

# *El radar moral de los cincuenta.*

## *La Comisión Nacional de Moralización del Ambiente frente a los medios de comunicación en México*

THE MORAL RADAR OF THE 50'S. THE NATIONAL COMMISSION  
OF MORALIZATION AGAINST THE MEDIA IN MEXICO

LAURA CAMILA RAMÍREZ BONILLA

Departamento de Historia-Universidad Iberoamericana  
México

### *ABSTRACT*

*The aim of this article is to characterize the Comisión Nacional de Moralización del Ambiente (CNMA), as one of the main organs of social control and activism in the public sphere of the Catholic Church in Mexico in the middle of the 20th Century. The study emphasizes the position and actions that this entity, a subsidiary of Mexican Catholic Action, developed against mass media. The context is not naïve: It is a time in which, for the first time, the main media industries of the century converge: press, cinema, radio, and television. This paper poses questions around the internal organization, values and projects of the CNMA, its interest in mass media and how it sought to neutralize or influence it. Thus, it is argued that, from anti-communist and anti-modern militancy and the distrust of the secular State, morality and the search for its control became alternative – and effective – spaces for Catholic players to participate actively in the public sphere in the fifties.*

*Key words: moral, Catholicism, media, secular organizations, modernization.*

### **RESUMEN**

El propósito de este artículo es caracterizar a la Comisión Nacional de Moralización del Ambiente (CNMA) como uno de los principales órganos de control social y activismo en la esfera pública de la Iglesia católica

en México, a mediados del siglo xx. Con ese punto de partida, el estudio hace énfasis en la postura y acciones que dicha entidad, filial de la Acción Católica Mexicana, emprendió frente a los medios masivos de comunicación. El contexto no es ingenuo. Se trata de un tiempo en el que convergen, por vez primera, las principales industrias mediáticas del siglo: prensa, cine, radio y televisión, con un rearme moralizador de la Iglesia católica en México. Este artículo se pregunta por la organización interna, los valores y los proyectos de la CNMA, su interés por los medios y la manera como buscó neutralizarlos o ejercer influencia sobre ellos. Así, se sostiene que, desde la militancia anticomunista y antimoderna, desconfiada de la laicidad del Estado, la moral y la búsqueda de su control se convirtieron en espacios alternativos –y efectivos– para que actores católicos de la época participaran activamente en la esfera pública e impusieran como universales agendas y modos de vida particulares.

Palabras clave: moral, catolicismo, medios de comunicación, organizaciones laicales, modernización.

Artículo recibido: 12-10-2017

Artículo aceptado: 27-2-2018

En la década de 1950 el radar moralizador se reactivó con vigor en la Ciudad de México. El decenio fue escenario de la acción coordinada de un sector de la derecha mexicana, expresado en la jerarquía católica y el laicado organizado, que dispuso de recursos materiales y económicos, redes, activistas y planeación para defender la decencia y las buenas costumbres de la sociedad. De trasfondo estaba el diagnóstico de una sociedad en crisis, degradada por el laicismo, los errores de la modernidad, los excesos de la técnica y el alejamiento de Dios. El deterioro moral no tenía más salida que la recristianización de la escuela, los espectáculos y, en especial, los instrumentos de “difusión del pensamiento”.<sup>1</sup> Prensa, cine, radio, televisión, teatro, publicidad e impresos es-

<sup>1</sup> “Elevemos el nivel moral”, *Boletín de la Junta Central* (Méjico), 1 de julio de 1951, p. 33.

tuvieron en la mira de un activismo que, en diálogo directo con el conservadurismo, la intransigencia y el integralismo católico,<sup>2</sup> osciló entre el discurso, la censura, la exhortación, la denuncia y la vigilancia.

En medio del desarrollismo del gobierno de Miguel Alemán (1946-1952), el crecimiento urbano, el cambio demográfico, la masificación del consumo, el auge de las clases medias y la aspiración a un *American way of life* en ciudades como México, la actividad católica con relación al control de la moral pública de la sociedad no resultaba inédita ni casual. Los radares fueron herencia directa de al menos dos fenómenos: (1) la presencia de una Iglesia católica en franca paz y comunicación con el poder político –pese a las diferencias en temas como la educación– y (2) el dinamismo del “apostolado seglar” que desde finales de los veinte promovía la organización de los laicos en agrupaciones y actividades bajo la tutela del episcopado: la Acción Católica Mexicana (ACM) lideró el mandato pontificio al respecto.<sup>3</sup>

El objetivo de este artículo es caracterizar a la Comisión Nacional de Moralización del Ambiente (CNMA), organización filial de la ACM, como uno de los principales órganos de control social de la Iglesia católica de mediados del siglo xx en la capital de México. En particular, nos detendremos en su postura y acción frente a los medios masivos de comunicación: prensa, cine, radio y televisión. El ejercicio se pregunta por los valores y objetivos que defendía la CNMA, su organización interna, su composición, su diagnóstico

<sup>2</sup> Aspe anota que el integralismo “se dirigía a la formación de católicos de tiempo completo que podía y debía incidir en la vida total de la nación para restaurar el orden social cristiano”. Por su parte, la “intransigencia” se refiere a la oposición al liberalismo y su negación como ideología y la actitud de “no dejarse reducir al ejercicio de meras prácticas religiosas y culturales”. María Luisa Armella Aspe, *La formación social y política de los católicos mexicanos. La Acción Católica Mexicana y la Unión Nacional de Estudiantes Católicos*, p. 25.

<sup>3</sup> Desde finales de la década de 1920, el papa Pío XI (1922-1939) se propuso tal fin a través de la organización y participación de seglares en el apostolado jerárquico: Acción Católica.

de la sociedad y su agenda pública. En ese marco, qué interés tuvo por los medios de comunicación, qué relación estableció entre éstos y la moral y de qué manera buscó neutralizarlos.

La CNMA se define desde la militancia anticomunista, la desconfianza de los valores de la modernidad, la lucha contra el Estado laico, la convicción de un orden social jerárquico y, por su naturaleza, la defensa a ultranza de la moral católica como la verdadera y única para los mexicanos. Para la CNMA, el catolicismo y la institución eclesiástica se erigían como la base de la cohesión social y la identidad nacional de México, en tanto su presencia histórica, los cánones culturales y la fe mayoritaria así lo determinaban. Plantearemos que, ante un orden constitucional que negaba cualquier intervención de la Iglesia en el Estado, la moralidad y la búsqueda de su control se convirtieron en espacios alternativos –y efectivos– para que los actores religiosos de mediados del siglo XX participaran en la esfera pública. Desde la vigilancia de la vida privada, los sectores más reaccionarios del catolicismo, eclesiásticos y laicos, lograron influir en lo público –e incluso, en lo estatal–. El comportamiento de los individuos en sociedad y sus relaciones con otros permitieron a la Iglesia, en la competencia por lo simbólico, ejercer actividades políticas.

