 2004.
- *RUIZ, Blanca. “Cultura del conflicto y diversidad cultural”, en *Cuadernos electrónicos de filosofía del derecho*, número 1, 1998.

*SANDOVAL Álvarez, Rafael. “La dimensión política en la constitución de la identidad del sujeto”, en *Espiral: Estudios sobre Estado y Sociedad*, Vol. 6, número 17, 2000.

*SCANDROGLI, Bárbara; et. al. “La Teoría de la Identidad Social”, en *Psicothema*, Vol. 20, número 1, 2008.

*SEVESO Zanin, Emilio José. “Imágenes de la diferencia. Construcción subjetivas, otredad y medios de comunicación”, en *Fundamentos en humanidades*, número 19, 2009.

*SOLANO, Belisario. “La comunicación política en los procesos de integración”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 36, 2000.

*VERA Noriega, José Ángel y Grubits, Sonia. “Construcción de la identidad y la ciudadanía”, en *Ra Ximhai: revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible*, Vol. 1, número 3, 2005.

Páginas web:

*foxpresidencia.gob.mx

* www.bicentenario.gob.mx

*www.inegi.org.mx

* www.lajornada.unam.mx

*www.lajornadaguerrero.com.mx

* www.youtube.com