

Televisión a la carta. Historias de la pantalla chica en México

Isaac Carrasco

 <https://orcid.org/0009-0009-8753-2782>

Universidad Nacional Autónoma de México / El Claustro, México
isaaarjs@gmail.com

Susana Sosenski y María Rosa Gudiño Cejudo (coordinadoras), *Televisión a la carta. Historias de la pantalla chica en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Históricas, 2025, 337 p.

Realizar una historia de largo aliento de la televisión mexicana no es tarea sencilla. Habría que mirar atrás para observar los estudios que diversos autores han realizado poniendo un énfasis en los grandes personajes de la televisión, del propósito estatal por construir una cadena de televisión que choca contra el poderío privado empresarial o, sobre todo, de la manera en que los imperios televisivos se construyeron a partir de negociaciones y tensiones en la arena política a nivel nacional, regional e internacional.

El trabajo plasmado a lo largo de diez artículos coordinados por Susana Sosenski y María Rosa Gudiño Cejudo condensados en este libro son un valioso e importante aporte a la aún discreta historiografía de los medios de comunicación mexicanos. A través de cada capítulo que alberga el libro se observan las dinámicas externas que gestaron a los programas



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional

de televisión, la forma en que el cine insertó en el imaginario colectivo la llegada de un nuevo aparato electrónico al hogar; de la poca diversidad de canales y programas que eran ofrecidos en sus inicios hasta un desarrollo exponencial por la creatividad de los productores, así como de la manera en que la pantalla chica educó, concientizó y modificó la vida cotidiana de sus audiencias.

En principio, Susana Sosenski ofrece un estudio exhaustivo sobre los filmes del cine mexicano donde el nuevo artilugio era presentado al público en la gran pantalla. La autora establece que este medio fue un importante mecanismo de legitimación, así como de crítica por la inoperancia del aparato y el sentido enajenante que contiene por ser un producto consumible por las masas. Con ello, Sosenski encuentra en los filmes de la época que la televisión se muestra no solo como un aparato de entretenimiento, sino también como uno que estaba ligado al ascenso y estatus social. Así, los concursos televisivos, pagados principalmente por publicidad de empresas de la época, muestran un importante hecho en los primeros años de la televisión: por fin es posible conseguir la fama y reconocimiento a través de las dotes escondidas de la gente común.

Por su parte, María Rosa Gudiño Cejudo estipula que, contrario a la noción enajenante que existe alrededor de la televisión, este medio se convirtió en un importante mecanismo educativo de la población mexicana. Gracias a los teleteatros que, como su nombre lo indica, fueron programas transmitidos en vivo que, a través de una historia narrada en tono melodramático, exponían problemáticas de salud que debían ser atendidas debidamente por la sociedad.

La Dirección de Educación Higiénica de la mano con Telesistema Mexicano promovieron, a través de *Decisión: Lucha por la salud*, ideas sobre el papel que tenía la Secretaría de Asistencia y Salud en la prevención de enfermedades, el avance tecnológico que el sector salud

tenía y la capacidad de los trabajadores de salud por hacer frente a los padecimientos del momento. Sin embargo, el discurso plasmado por esta serie de teleteatro, más que construir una noción sobre la salud de la década de 1960, sitúa a la sociedad mexicana como única responsable de los problemas de salubridad; de esta manera, el ciudadano que no vacunaba a su perro o no cuidaba de los adultos en su vejez, hombres y mujeres que tendían a romper el prototipo de familia y posterior descuido de los hijos en el que el esquema de vacunación era un importante acto de protección sobre la infancia, fueron representaciones que dejaron caer todo el peso de la responsabilidad sobre la población mexicana en contraposición al interés de un sistema que buscaba modificar su percepción social, pero que quedó evidenciado su declive cuando en 1964 los trabajadores de la salud comenzaron un paro de actividades ante la inoperancia del Estado de Gustavo Díaz Ordaz.

El manejo de conceptos como remedialidad, intermedialidad y transmedialidad abordados a lo largo del libro explican la manera en que la televisión siempre estuvo dispuesta a utilizar las fórmulas que ya habían funcionado en otras industrias del ecosistema de medios. Fórmulas que Alejandro Gracida Rodríguez encuentra al momento de analizar la coyuntura donde el nuevo medio tuvo que hacerse de los dotes de los trabajadores de la radio con el propósito de atraer mayores audiencias, pero también de construir el gusto musical mexicano. El autor considera que los programas musicales *Así es mi tierra* y *A Orfeón a Go-Go* son muestra de la manera en que la pantalla chica materializaba las tensiones culturales que existían en la época: por un lado, la prolongación del imaginario posrevolucionario cimentado en los valores nacionales, las construcciones de género y la vida rural mexicana; por el otro, la consolidación de estilo de vida norteamericano y el rock se convertían en una respuesta para entrar de lleno a la modernidad.

Tensiones que se daban a cualquier escala y permeaban el consumo de diversos productos televisivos, como lo ejemplifica Melixa Abad-Izquierdo al recopilar las cartas de las audiencias que estaban en desacuerdo por las temáticas transmitidas en las telenovelas. Aquellas construcciones sobre el género fueron un discurso constante a lo largo del siglo XX mexicano, porque a través de ellas la sociedad edificó imaginarios sobre el lenguaje, la vestimenta, el modo de actuar, el gusto y un largo etcétera.