Ahora bien, aludir a la moral y la moralización es apuntar a un ámbito en el que la Iglesia no sólo se sentía cómoda, como institución –y el laicado organizado, como grupo de presión–, sino socialmente respaldada, con una suerte de “mandato oficial” que no despertaba mayor oposición, al menos no por parte del Estado, pese a su laicidad, y por la clase política, quienes en general compartían los principios del catolicismo sobre la conducta pública de las personas. Reaccionar, desde la defensa moral, a la comunicación masiva del pensamiento y la información, era una estrategia de contención reiterativa de la Iglesia jerárquica frente a estamentos e ideas que pudieran antagonizarle en el dominio de las conciencias o restarle privilegios en ámbitos del poder político y social.

En términos metodológicos, la presente investigación acude al archivo histórico de la ACM, y en particular a su fondo dedicado a la Comisión Nacional de Moralización del Ambiente y la Campaña Nacional de Moralización, en la década de 1950, como fuente primaria. Igualmente, se nutre de hemerografía confesional (*Unión, La Unión, Revista Señal, La Familia Cristiana* y *Boletín de la Junta Central de ACM*) y libros de la época sobre el apostolado seglar y la función de los medios de comunicación (José A. Romero S. J. e Isidro Mota). Así, el lector se encontrará con cuatro secciones: primero, una referencia al concepto de moral y moralización desde la perspectiva eclesial de mediados de siglo XX; segundo, los signos de decadencia moral que identificó la CNMA en México y la responsabilidad que le fue asignada a los medios masivos de comunicación; tercero, una descripción del Programa Nacional de Trabajo, entendido como eje de acción de la Comisión para combatir la crisis moral de la sociedad; y cuarto, una aproximación a los discursos y las temáticas abordadas en el Primer Congreso Nacional para la Moralización del Ambiente, de 1953, como espacio de reflexión que logró reunir a las 44 asociaciones laicales coordinadas por la Comisión.

## MORAL Y MORALIZACIÓN

Entenderemos los órdenes morales como “artificios humanos”,<sup>4</sup> inherentes al impulso de los hombres a querer organizar el comportamiento en sociedad. De su estudio histórico es factible extraer elementos que caractericen formas de percibir el mundo en ciertos sectores sociales, lugares y tiempos. La moral, acción humana que se materializa en pautas de conducta, como indica Escalante, no es consecuencia de una deducción lógica o de preceptos aislados, sino de modos de organización de la vida

<sup>4</sup> Clyde Kluckhohn, “El orden moral en una sociedad en expansión”, p. 82.

social: “acuerdos contingentes –y pocas veces explícitos– sobre lo bueno y lo malo”.<sup>5</sup>

Asumiendo su condición contextual, para el catolicismo, la ley moral es la ley de Dios, orientada a la regulación del comportamiento y la delimitación entre lo correcto y lo vedado.<sup>6</sup> “El ejercicio de este derecho no puede ser calificado como injerencia indebida, sino como valiosa providencia materna de la Iglesia, que inmuniza a sus hijos frente a los graves peligros de todo contagio que pueda dañar a la santidad e integridad de la doctrina y de la moral”, indicaba Pío XI en 1929. Esta vigilancia de la institución eclesiástica suponía la prestación de un “eficaz auxilio al orden y al bienestar de las familias y del Estado”, manteniendo a la juventud como población prioritaria.<sup>7</sup> En el mismo contexto en el que se reorganizó la Acción Católica, el pontífice exhortó a clérigos y laicos a custodiar la moral. Entre sus focos estuvo la vigilancia estricta a los medios de comunicación, de ahí la temprana creación de la Oficina Internacional del Cine Católico (OCIC) y la Asociación Católica Internacional para Radio y Televisión (UNDA) en 1928.

En 1952, el semanario *Unión* elaboró su propia definición de moral: “Es la ley o conjunto de leyes morales y humanas que objetivamente tiene una barrera entre lo bueno y lo malo en el orden moral y por lo mismo, entre lo que está permitido y lo que está prohibido”.<sup>8</sup> El muro entre lo debido y lo indebido parecía sólido. Suponía una separación tajante, en un mundo dual en la que la disyuntiva era admitida pero no deseada. Desde luego, los grises se esfumaban en el argumento. En la perspectiva de *Unión*,

<sup>5</sup> Fernando Escalante, *Ciudadanos imaginarios. Memorial de los afanes y desventuras de la virtud y apología del vicio triunfante en la República Mexicana. Tratado de moral pública*, pp. 30 y 32.

<sup>6</sup> “Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente”, *Unión* (México), 6 de enero de 1952.

<sup>7</sup> Encíclica *Divini Illius Magistri*, sobre la educación cristiana de la juventud, Pío XI (Roma), 31 de diciembre de 1929.

<sup>8</sup> “Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente”, *Unión* (México), 6 de enero de 1952.

cualquier orden moral distinto al católico era desconocido o, en la mayoría de los casos, errado. En la década de 1950, las disertaciones sobre la moral se redujeron a evaluaciones taxativas sobre la decencia y la indecencia de la conducta humana. Se trataba de un lenguaje sin mayor disposición al diálogo, con mensajes directos, deslindados del complejo acumulado de estímulos, motivaciones y sentidos que representaban los cambios tecnológicos y de comunicaciones de los cincuenta, el crecimiento urbano, las vanguardias artísticas, el psicoanálisis o las corrientes filosóficas que habían dejado la primera mitad del siglo.

En sus primeras experiencias con los medios de comunicación –en las décadas del treinta y el cuarenta– los moralizadores se inquietaron más por vigilar que por orientar o formar, enfoque que fue rebatido años después con la encíclica *Miranda Prorpus* (1957) y el Vaticano II (1962-1965). Es posible que, frente a este tema, el moralizador local se presentara mucho más radical que la Iglesia pontificia, incluso jerárquica. No sólo asumía que sus reglas de conducta eran las más idóneas para el resto de la sociedad, sino que se propuso imponerlas. En este contexto, moralizar implicaba ejercer un activismo, una militancia por determinado canon moral y su preservación. Fue así como se cimentó el carácter de la CNMA en México: una misión salvífica que devolvería la pureza y cristiandad a los individuos –fieles o no–.

