



**Universidad Michoacana de San Nicolás de
Hidalgo Facultad de Historia**

**El fenómeno televisivo en Morelia. De los imaginarios a
la consolidación del Sistema Michoacano de Radio y
Televisión: 1950-1985.**

Tesis que para optar por el grado de Licenciado en Historia

Presenta:

Tobías Gómez Cisneros

tobiasgomezcisneros@gmail.com

Asesor:

Dr. Guillermo Fernando Rodríguez Herrejón

grodriguez@colmich.edu.mx

Morelia, Michoacán de Ocampo, mayo de 2025

Agradecimiento

Este trabajo es el reflejo de un arduo esfuerzo, pero su realización no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional y la guía invaluable de muchas personas. A cada uno de ellos, le dedico con gratitud estas páginas:

A mis padres: Delgadina Cisneros Gómez y J. Martín Gómez Vargas, cuyo amor, sacrificio y enseñanzas han sido el cimiento de mi camino.

A mis hermanos: Misael Gómez Cisneros y Otoniel Gómez Cisneros.

A mis abuelos: María Eugenia Vargas Villa (†), Modesto Gómez Gómez, Joaquín Cisneros Rangel y Mercedes Gómez Cortés, cuyas historias y valores han dejado una huella imborrable en mí.

A mis amigos y amigas: Jessica Rubí López, Miranda Trujillo, Salón Monserrat Morales, Jorge Ramos, Oliver Abraham Rodríguez, Rey Cruz García, Arturo Osorio, Brian Santoyo, y a todos mis compañeros de la Sección 02, quienes con su amistad y compañía hicieron del último semestre una experiencia inolvidable.

A mis profesoras de bachillerato: Gabriela Rubio Lepe y Gracia Rubio.

A mis profesores de Licenciatura: Dr. Miguel Ángel Gutiérrez López, Dra. Isabel Marín, Mtra. Rebeca Ballín, Dr. Ramón Alonso Pérez Escutia y Mtro. Saúl Raya Ávalos, por su dedicación y por sembrar en mí el amor por la Historia.

Y con especial agradecimiento al Dr. Guillermo Fernando Rodríguez Herrejón, por su valioso acompañamiento, orientación y paciencia durante la realización de este trabajo.

A todos ustedes, mi más sincera gratitud.

Índice

Introducción	5
Planteamiento del problema.....	6
Delimitación.....	6
Estado de la cuestión.....	7
Justificación	11
Hipótesis	12
Objetivos	12
Marco teórico-metodológico.....	13
Esquema expositivo	15
Presentación de fuentes.....	16

Capítulo I

Televisión: historia, generalidades y consideraciones sociales	18
1. Historia general de la televisión.....	19
1.1 Televisión.....	19
1.1.1 Primeros bocetos e innovación de la televisión en Europa.....	21
1.1.2 Vender los primeros televisores.....	23
1.1.3 Primeras emisiones de televisión	24
1.2. Los primeros pasos y el devenir de la televisión en Estados Unidos.....	26
1.2.1 La edad dorada de la televisión.....	29
1.2.2 El cable, el satélite y Alta Definición, innovación en la televisión	32
1.3 Antecedentes y desarrollo histórico de la televisión en México 1950-1984	33
1.3.1 La televisión en América Latina	34
1.3.2 Guillermo González Camarena y los antecedentes de la televisión en México	36
1.3.3 Concesiones, leyes y decretos para la regulación de la televisión	37
1.3.4 Red nacional de canales de televisión.....	41
1.3.5 Programas en la televisión mexicana.....	45

Capítulo II

La televisión en Morelia 1950-1980	48
2.1 La ciudad de Morelia en la segunda mitad del siglo XX	49
2.2 Los modelos de televisión en Morelia	52
2.2.1 Venta de televisores en la ciudad.....	59
2.2.2 La nueva tecnología en la ciudad: El consumo de aparatos de televisión	63
2.3 La televisión, un aparato para el hogar	71
2.4 Construcción social de la televisión y opinión mediática.....	80

Capítulo III

La consolidación de la televisión en Morelia	85
3.1 Los primeros canales de televisión en México y la producción de programas	86
3.1.1 Normas para la transmisión de programas	90
3.2 Las primeras televisoras regionales privadas y repetidoras en la ciudad de Morelia, Michoacán.....	92
3.3 El Sistema Michoacano de Radio y Televisión	94
3.3.1 El inicio de la televisión satelital	95
3.3.2 La televisión pública	98
3.3.3 Creación del Sistema Michoacano de Radio y Televisión.....	103
3.3.4 Programas de televisión emitidos por la señal del SMRTV	109
Conclusiones	118
Fuentes de información	121
Bibliografía	121
Hemerografía.....	139
Audiovisuales.....	143