A través de la pantalla chica existió así una revolución discreta donde las mujeres de la década de 1960 escenificaban a trabajadoras solteras, con un estatus económico estable, libertad sexual explícita o implícita, acompañado de un lenguaje ligero. De esta manera la televisión se convirtió en un importante medio que posibilitó la ampliación de contenidos, pero también fue un agente cultural que modificó la vida cotidiana, trayendo consigo contenidos extranjeros, en especial estadounidenses, que chocaban con los ideales de inicios del siglo XX.

En tal diatriba, Gabriela Pulido Llano y Jesús Anastasio Plácido Méndez consideran que los últimos reductos de los imaginarios posrevolucionarios televisados fueron las representaciones irónicas y satíricas que Eduardo Manzano y Enrique Cuenca, *Los Polivoces*, hicieron de las clases sociales y personajes importantes del sistema político mexicano. Implícitamente, recalcan los autores, el programa humorístico hacía una crítica en general a partir de personajes que, por mencionar a algunos, ejemplificaban la inoperancia policial y la arbitrariedad con los criminales (*La Policía siempre en vigilia*), la infantilización del sector militarizado (*General Agallón Mafafas y Juan Garrison*), el cinismo de los altos mandos combinado con la corrupción (*Mostachón y Wash and Wear*), el papel de la mujer protectora y amorosa frente al hijo desinteresado (*Gordolfo Gelatino y Doña Naborita*).

Con *Los Polivoces* se cimienta un período de apertura en el que la televisión mexicana retrata a la gente de a pie y en gran medida, aunque paralelamente se establecían los límites tolerables en que la crítica podía estar presente frente al televidente, considera pertinente mostrar la realidad: la vida cotidiana ahora formaba parte de una narrativa trágico-cómica de la pantalla chica con cuantiosos dividendos.

Simultáneamente los textos de Israel Rodríguez y Giovanni Alejandro Pérez Uriarte dialogan entre sí. En el caso de Rodríguez es fundamental comprender para el período de 1970 el impacto del informe realizado por Guillermo González Camarena y Salvador Novo a mitad del siglo donde se instruía al Estado mexicano sobre las ventajas, desventajas y beneficios que se obtendrían si la televisión mexicana siguiera el camino público o comercial de transmisión. En ese sentido, no habría de perder la vista sobre el desarrollo de este medio y la injerencia monopólica que Emilio Azcárraga Vidaurreta obtuvo al negociar con O’Farril y el mismo Camarena para crear el Telesistema Mexicano (TSM) en 1955, emporio que tuvo el poder absoluto sobre contenidos, señales y transmisiones en América Latina y el mundo.

Derivado de esto, el gobierno echeverriista optaría por disminuir a toda costa la injerencia privada sobre el control de los medios de comunicación. La idea era hacer una contrapropuesta a los contenidos considerados nocivos para una juventud sometida y, además, atentaban a las tradiciones nacionales. De este manera, a inicios de 1972, nace a la ofensiva el Canal 13 con la iniciativa de transmitir contenidos culturales, deportivos, informativos y telenovelas, ambiciosos para la época, pero que ante el reducido tiempo disponible, la falta de equipo y conocimiento para dirigir, crear, producir programas; aunado a las crisis que rodearon a Luis Echeverría a lo largo de su mandato fueron razones suficientes para

que el proyecto fraguara y, posteriormente, fuera vendida la televisora del Ajudico al empresario Ricardo Salinas Pliego.

Consecuentemente, nacidos en el ocaso de la televisión pública, algunos programas fueron del agrado del público mexicano dada la consideración de ser únicos en su tipo. La mirada de Pérez Uriarte hace comprensible cómo la escuela del periodista José Ramón Fernández instituyó una manera de hacer televisión deportiva en el país. *DeporTV* se convirtió en un programa que mantenía al tanto a los telespectadores sobre lo acontecido en el mundo del deporte, pero se diferenciaba por integrar mesas de debate y análisis, a diferencia de los resúmenes del TSM, sobre el fútbol. Sin embargo, esta producción no estuvo exenta de las dificultades internas y externas del momento, por lo que muchas veces las fricciones entre compañeros y sobre todo el sostén económico, fueron erosionando las propuestas innovadoras nacidas desde Imevisión.

Finalmente, Adrien José Charlois Allende problematiza el lugar actual que tienen las plataformas de *Video on Demand* sobre la creación de contenidos que, al igual que las telenovelas del siglo pasado, se basan en reconstruir un pasado común y se valen de narrativas, representaciones y ausencias históricas para modificar la percepción de las audiencias y generar narrativas trasnacionales que conecten los pasados latinoamericanos sobre temáticas generales.

Laura Camila Ramírez Bonilla termina el libro con un breve estado del arte sobre la historiografía de los medios de comunicación en general, haciendo hincapié en la necesidad actual de realizar estudios en clave global y postula cuatro caminos para ello, situando la importancia de realizar análisis desde una ecología de medios donde ninguno está aislado y existe un intercambio de contenidos, tecnologías y discursos; por otro lado, considera trascendental establecer el impacto cultural que significó

Isaac Carrasco

consumir programas internacionales y la manera en que las audiencias percibieron, interpretaron, aceptaron o rechazaron tal suceso.

En conclusión, investigar la televisión en clave histórica no es un reto cualquiera, pero este libro posibilita obtener respuestas sobre cómo, de qué manera y bajo qué líneas es posible estudiar la transición de un medio que desde sus inicios representó a la modernidad en sí.