#### LA DECADENCIA MORAL Y LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS

El 13 mayo de 1951, día de la virgen de Fátima, la Confederación Nacional de Congregaciones Marianas lanzó en la Ciudad de México la Campaña Nacional de Moralización del Ambiente.<sup>9</sup> Cinco meses más tarde, el arzobispo primado de la capital, Mons.

<sup>9</sup> P. J. A. Romero S. J., “Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente”, *Unión* (México), 6 de enero de 1952, p. 1.

Luis María Martínez, asumió el cargo de representante y director general de la iniciativa, mientras que Acción Católica Mexicana se adhirió como soporte laical y estructura base.

El proyecto fue dirigido desde el Distrito Federal, donde se centralizaban las decisiones y se recibían informes de las comisiones diocesanas. Campaña y Comisión nacieron al mismo tiempo. Según sus estatutos, su propósito era “renovar el espíritu cristiano privada y públicamente en el individuo, en la familia y en la sociedad, en particular en todo lo que se refiere a la moralidad”.<sup>10</sup> La Comisión debía coordinar a las 44 asociaciones de apostolado sacerdotal que integraban la campaña en todo el país. La apuesta fue por una organización jerárquica, orientada a hacer presencia nacional, conformada por Comisiones Diocesanas, a su vez divididas en Comisiones Parroquiales, que debían reunirse cada mes para coordinar actividades, distribuir información y dar directrices a la comunidad.

En la subdirección de la Comisión, Mons. Martínez nombró al sacerdote jesuita José Antonio Romero (1888-1961), fundador, en 1937, de la Obra Nacional de Buena Prensa (1937) y director de varias de sus publicaciones –*Chiquitín, ¿Lo sabías?, Unión y Christus*–. Romero combatía los canales de comunicación impíos desde los canales mismos, en especial la prensa. Ahora bien, pese a su experiencia profesional en dicho ramo, sus escritos no redundaron en el análisis estratégico de los medios masivos de comunicación, sino en señalamientos y advertencias sobre los riesgos de la decadencia moral que dichos instrumentos representaban.

La moral de la sociedad mexicana vivía una suerte de enfermedad letal que exigía una intervención. La Campaña era “una inyección necesaria” para atacar los nefastos síntomas de este padecimiento, al menos así lo interpretaba el caricaturista Fesa.

<sup>10</sup> Archivo ACM, CNMA-1952-1953, clasificación: 2.6.6., Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente, “Breves estatutos de la ‘Campaña Nacional para la Moralización del Ambiente’”, sin fecha.



Figura 1. Fesa, “Cartón de la semana”, *Semanario Unión*, 6 de noviembre de 1955.



Figura 2. Fesa, “Cartón de la semana”, *Semanario Unión*, 10 de julio de 1955.

Su “Cartón de la semana” en *Unión* alimentaba un discurso de alarma, pesimista ante las posibilidades de salvar a México de la decadencia. El cartón del 6 de noviembre de 1955 veía como insuficientes las medidas tomadas. El descrédito era el tono. Pero, ¿quién debía aplicar esa inyección?, ¿por qué no se había hecho antes?, ¿por qué los “índices” de inmoralidad se habían disparado? Para Fesa, el país estaba al borde del abismo, haciendo equilibrio, a punto de ser empujado por la inmoralidad rampante, indicó el 10 de julio de 1955. La caída –casi inminente– implicaba ahogarse en el mar del comunismo, ya negro y profundo.

El diagnóstico de crisis moral guardaba relación con el protagonismo que la era moderna le había asignado a la técnica y al progreso material. Había un temor práctico a que este tipo de recursos sustituyeran o desplazaran las responsabilidades y los valores religiosos de los creyentes. El moralista hallaba una relación

inversamente proporcional entre el desarrollo técnico y el declive moral: “Todo el mundo reconoce que mientras hay un adelanto en la parte material, hay una decadencia aterradora en las costumbres”,<sup>11</sup> sentenció el padre Romero en el semanario *Unión*. Los progresos científicos que llevaron a la invención de los medios escritos y audiovisuales de comunicación fueron entonces considerados por el catolicismo bajo dos principios: primero, “dones de Dios”, materialización de su grandeza, de la virtud y la inteligencia dada a la humanidad, y segundo, instrumentos que debían ponerse al servicio de la fe y las labores eclesiásticas.

Relacionar las técnicas modernas con los medios de comunicación pareció ineludible. Durante el Primer Congreso Nacional de Moralización, el padre Romero aludió a este vínculo. “Vivimos en una época en que la guerra fría de los más encarnizados enemigos de la Iglesia, se lleva a cabo precisamente por medio de la Prensa, del Radio, del Cine, de la Televisión. Ellos se sirven arteramente de todo medio de publicidad para infiltrar su venenoso influjo, con ello buscan corromper a nuestra juventud”.<sup>12</sup>

La Campaña y la Comisión de 1951 fueron un llamado a “enfilar tropas” por la moral. La Carta Pastoral del Episcopado Nacional sobre la Moralidad, del 14 de noviembre de 1952, durante el Tercer Congreso Nacional Misional en Monterrey, no sólo apoyó de manera oficial la iniciativa, sino que la puso en sintonía con los mandatos pontificios. Refiriéndose al problema de la técnica y la modernidad, el documento episcopal indicaba lo siguiente: “Digno de lamentarse es que los hombres, lejos de aprovecharse de los frutos de la civilización, han abusado de estos nuevos dones de Dios para entregarse a toda clase de desórdenes y pecados”.<sup>13</sup>

<sup>11</sup> “La desamortización de las costumbres”, *Unión* (México), 30 de marzo de 1952.

<sup>12</sup> José Antonio Romero, *El apostolado segrlar*, p. 188.

<sup>13</sup> “Carta Pastoral Colectiva del Episcopado Mexicano sobre la Moralidad”, 14 de noviembre de 1952.