Introducción

Resumen

Esta investigación analiza la importancia de la irrupción de los medios de comunicación electrónicos, en particular el papel de la televisión en el desarrollo social, económico y político de la ciudad de Morelia, Michoacán, durante el periodo de 1950 a 1985. La llegada de la televisión representó un elemento clave en el avance de la modernidad, al introducir nuevas formas de interacción cultural y social. Los distintos sectores de la sociedad comenzaron a familiarizarse con este medio a través de su difusión en la prensa escrita, lo que facilitó su integración en la vida cotidiana. La consolidación de la televisión se manifestó en la programación, que transformó el sentido social del gusto y contribuyó a moldear nuevas dinámicas de consumo cultural. Como resultado de este proceso, en 1984 se fundó el Sistema Michoacano de Radio y Televisión (SMRTV), el cual, tras un año de funcionamiento, logró consolidarse en 1985 como una institución representativa de la presencia y el impacto de la televisión en la entidad.

Abstract

This research examines the significance of the emergence of electronic media, particularly the role of television in the social, economic, and political development of the city of Morelia, Michoacán, during the period from 1950 to 1985. The advent of the television was a key element in the advancement of modernity, introducing new forms of cultural and social interaction. The different sectors of society began to familiarize themselves with this medium through its coverage in the print press, which facilitated its integration into daily life. The consolidation of television became evident in its programming, which transformed social perceptions of taste and helped shape new dynamics of cultural consumption. As a result of this process, the Sistema Michoacano de Radio y Televisión (SMRTV) was founded in 1984. After one year of operation, it was firmly established by 1985 as a representative institution of the presence and impact of television in the region.

Palabras clave

Televisión, aparato electrodoméstico, tecnología, estatus social, publicidad, sentido social del gusto, modernidad, televidentes, ingenieros, empresarios, entretenimiento, mueble, televisión pública, televisión satelital, institución.

Planteamiento del problema

La creación, desarrollo e innovación de la televisión fue un hecho que marcó al siglo XX, ya que fue el aparato que explotó el medio audiovisual para poder entretener y sorprender al mundo, la TV enlazó hechos y sociedades ajenas. Mario Nieves señala que la televisión tuvo amplias repercusiones en el mundo de la comunicación y la cultura, esto debido a que el ser humano pudo ver el mundo a través de un aparato (Nieves y Márquez, 2002, 26).

La propuesta de investigación pretende estudiar la implementación de la televisión en la ciudad de Morelia en el periodo 1950-1984. Dicho planteamiento remite a la explicación en torno al despegue de la televisión como una novedad en los medios de comunicación masivos de la ciudad de Morelia a partir de los años cincuenta. Para poder dar la explicación anterior se plantean algunas interrogantes: ¿cómo fue el desarrollo histórico mundial y nacional de la televisión dentro de la política, economía y tecnología?, ¿cómo fue el proceso de masificación de la televisión en la opinión pública, las estrategias publicitarias y los mensajes alegóricos difundidos a través de la prensa moreliana durante el periodo 1950-1984?, ¿por qué la televisión se consolidó entre las clases sociales como un aparato electrodoméstico que implicaba la adaptación de espacios en el hogar para integrar dicho aparato?, y finalmente responder a ¿cómo se llevó a cabo el proceso de estabilización, regulación y programación de la tecnología de la comunicación en la ciudad de Morelia a partir de 1984?

Delimitación

La presente investigación tiene como objetivo analizar el fenómeno televisivo que tuvo lugar en la ciudad de Morelia, Michoacán, durante el período comprendido entre 1950 y 1985. La primera etapa del estudio, abarca de 1950 a 1980, la cual se caracterizó por la venta de aparatos de televisión en la ciudad a través de medios impresos, establecimientos de electrodomésticos y distribuidoras de marcas extranjeras. Durante esta etapa, Michoacán, y en particular Morelia, carecía de empresas televisoras regionales, ya que toda la industria televisiva se concentraba en el centro del país. En consecuencia, la programación recibida por los televisores en esta ciudad provenía exclusivamente de canales ubicados en esa región central.