La “patria” mexicana debía soportar ahora “atentados monstruosos” a instituciones tan santas como el matrimonio y la educación, indicaba la carta. Mientras las mujeres se mostraban en modas escandalosas, se describían en las pantallas y el papel “nefastos crímenes”, justificando todo lo incompatible con las leyes de la moral cristiana: “se incitan las más bajas pasiones, en periódicos, revistas, escaparates, vistas cinematográficas, etc.”, sentenciaban los obispos. El hogar, “santuario bendito”, había sido profanado. El problema provenía del descuido y la inconsciencia de los padres de familia, que habían delegado la educación de sus hijos a una escuela que omitía “toda idea de Dios” y exigía a los infantes “la guarda de una moral que pugna por el crudo materialismo”.<sup>14</sup>

La moral y la moralización representaban en el discurso episcopal una puerta de entrada, con doble sección, a la esfera pública y privada de católicos –y en ocasiones incluso los no católicos–. Pretendían hacer universal una agenda particular. Desde el control de la conducta y la conservación de un orden social signado por las concepciones católicas sobre la familia, la niñez, la educación, las costumbres o el uso del tiempo libre, entre otros, la Iglesia podía tener presencia en nociones y actividades de la vida cotidiana, la sociabilidad y la convivencia de la sociedad en general. Insertarse de lleno en la materia no era novedoso, pero sí estratégico: la moral parecía uno de los pocos reductos de los que la Iglesia no había sido desplazada por el Estado laico de 1917. Con relación a este campo, la disputa eclesiástica por el espacio público pasó por tres temas concretos: la oposición tajante a la educación laica, considerada foco de perversión de valores y ataque directo a la libertad religiosa; la convicción de que la nación era una realidad atravesada por el repertorio de valores, símbolos, devociones y tradiciones del catolicismo, superior a la laicidad del Estado, en tanto confesión mayoritaria de los mexicanos y además portadora del culto guadalupano; y en menor medida,

<sup>14</sup> *Idem.*

y pese a los arreglos posteriores a la guerra cristera, entre los más radicales persistió la consideración de que el Estado no podía ser una entidad separada de la fe, ni en sus principios ni en su institucionalidad, pues de ésta podía recibir respaldo, orientación, cohesión social y legitimidad.<sup>15</sup>

#### PLAN GENERAL DE TRABAJO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El catolicismo más tradicional de la Iglesia en México, al que hacía referencia la Carta Episcopal de 1952,<sup>16</sup> asumió como propia la misión de resguardar el orden social y la moral pública de los mexicanos. El repliegue a la iniciativa de Acción Católica y el episcopado fue inmediato entre las organizaciones laicales. “Ojalá que la UCM colabore empeñosamente con dicha campaña”, señaló el Lic. Eduardo Olmedo para el boletín de la Unión de Católicos de México.<sup>17</sup> “Es preciso formar la conciencia de las gentes”, fue el llamado de los obispos, que se hizo operativo con el Programa General de Trabajo, hoja de ruta de la Comisión Nacional de Moralización del Ambiente.

El programa fue un reglamento con “normas especiales” frente a 12 tópicos: costumbres, modas, bailes, novios, conversaciones, lecturas, radio, cines y teatros, paseos, juegos y bebidas, calendarios y anuncios inmorales y estatuas y cuadros. Una versión posterior del documento incluyó a la televisión. Por cada tema, la Comisión señaló recomendaciones y acciones de proselitismo. Desde sus primeros artículos, la CNMA pedía seguir la clasificación

<sup>15</sup> Entre otros, los órganos de difusión de la Unión de Católicos de México y del Sinarquismo hacen latente en los años cincuenta este recelo frente al Estado laico. Para el primer caso *vid. Solis*, “El origen de la ultraderecha en México: la ‘U’”, pp. 25-38.

<sup>16</sup> A saber: la Acción Católica, la Legión Mexicana de la Decencia, los Caballeros de Colón, la Unión de Católicos Mexicanos y las Congregaciones Marianas.

<sup>17</sup> Eduardo Olmedo, “Síntesis del tema: ‘moralización de las costumbres’”, *La Unión* (México), octubre-noviembre 1952.

cinematográfica de la Legión de la Decencia, no comprar ni recibir “ninguna revista o periódico inmoral”, “evitar todo exceso en la bebida y el juego” y, de manera particular, invitar a las damas a “no ponerse ningún vestido que desdiga de la decencia cristiana”.<sup>18</sup>

El programa fue una suerte de breviario sobre propaganda y difusión: “publíquense avisos breves en toda la prensa católica y en la laica, pagándolos, si es necesario, contra todo aquello que sea inmoral”. El documento solicitaba la elaboración de carteles o afiches que hicieran “llamamiento patriótico en defensa de la moralidad”. La estrategia incluía, desde luego, arrancar de los lugares públicos todos aquellos anuncios que publicitaran ideas o actos adversos a las buenas costumbres.<sup>19</sup> “Hemos mandado imprimir 2 000 volantes contra el cine inmoral”, informó la junta diocesana de Toluca a la ACM, que además solicitó 500 carteles alusivos a las actividades de moralización de la organización.<sup>20</sup> En noviembre de 1953 la Campaña conformó su propio “Comité de Propaganda”, asunto que hasta entonces estaba en manos del Comité Central de Propaganda de la ACM.<sup>21</sup>

<sup>18</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6. Folleto Comisión Nacional para la Moralización del Ambiente. Programa General de Trabajo y Normas Especiales.

<sup>19</sup> El archivo de la Comisión conserva decenas de cartas para autorizar, comprar o distribuir la impresión de carteles publicitarios. “A fin de trabajar en la Campaña Nacional Pro-Moralización del Ambiente, te suplico remitirme 3 000 anuncios murales de 70 x 95 cms.”, informaba el encargado de la ACM en Culiacán al presidente del Comité Central de Propaganda de ACM en la Ciudad de México. Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6., 1951, Carta de Rogelio G. Esquer, presidente Junta Diocesana de Culiacán, a Carlos F. Acosta, presidente de la Comisión Central de Propaganda de ACM (Ciudad de México), 7 de julio de 1951.

<sup>20</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6., 1951, Carta de Gustavo Tapia, presidente Junta Diocesana de Toluca, a Carlos F. Acosta, presidente de la Comisión Central de Propaganda de ACM (Ciudad de México), 9 de julio de 1951.

<sup>21</sup> Integrado por los señores Ignacio Martín del Campo (presidente), José Villela (vicepresidente), Raymundo Prieto (secretario) y Antonio Ibarrola (vocal). Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6., 1952-1953, Circular N° 4 a los Vbles Sres. Directores Asistentes o Asesores Eclesiásticos y a los presidentes de las AA. cc. Nacionales, Comisión Nacional de Moralización del Ambiente (Ciudad de México), 19 de diciembre de 1953.

También en noviembre de 1953, la Comisión estableció su Departamento Jurídico, encabezado por el abogado Antonio de Ibarrola, y así dejó de depender de la Legión Mexicana de la Decencia para temas legales.<sup>22</sup> Por disposición del Programa General, el departamento se encargó de “delatar ante las autoridades correspondientes las publicaciones, espectáculos, etc., inmorales”. La oficina contaba entre sus logros que las películas *OK Nerón* y *Cuarto de Hotel* hubieran sido recortadas en sus contenidos “indecorosos”, que la revista *Pigal* dejara de circular por correo, que la publicación *Can-Can* fuera denunciada ante la Procuraduría de Justicia del Distrito Federal por considerársele pornográfica, que se elevaran denuncias públicas contra las revistas *Eva y Mujeres* y que se editara *Decencia*, entre otros resultados. Por intermedio del Departamento Jurídico, en 1957 la Comisión entabló correspondencia con realizadores, artistas y conductores de la pantalla chica, por agresiones al decoro de los mexicanos. Por la presentación de una mujer “prácticamente desnuda” en *La hora de Paco Malgesto*, la CNMA se dirigió al presentador: “Animados del deseo de defender su propio prestigio y el respeto que se debe al hogar mexicano le suplicamos que se abstenga en lo futuro de esos *stunts* que nada favorecen su carrera y que molestan al público televidente”.<sup>23</sup>

Los patrocinadores de los programas televisivos también fueron contactados por la CNMA. Fue el caso de Carta Blanca, del Canal 2, por presentar a un hombre vestido de mujer y exhibir

<sup>22</sup> En el departamento también participaron Felipe Gómez Mont y David Casares Nicolín, y como secretaria Carlota Tenorio. Ibarrola, por su parte, era parte de la firma de abogados Ibarrola y Nicolín. Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6., 1952-1953, Circular N° 4 a los Vbles Sres. Directores Asistentes o Asesores Eclesiásticos y a los presidentes de las AA. CC. Nacionales, Comisión Nacional de Moralización del Ambiente, (Ciudad de México), 19 de diciembre de 1953.

<sup>23</sup> ACM, CNMA-1957, clasificación: 1.5.8.6: carta de José Villela, vicepresidente Comité Ejecutivo CNMA, a Francisco Rubiales (Paco Malgesto) (Ciudad de México), 9 de abril de 1957.

a niños bailando ritmos indecentes como el Can-Can.<sup>24</sup> Ahora bien, el patrocinador quedaba libre de culpas para la Comisión; no obstante, la advertencia mostraba la inconveniencia que significaba que la marca fuera asociada con actos indecorosos. Como parte de la estrategia, no ganar la antipatía del empresariado parecía una premisa. Sin embargo, no todas estas gestiones producían los efectos esperados por la CNMA. “En la televisión hemos estado insistente denunciando las extra-limitaciones de los diversos programas y hemos recibido algunos ofrecimientos de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, que se ha llevado el viento”, reconoció el padre Romero, para quien siempre era posible hacer más.<sup>25</sup>

Respecto a los impresos, el Programa General ordenó a los católicos no comprar ni recibir libros, folletos, revistas o cualquier otra publicación inmoral. Desde su análisis, este tipo de material se encontraba plagado de “provocativas imágenes femeninas” y hechos obscenos.<sup>26</sup> La CNMA declaró una “guerra sin cuartel” a revistas como *Alarma*, *Crimen*, *Magazine de Policía*, *Nota Roja*, *Suplemento de Magazine de Policía*, *Vea y Vodevil*, entre otras, que habían sido objeto de sanciones por el Código Penal (Art. 200) y el Decreto Presidencial de Educación Pública (1951). Varios títulos que se presentaban “para niños”, indicaba el padre Romero, parecían más enfocadas para adultos, pues “enseñan el mal o lo provocan”. Era el caso de *Chamaco*, *Pepín*, *Paquín*, *Paquito*, *Historietas y Figuras*. Agentes distribuidores, repartidores, vendedores y papeleros<sup>27</sup> eran también “responsables del mal que causen

<sup>24</sup> ACM, CNMA-1957, clasificación: 1.5.8.6.: carta de José Villela, vicepresidente Comité Ejecutivo CNMA, a Cervecería Cuauhtémoc S. A. (Ciudad de México), 16 de mayo de 1957.

<sup>25</sup> ACM, CNMA-1957, clasificación: 1.5.8.6.: carta de José Villela, vicepresidente Comité Ejecutivo CNMA, a Manuel Esteban Cal y Mayar, presidente de la CNMA (Ciudad de México.), 2 de abril de 1957.

<sup>26</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6. Folleto Comisión Nacional para la Moralización del Ambiente. Programa General de Trabajo y Normas Especiales.

<sup>27</sup> “Papeler” es un mexicanismo que designa al voceador. *Vid.* Concepción

esas revistas".<sup>28</sup> La lógica era simple: si no las vendieran, no las comprarían.

El apostolado de la prensa católica fue considerado por los moralizadores una actividad prioritaria. No se trataba de un propósito nuevo. No obstante, la preocupación acumulaba la guerra contra los cómics, los calendarios, la pornografía, los panfletos políticos, entre otras publicaciones consideradas “enemiga[s] de fe, de la moral y de la misma civilización cristiana”. El semanario católico *Unión*, bajo la dirección del padre Romero, fue órgano de difusión de dicho apostolado. “Es indispensable, para poner a plena luz la belleza, la necesidad y la sublimidad de la moral cristiana, proporcionar buenos periódicos y buenos libros”. Retomando al cardenal Maffei, arzobispo de Pisa, la revista recordaba los riesgos que representaban estos instrumentos por su carácter y alcance: “vosotros predicáis el domingo, mientras que el periódico predica todos los días, a toda hora. [...] Vosotros predicáis a los que vienen a vosotros; el periódico va aún a casa de aquel que no lo desea, y se impone”.<sup>29</sup> La conclusión de *Unión* fue certera. Era indispensable usar la prensa en la predicación, la formación de las “inteligencias cristianas”, las conciencias íntegras y la “conquista de las masas”.

El Programa General de Trabajo de la CNMA pedía al católico “nunca se vaya a un espectáculo sin saber si es moral o no”, aludiendo a las funciones de teatro y cine. “Sigan las orientaciones dadas por la Legión Mexicana de la Decencia [LMD] y practiquen un verdadero boicot a las películas en ‘C’”.<sup>30</sup> Los moralizadores ordenaban a clérigos y laicos difundir todas las publicaciones ca-

---

Company Company (dir.), *Diccionario de mexicanismos*, México, Academia Mexicana de la Lengua/Siglo xxi, 2010.