La segunda etapa del estudio se inicia con el proyecto de creación del SMRTV en 1984 y se culmina en septiembre de 1985 cuando se cumple un año del funcionamiento de este organismo descentralizado del gobierno del estado (canal 2 en Morelia) y los proyectos de regulación de las telecomunicaciones y el desarrollo de la televisión regional. En septiembre de 1984, durante el mandato del Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano como gobernador del Estado, se inauguró el SMRTV. Con este hecho, la ciudad de Morelia figuró como la que tuvo la primera televisora regional en el país y llevar a cabo transmisiones vía satelital a través de los Satélites Morelos I y II Sistema Michoacano de Radio y Televisión (SMRTV, 2015, 1). En adición a lo anterior, en dicho canal público promovieron las reflexiones sobre los medios públicos de comunicación nacional con fines educativos y culturales.

Estado de la cuestión

Existe una amplia gama de investigaciones sobre la televisión, principalmente desde la comunicación, más aún, se han estudiado a partir de lo tecnológico: dichos trabajos se han inclinado a lo descriptivo, pero también han sido analizados a partir de lo social. A continuación, se mencionan algunos ejemplos de los principales de ellos:

El texto *La catedral de la imagen: El encuentro del ser con la televisión* describe los sucesos, personajes e inventos más relevantes que fueron precursores de la revolución tecnológica en la comunicación y que condujeron a la creación de la televisión. Este es uno de los estudios que permiten dimensionar el alcance mundial que tuvo el surgimiento de este nuevo aparato tecnológico (Nieves y Márquez, 2002).

La tesina *Historia de la radio y la televisión en Michoacán* de Calderón Herrera (1995) ofrece un análisis regional pionero sobre la evolución de los medios de comunicación en Michoacán. No solo detalla la cronología de la aparición y desarrollo de estaciones de radio y canales de televisión en el estado, sino que también explora la intrincada relación entre la comunicación a nivel estatal y nacional. Este estudio subraya cómo los medios de comunicación en Michoacán no evolucionaron aisladamente, sino que fueron moldeados e influenciados por las tendencias y políticas nacionales.

En adición a la línea de estudios en torno a la incorporación de la televisión a espacios

regionales en México, se encuentra la tesis titulada *La interacción de las familias y la televisión, un estudio en Aguascalientes*. Dicho trabajo es defendido desde la rama de sociología, en el año 2002, sustentado en trabajo etnográfico, en el cual se analiza la televisión como un medio de comunicación masivo, que forma parte e impacta en lo cotidiano de las familias en Aguascalientes, vistas como una sociedad receptora de los mensajes televisivos (Navarro Casillas, 2002). Dentro del mismo espacio de estudio se encuentra el artículo titulado “Una nueva socialité llegó: historia de la recepción televisiva en la ciudad de Aguascalientes”. En el mencionado artículo, se presenta un análisis cualitativo de audiencias, sustentado en investigación hemerográfica, respecto a la llegada y la trayectoria de la televisión a finales de los años cuarenta en dicha ciudad (Padilla de la Torre, 2007).

Además de los proyectos que se han realizado con respecto a la irrupción de la televisión en una sociedad urbana de los años cincuenta y principios de los sesenta en América Latina, se encuentra el estudio titulado *Moralización y Catolicismo Al Arribo De La Televisión: Ciudad De México y Bogotá, 1950-1965*, un proyecto de investigación de tesis doctoral que presenta a la televisión como un ente de comunicación masivo y audiovisual moderno, el cual transforma el orden social, por ende, se le aplican códigos de la moral católica en un intento por conservar el orden social preexistente (Ramírez Bonilla, 2017).

Por otro lado, acercándonos de manera más detallada en torno a las reflexiones de la televisión en la sociedad. En la obra de Eric Hobsbawm *Historia del siglo XX*, destaca en el capítulo titulado “La Muerte de la Vanguardia: Las Artes después de 1950”, describe desde una posición crítica, el contexto mundial de la posguerra y las modificaciones en el arte, señala que la televisión se implantó en el mundo como un aparato de entrenamiento y difusión de gran relevancia en la vida cotidiana (Hobsbawm, 1998, 495-515).