<sup>28</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6., 1951, folleto: J. A. Romero, “¡Guerra a los calendarios inmorales”, sin fecha.

<sup>29</sup> “La buena prensa”, *La Unión* (México), junio 15 de 1952, p. 1.

<sup>30</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6. Folleto Comisión Nacional para la Moralización del Ambiente. Programa General de Trabajo y Normas Especiales.

tólicas, en especial la hoja *Apreciaciones*, expedida cada semana por la LMD con la clasificación filmica. La Comisión buscaba mantener inalterado el mandato de Pío XI y la encíclica *Vigilanti Cura* (1936), de obligatorio cumplimiento para las jerarquías, para establecer una censura moral certera a las películas. “Hoy día no existe un medio más potente para influenciar a las masas que el cine”, afirmaba Pío XI en la encíclica. El potencial cinematográfico estaba dado por dos condiciones: primero, que el cine “habla por medio de imágenes vivas y concretas que la mente acepta con alegría y sin fatiga”. El Papa veía en la imagen en movimiento un recurso único, capaz de servir al bien y al mal. Y segundo, el cinematógrafo era un artefacto masivo, lo que facilitaba su penetración: “El cine no habla a los individuos, sino a las multitudes”. El ambiente de la sala filmica, la exposición a la calle y las condiciones materiales y anímicas que rodeaban el acto de ver una película generaban desconfianza en Pío XI: “Las películas son vistas por personas que están sentadas en un teatro oscuro y cuyas facultades mentales, físicas y a menudo espirituales, están relajadas”.<sup>31</sup> La CNMA y la LMD insistían en conservar la mirada pontificia que sobre el cine había definido la Iglesia 20 años atrás, no la que empezaba a definir para mediados de los cincuenta, un tanto menos moralista y más estratégica en la difusión de la fe. Carlos Monsiváis señala que, con su ejercicio de clasificación y censura cinematográfica, la Legión “sólo consigue ser un gran blanco paródico y centuplicar el morbo para cada película ‘prohibida’”.<sup>32</sup>

A mediados de siglo, la clasificación moral de las películas en México funcionaba mediante seis categorías.<sup>33</sup> El listado era re-

<sup>31</sup> Encíclica *Vigilanti Cura. Sobre la cinematografía*, Pío XI, Roma, 29 de junio de 1936, en: <[http://ec.aciprensa.com/wiki/Cine:\\_%22Vigilanti\\_cura%22](http://ec.aciprensa.com/wiki/Cine:_%22Vigilanti_cura%22)>. Consultado el 2 de mayo de 2016.

<sup>32</sup> Carlos Monsiváis, “Del difícil matrimonio entre cultura y medios masivos”, p. 122.

<sup>33</sup> A (Buenas para todos), B.1 (Para mayores y también para jóvenes), B.2 (Para

producido por revistas confesionales –como *Unión* y *Christus*– y socializado por los sacerdotes en las parroquias. La Legión formó censores y diseñó material especializado para estandarizar los criterios de evaluación moral.<sup>34</sup> Lo propio se intentó, al parecer sin éxito, con la televisión. Los reportes mensuales fueron publicados por *Christus*, por períodos interrumpidos entre 1952 y 1960. En términos operativos, la LMD trasladó las categorías de la censura filmica a la clasificación televisiva. En dicha decisión radicó la debilidad de la estrategia: era equivocado equiparar los dos medios de comunicación, su mecanismo de funcionamiento, sus contenidos y su recepción. *La Unión*, sin embargo, no dejó de pedir a sus lectores que no se acercaran a los productos filmicos, teatrales y televisivos sin previa consulta de las clasificaciones de la Legión Mexicana de la Decencia.

## CAMPAÑA NACIONAL PARA LA MORALIZACION DEL AMBIENTE

“BOICOT SIEMPRE A LAS  
PELICULAS, PIEZAS TEA-  
TRALES Y DE TELEVISION  
EN “C” Y A LAS REVISTAS  
INMORALES”.

Figura 3. Anuncio en apoyo a la Campaña Nacional para la Moralización en un periódico de la Unión de Católicos de México. “Campaña nacional para la moralización del ambiente”, *La Unión*, julio de 1952, p. 11.

mayores con inconvenientes), B.3 (Para mayores con serios inconvenientes), C.1 (Desaconsejables), C.2 (Prohibidas para la moral cristiana).

<sup>34</sup> *Vid.* ACM, clasificación: 1.5.8.3, Oficina Católica Internacional de Cine: 1.5.8.1, Comisión de propaganda: 2.6, Cine: 2.6.2.

Además de difundir *Apreciaciones*, el Programa solicitó a los moralizadores, feligreses y organizaciones católicas escribir cartas a dueños y gerentes de empresas teatrales, cinematográficas e impresos, para advertirles de los “grandes males de que causa y pidiéndoles que supriman lo que es inmoral”.<sup>35</sup> Ya no bastaba con la queja entre amigos. En otras palabras, a diferencia de la clasificación moral, dirigida a sancionar al producto –el mensaje–, el contacto con los realizadores implicaba ir directamente al medio.

El rasero era similar para la programación radial: “Jamás sintonice programas de chistes o relatos, canciones, novelas y comedias inmorales”. En complemento, se reiteraba la importancia de contactar a comerciantes e industriales del medio para que no produjeran contenidos indebidos. Por último, cabe señalar que en la época también se emprendió una batalla importante contra los “calendarios indecentes”. La Comisión solicitaba a los creyentes no adquirir estas publicaciones “vulgares”, al parecer en furor en las corridas publicitarias de ciertos sectores: “toda mona desnuda, o casi desnuda, o vestida en actitud provocativa, es inmoral”. Los talleres de litografía, las imprentas y las casas distribuidoras debían enterarse de la propaganda católica en su contra. A su vez, pedía que cuando el feligrés recibiera este material, lo rechazara con una nota que dijera: “¡No quiero porquerías!”.<sup>36</sup> Se trataba de un activismo de hechos. El padre Romero incitaba a sus lectores a visitar los negocios comerciales que entregaban este material, pues era preciso decirles con claridad: “una figura obscena provoca malos deseos, si usted la obsequia se hace responsable de los males que ocasiona”.<sup>37</sup>

Para el Programa era un deber de todo católico “hacer el bien y luchar contra el mal”. Desde este punto de vista, su militancia en la campaña y, por ende, la intromisión de sus mandatos eran

<sup>35</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6. 1951, Folleto CNMA. Programa General de Trabajo y Normas Especiales.