En adición a los trabajos que presentan la historia de los medios de comunicación y el impacto social, se encuentra la obra *De Gutenberg a Internet* un estudio que parte de la reflexión en torno a la imprenta como un medio que revolucionó la comunicación escrita, resaltando de la misma manera, el desarrollo y la invención de la radio y la televisión hasta llegar al progreso en la red de internet, ya que dichos medios conectaron el mundo, a partir

de espectáculos audiovisuales (Briggs y Burke, 2002). Luhman (2006) señala, en su obra *La Sociedad de la Sociedad*, que la televisión funcionó como un medio electrónico capaz de ofrecer un contenido de publicidad y opinión pública que modificó la percepción de los individuos, siendo considerada como la autodescripción de la sociedad moderna. El libro *Homo videns, una sociedad teledirigida* de Sartori (1998) reflexiona sobre el concepto "Homo Videns", resultado de la cultura visual que se originó con la televisión, y es uno de los estudios que analiza la televisión como medio revolucionario en la cultura audiovisual.

Uno de los estudios de la televisión en España titulado *El intruso electrónico, la TV en el espacio arquitectónico*, analiza las modificaciones que los receptores de televisión provocaron en los espacios del hogar como la sala, cocina, habitaciones, etc. También se acerca al análisis de los efectos en el diseño de los espacios públicos en las ciudades con la irrupción de las antenas (Gorostiza, 2019). Por otra parte, se encuentra la obra titulada *Sobre la televisión*, es un enfoque sociológico en donde se examina el papel económico, político y cultural ejercido desde las grandes corporaciones de televisión, lo que permite a dicho medio de comunicación emitir mensajes para moldear a la sociedad en una sola perspectiva, en ciertos valores y prácticas culturales que son a beneficio de las élites dominantes (Bourdieu, 1997).

Algunos de los estudios en torno a la televisión y la comunicación mexicana que se pueden mencionar figuran: *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México*, un estudio en torno al modelo de televisión que se implementaría por parte del Estado mexicano a partir de la segunda mitad del siglo XX, ya que en el escenario internacional se habían desarrollado hasta ese momento dos modelos para la administración y funcionamiento de la industria: el modelo de televisión británico o el modelo comercial estadounidense (Osorio Zarur, 1996); y *“Muy Buenas Noches” México, La Televisión y La Guerra Fría*, en dicho trabajo se definen y explican los límites de la hegemonía cultural durante el apogeo del PRI y de la Guerra Fría, así como la cobertura mediática y el poder cultural en el plano nacional e internacional. En adición a lo anterior, destaca la autora la hegemonía extranjera, principalmente estadounidense, sobre el Estado y los medios de comunicación nacionales (González De Bustamante, 2015).

Siguiendo la misma línea de análisis, se encuentra la obra *Televisa, el quinto poder*,

en la cual se analiza el crecimiento y expansión de la empresa “Televisa” fuera de México a lo largo de 50 años (Trejo Delarbe, 1986). En relación con lo anterior, en el artículo “Lo entretenido y lo aburrido. La televisión y las tablas de la ley” se analiza el papel de la televisión en los procesos de la identidad nacional y de integración a la sociedad de consumo (Monsiváis, 1993). El acto de ver televisión puede ser entendido como una práctica cultural duradera. Las autoras González Victoria y Valles Ruiz (2015), en su investigación “La primera vez que vi televisión, medios, vida cotidiana y memoria colectiva”, exploran cómo este acto se arraigó en aquellos que tuvieron su primer encuentro con el aparato, a través de un proceso que denominan “reducción del acontecimiento”.

Por otro lado, se encuentra el trabajo *Guillermo González Camarena y la televisión mexicana: La innovación interrumpida*. En dicha obra se analiza la figura de este personaje a través de la perspectiva tecnológica, ya que se le pondera como un inventor individual que ha pasado a engrandecer la historia mexicana, se analiza a dicho sujeto a partir del desarrollo de la tecnología de la TV, los grandes debates técnicos y obstáculos para la invención e innovación del modelo tricromático en la TV y el desarrollo de las concesiones y políticas públicas del Estado mexicano (Hernández Lomelí, 2020).

Algunos foros de opinión, crítica e investigación se han hecho públicos dentro del gremio de historiadores de la comunicación, por ejemplo, se encuentra el *Coloquio Historia de la televisión en México*, realizado el jueves 10 de noviembre de 2022. En donde diferentes especialistas presentaron avances de investigación en torno a la televisión, su historia y su trayectoria política en nuestro país, así como el análisis de algunos programas pioneros que han quedado en el recuerdo (Instituto de Investigaciones Históricas, UNAM 2022).

Es crucial destacar dos investigaciones fundamentales que ilustran la introducción de tecnologías en las sociedades latinoamericanas. La primera, *La introducción del automóvil a Morelia, Análisis socio-técnico*, examina cómo este aparato, una innovación tecnológica disruptiva en el ámbito del transporte, fue adoptado y se integró en la dinámica social y urbana de la ciudad de Morelia. Este estudio profundiza en los cambios en la movilidad, la infraestructura vial, las interacciones sociales y la percepción del espacio urbano que acompañaron a la llegada del automóvil (Rodríguez Herrejón, 2011; 2013).

La segunda obra, *Videojuegos y cultura de masas a finales del siglo XX. Un ejemplo a través de su introducción en dos ciudades de América Latina: Morelia y Valparaíso, de 1985 a 2000*, explora la introducción y la expansión de los videojuegos como una forma de entretenimiento y su impacto en la cultura popular en dos contextos latinoamericanos distintos. El estudio compara cómo estos aparatos fueron recibidos, consumidos y apreciados en Morelia y Valparaíso como nueva forma de diversión que cambio las dinámicas sociales, culturales y económicas existentes.

Ambas investigaciones son de suma importancia, ya que analizan cómo estas tecnologías transformaron las prácticas cotidianas, las relaciones sociales, las expresiones culturales y la configuración del espacio urbano. Además, al comparar la introducción del automóvil y los videojuegos, estas obras resaltan las similitudes y diferencias en los procesos de adopción de tecnología y adaptación cultural en diferentes contextos latinoamericanos.

Es importante mencionar que esta investigación busca contribuir a los estudios historiográficos sobre la televisión desde una perspectiva regional novedosa que analice los factores generales que impulsaron el impacto social de la televisión como aparato tecnológico de comunicación.

Justificación

Según los últimos datos del Statista Global Consumer Survey, ver la televisión sigue siendo una actividad popular alrededor del mundo a pesar del desarrollo de diferentes aparatos tecnológicos, prácticos y flexibles, como el teléfono celular, que hoy en día el 68 % de la población mundial lo usa para el entretenimiento (Mena, 2023). Es fundamental explicar el origen de la televisión como tecnología, y reconocer a los pioneros que desarrollaron la comunicación para servir a la educación, la información, el entretenimiento y la formación de decisiones y opiniones en el mundo actual.

La historiografía contemporánea en el estado de Michoacán ha mostrado un interés limitado en el análisis del impacto y la transformación que la ciudad de Morelia experimentó debido a las innovaciones en comunicación y tecnología, como la televisión. Esta investigación busca no solo llenar ese vacío, sino también contribuir al desarrollo de nuevos

enfoques en el estudio histórico de temas relacionados con el desarrollo tecnológico y comunicacional en el siglo XX. Estos temas, incluyendo las problemáticas y visiones hacia el futuro, siguen siendo de gran relevancia en la actualidad.

Además, esta investigación busca destacar el papel crucial de los historiadores de la tecnología en el siglo XXI. Al explorar cómo la introducción de la televisión y otras tecnologías transformaron la vida cotidiana, las interacciones sociales y la cultura en Morelia, este estudio arrojará una luz sobre las formas en que la tecnología ha moldeado nuestra sociedad y continúa haciéndolo.

Hipótesis

La presente hipótesis es una respuesta tentativa a la pregunta central de esta investigación: ¿Cómo se consolidó la televisión en la ciudad de Morelia en el periodo 1950- 1984?

Los mensajes y la publicidad de distintas marcas televisivas que se difundían en la prensa de la ciudad de Morelia durante el periodo de estudio señalado ayudaron a consolidar la televisión como un aparato novedoso que generaba entretenimiento, el cual se convirtió en parte del hogar, a esto se sumaba la configuración de una variedad de programas que se ofertaban al público dentro de los canales nacionales y regionales, lo que provocó en la sociedad un sentido social del gusto. Dichas modificaciones llevaron a la estabilización gracias a los proyectos del Estado, los cuales tenían por objetivo crear comunicación para la difusión educativa y cultural en forma masiva.

Objetivos

Con base en las interrogantes expuestas en esta investigación, se generaron los siguientes objetivos, que buscan dar solución a la problemática del proyecto:

1. Indagar sobre los antecedentes y el avance científico de las comunicaciones y el desarrollo social de la televisión como aparato tecnológico en la segunda mitad del siglo XX y su desarrollo en México.
2. Analizar el alcance de la televisión como aparato tecnológico en la sociedad moreliana de 1950 a 1984; tocando los factores modernizadores, como la energía eléctrica que impulsaron y favorecieron al éxito de la televisión en dicha ciudad, la

percepción en torno a la adquisición de dicho aparato electrodoméstico mediante las estrategias de publicidad, y la opinión mediática difundida por la prensa.