<sup>36</sup> *Idem*.

<sup>37</sup> “Más guerra a la inmoralidad”, *La Unión* (México), 1951. Año xv, número 175, p. 6.

obligatorias.<sup>38</sup> El monopolio de lo moral o de la interpretación del “bien”, desde el catolicismo, estaba en manos de entidades como la CNMA. Se trataba de una moral conservadora, nostálgica de un pasado de mayor control sobre las conciencias, incómoda con las transformaciones del contexto y escéptica de las “bondades” de los avances tecnológicos y materiales de las sociedades. El futuro, tópico reiterativo de sus reflexiones, más que incierto, era oscuro. Sólo una acción de choque, constante, organizada y contundente podría, a fin de cuentas, revertir el proceso de deterioro.

En la década de 1950, el control del orden moral representaba una alternativa eficaz para que la Iglesia tuviera un lugar en la agenda pública, con legitimidad social y estatal, sin mayores factores de competencia. Para Loaeza, “los valores tradicionalmente defendidos por la Iglesia –unidad, orden, paz social y conformismo– no estaban en contradicción con el discurso nacionalista y liberal que después de 1940 adoptó el poder político”.<sup>39</sup> La Constitución de 1917 establecía en su artículo sexto que la manifestación de las ideas no serían objeto de inquisición judicial o administrativas, “sino en el caso de que *ataque a la moral*, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público”.<sup>40</sup> En complemento, el artículo séptimo garantizaba la libertad de escribir y publicar textos sobre cualquier materia sin límite alguno, más que el respeto a “la vida privada, a la moral y a la paz pública”. La referencia jurídica es a una moral pública y cívica, sin connotaciones religiosas, aunque, en la práctica, instancias como la Dirección de Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, la Oficina de Espectáculos del Departamento del Distrito Federal en tiempos del regente Ernesto Uruchurtu o la Oficina de Vigilancia e Interventoría de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, entre otras, estuvieran cercanas a ésta.

<sup>38</sup> *Ibidem*, p. 6.

<sup>39</sup> Soledad Loaeza, *La restauración de la Iglesia católica en la transición mexicana*, p. 50

<sup>40</sup> Cursiva de la autora.

Los moralizadores católicos no dudaron en apelar a estos preceptos jurídicos a la hora de ejercer control y exigir la intervención estatal ante una trasgresión a la moral –católica, desde luego–.<sup>41</sup>

## PRIMER CONGRESO NACIONAL PARA LA MORALIZACIÓN DEL AMBIENTE

El Primer Congreso Nacional para la Moralización del Ambiente, realizado en agosto de 1953, reconfirmó que la defensa de la moral católica tenía un lugar prioritario en la agenda pública de la Iglesia mexicana. Con la participación de 44 asociaciones católicas nacionales, “representantes de 4 530 743 socios activos de las mismas”, el congreso se definió como un acto patriótico, cuyo tema central fue: “La moralización en la familia”.<sup>42</sup> “Por un México digno” era el lema del encuentro. Representaba a la vez una suerte de contención contra el comunismo ateo en el que ciertos sectores políticos pretendían sumir al país. El tono fue de urgencia: “¡Frenamos o nos hundimos! Porque estamos al borde de la hora veinticinco, aquella en la que todo intento de salvación será ya inútil”, aseguró el vicepresidente de la ACM, José González Torres, en el Congreso. El cariz de una sin salida, catastrófica, puso a la Campaña en un estatus de imprescindible, con una labor casi redentora: “hemos de aprovechar esta oportunidad que nos brinda la Divina Providencia –quizá la última– para alcanzar la salvación de México y coadyuvar a la del mundo entero”, indicaba el alto agente de la Acción.<sup>43</sup>

<sup>41</sup> ACM, CNMA-1957, clasificación: 1.5.8.6, carta al Ing. Jorge Núñez y Prida, presidente de la LMD, 28 de febrero de 1957.

<sup>42</sup> Archivo ACM, CNMA, clasificación: 2.6.6., 1952-1953, Circular a los Vbles. Señores Directores Asistentes o Asesores Eclesiásticos y a los presidentes o secretarios de las AACC Nacionales. Por. J. A. Romero. Campaña Nacional de Moralización del Ambiente, (Ciudad de México) 3 de julio de 1953.

<sup>43</sup> Las palabras de González son tomadas de una crónica de *Excélsior*, apud Romero, *El apostolado seglar, op. cit.*, pp. 192-194.

“Sobrevendrá necesariamente una tercera guerra mundial y el poderío soviético será el instrumento de la justicia divina”, aseguraba González ante la “oleada de corrupción” que invadía a la patria, desencadenando la “ira de Dios”. El anticomunismo de la derecha religiosa era reiterativo. La referencia al tema les permitía a los moralizadores desenvolverse entre el campo espiritual y el político con fluidez. Hablar de la moral pública, la decadencia de la familia o la peligrosa presencia del protestantismo conllevaba con frecuencia a una alusión al régimen político, las ideologías, las relaciones internacionales o las problemáticas sociales de la población. La moralidad católica de los años cincuenta, por la cual la Comisión adelantaba una defensa férrea, tenía de trasfondo una agenda política puntual: freno al comunismo, inconformidad con la laicidad del Estado, oposición a la educación laica y un discurso de orden y estructura jerárquica de la sociedad.

La moralización de los espectáculos y los medios de comunicación tuvieron sesiones exclusivas en el Congreso. El sacerdote Faustino Cervantes Ibarrola pidió a los productores y exhibidores cinematográficos y empresarios teatrales “encuentren franco apoyo de los católicos cuando presenten programas sanos, morales, artísticos, y decentes”. Incluidas las transmisiones televisivas, estos medios ya eran reconocidos por su “universal torcimiento”, aseguraba. Así pues, era preciso formar una “conciencia católica” en los fieles que asistían a estas exhibiciones. Su posición frente al sistema televisivo, con escasos dos años de actividad en México, era muy mordaz: “Por lo que toca al novísimo invento de la televisión, el peligro adquiere un tinte trágico, si se considera que la inmundicia puede penetrar, libremente, hasta el inviolable y sagrado santuario del hogar”.<sup>44</sup>

El proyecto nacional que defendía el Congreso estaba atado a la impronta católica en la historia del país. “México es la tradición y también el progreso, porque el verdadero progreso siempre se

<sup>44</sup> Quezada, *apud* Romero, *El apostolado secular, op. cit.*, p. 200.

funda en la tradición. Cuando los pueblos se dan cuenta del valor de sus tradiciones las defienden sin menoscabo del progreso”, indicó Álvarez Escobar en su reportaje sobre el encuentro, en *El Universal*: “nuestro advenimiento a la vida y al cristianismo, estuvo presidido por la sonrisa maternal de Nuestra Señora de Guadalupe que dejó pintada con su propia mano en nuestra Patria”, concluyó el periódico en clara sintonía con los preceptos de la CNMA.<sup>45</sup> Las reflexiones sobre la familia se erigieron como núcleo común del discurso. No había tiempo que perder. Siempre que la familia estuviera involucrada, estaban comprometidos “la patria” y el futuro. El llamado era de urgencia.

## CONSIDERACIONES FINALES

La CNMA fue suspendiendo funciones en la década de los sesenta. En 1961, su subdirector, el padre Romero S. J., falleció en la Ciudad de México. Su actividad, militante de la excepcionalidad de la moral católica, no sólo puede catalogarse como un ejemplo de coordinación del laicado organizado, sino como una manifestación de la derecha mexicana en su versión confesional. Una derecha sustentada en una agenda sociocultural, que desde el dominio de los esquemas mentales sobre lo bueno y lo malo, la conducta en sociedad, el terreno de lo simbólico y la profesión de una fe, hizo el enlace con lo político. Si bien no es nominalmente una derecha en competencia formal por el poder, se expresó, en lo político, opuesta al Estado revolucionario, laico, a su modelo educativo y su proyecto de nación. No es casual que varios miembros de la CNMA hayan sido parte también del Partido [de] Acción Nacional –PAN–.<sup>46</sup> Las acciones de resguardo al orden moral le

<sup>45</sup> *Apud* Romero, *El apostolado seglar*, *op. cit.*, p. 206. El Congreso finalizó acompañado de reportes minuciosos en periódicos nacionales como *Excélsior* y *El Universal*.

<sup>46</sup> Fue el caso de José Villela, Raymundo Prieto y los abogados Felipe Gómez Mont y David Casares Nicolín.

permitieron a este sector del catolicismo hacer presencia tanto en la esfera pública como en la privada de los individuos, transitar de lo espiritual a lo temporal sin mayores competencias.

En el caso de los medios de información masivos, la preocupación por la salud moral habilitó a la Iglesia a intervenir en todos los momentos del proceso comunicativo: el *receptor*, ávido de interactuar con los medios, en especial los audiovisuales, por su novedad y penetración, al tiempo que temeroso de transgredir las ordenanzas de su fe; el *medio*, sus realizadores, participantes y finanziadores, inquietos por innovar y comunicar, en ocasiones en conflicto con el código moral del momento; y el *mensaje*, como contenedor de sentidos y significados en direcciones diversas, que para los públicos más tradicionales resultaba más perturbador que edificador. Se trataba de una sociedad de contrastes, expectante y a la vez reticente a muchas de las transformaciones socioculturales de las que era testigo.

El laicado organizado de México estaba atento a los medios masivos de comunicación, interpretando sus mensajes, sus receptores y su mecanismo de funcionamiento. En principio, privilegió la desconfianza frente a la adaptación. No pretendió un dominio absoluto ni la eliminación de dichos instrumentos, pero entidades como la CNMA sí demuestran que, en medio del recelo, era preciso revertir el orden y concebirse también como beneficiario de las recientes técnicas de comunicación, con un plan sistemático para hacer acto de presencia en ellas. 

## FUENTES

### *Periódicos y revistas*

*Unión. Semanario Católico Popular* (1949-1960) – Buena Prensa

*Revista Señal* (1954-1960)

*Excélsior* (1949-1962)

*La Familia Cristiana* (1954-1962)

*Boletín de la Junta Central de ACM* (1951)

*La Unión* (1950-1953) – Unión de Católicos de México  
*El Catolicismo, Colombia* (1954)

#### *Archivos*

Universidad Iberoamericana, Acervo Histórico, Archivo Acción Católica Mexicana (ACM - CNMA), México  
Hemeroteca Seminario Conciliar de México  
Hemeroteca Nacional de México - UNAM

#### *Siglas*

ACM: Acción Católica Mexicana

CNMA: Comisión Nacional para la Moralización del Ambiente

LMD: Legión Mexicana de la Decencia

#### *Referencias bibliográficas*

- Aspe Armella, María Luisa, *La formación social y política de los católicos mexicanos. La Acción Católica Mexicana y la Unión Nacional de Estudiantes Católicos*, Ciudad de México, Universidad Iberoamericana, 2008.
- Blancarte, Roberto. *Historia de la Iglesia católica en México*. Ciudad de México, El Colegio Mexiquense, Fondo de Cultura Económica, 1992.
- Escalante, Fernando. *Ciudadanos imaginarios. Memorial de los afanes y desventuras de la virtud y apología del vicio triunfante en la República Mexicana. Tratado de moral pública*, Ciudad de México, El Colegio de México, 1992.
- Kluckhohn, Clyde. “El orden moral en una sociedad en expansión”, en Gino Germani, *Urbanización, desarrollo y modernización*, Paidós, Buenos Aires, 1976, pp. 82-98.
- Loaeza, Soledad. *La restauración de la Iglesia católica en la transición mexicana*, Ciudad de México, El Colegio de México, 2014.
- Monsiváis, Carlos. “Del difícil matrimonio entre cultura y medios masivos”, en *Primer Simposio sobre historia contemporánea de México 1940-1984*, Texas, Universidad de Texas, 1986, pp. 119-131.
- Mota, Isidro. *Medios modernos de apostolado para un mundo mejor. Radio, televisión, prensa, cine, teatro, deportes, bailes*, Ciudad de México, s. Ed., 1957.
- Pérez, Laura. “Censura y control, la Campaña Nacional de Moralización en los años cincuenta”, *Historia y Grafta*, núm. 37, 2011, pp. 79-113.
- Romero, José Antonio. *El apostolado seglar*, Ciudad de México, Buena Prensa, 1955.

Solis, Yves. “El origen de la ultraderecha en México: la la ‘U’”, *El Cotidiano*, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco (Ciudad de México), vol. 23, núm. 149, mayo-junio 2008, pp. 25-38.

Torres Septién, Valentina. “Los fantasmas de la Iglesia ante la imagen cinematográfica: 1953-1962”, *Historia y Grafía*, núm. 16, 2001, pp. 111-143.