3. Mostrar el proyecto que ayudó a consolidar a la televisión regional en Morelia con la creación del SMRTV en 1984, como una institución sustentada en reglamentos y funcionamiento de la red de telecomunicaciones.

Marco teórico-metodológico

La presente investigación parte de los siguientes conceptos. En primer lugar, **la televisión**, desde su raíz etimológica que significa 'ver desde lejos', implica llevar ante los ojos del público cosas que pueden ver en cualquier lugar y a cualquier distancia (Sartori, 1998, 26). Para Pierre Bourdieu, la televisión es un instrumento de comunicación que transporta a cualquier parte del mundo (Bourdieu, 1996, 18). Debido a las transformaciones digitales y al público general condicionado por la globalización, el concepto de televisión ha cambiado para el siglo XXI. Esto ha generado que la televisión sea un medio de comunicación que proporciona abundante información y ofertas a gran velocidad (Ortiz, 2005, 79-85). Además, E. Neira define la nueva televisión como un medio flexible, abundante, personalizado, desestructurado, adaptable al individuo y de pago (Neira, 2020, 23).

La técnica puede ser entendida como la sistematización del conocimiento con el propósito de producir artefactos. Este proceso de producción incluye tanto bienes como servicios, y considera aspectos económicos, sociales y culturales. Para lograr esto, se lleva a cabo un proceso intelectual que resulta en la invención de máquinas. Estas máquinas, a las que se transfieren habilidades humanas, son las que impulsan el bienestar y el progreso continuo en la sociedad (Heidegger, 1997, 111-148; Sabato y Mackenzie, 1982, 17-40; Quallenberg Menkes, 2012, 231-255; Rabinbach, 1990, 19-42). La tecnología, según Mumford (2010), es un sistema complejo que abarca aspectos sociales, organizativos y culturales. No se limita a herramientas o inventos físicos, sino que tiene un profundo impacto social. El desarrollo tecnológico surge de la interacción entre humanos y herramientas en un contexto de evolución social y política. La tecnología y la sociedad se influyen mutuamente. Es importante destacar que la tecnología no siempre es sinónimo de progreso; a veces puede ser ambivalente o incluso destructiva.

Un concepto importante para el desarrollo de esta investigación es **modernidad**: según

Weber (1904), se caracteriza por ser un proceso de racionalización en el que la eficiencia, el cálculo y el control reemplazan las estructuras tradicionales. La ciencia y la tecnología prevalecen, fomentando la disciplina, el trabajo y la acumulación de riqueza. Si bien la modernidad impulsa el progreso y la eficiencia, también puede deshumanizar la sociedad y crear nuevas formas de dominación. Habermas (1985) destaca la separación de tres esferas en la modernidad: ciencia (desarrollo del conocimiento y la técnica), moral (construcción de normas y valores éticos) y arte (expresión cultural y estética). Advierte que la modernización ha generado crisis como el dominio de la razón instrumental, que reduce la vida humana a cálculos de eficiencia y control. Marcuse (1993) señala que los avances tecnológicos de la modernidad pueden utilizarse para el control social y la alienación. La tecnología en las sociedades capitalistas limita la libertad y la creatividad individual.

Además de este desarrollo de términos, se encuentra el de **aparato electrodoméstico**: se refiere a aquel artefacto integrado al hogar y relacionado con el entorno familiar y educativo. Los medios de comunicación, que ofrecen dosis de entretenimiento, se integraron a la cotidianeidad, entrando dentro de esta descripción (Moguel, 2007, 193-197). El concepto de **publicidad** también es relevante en este contexto. La publicidad puede ser entendida como la creación de narrativas simbólicas que, a través de imágenes idealizadas de felicidad, promueven ciertos estilos de vida y realidades simuladas. El objetivo de estas narrativas es fomentar el consumo de un producto y, por lo tanto, asegurar su éxito. A través de la difusión de imágenes estilizadas, se construyen significados culturales que promueven ideologías específicas dentro de una sociedad de consumo (Baudrillard, 1968).

El concepto de **sentido social del gusto** se refiere a las preferencias individuales, que son moldeadas por la estructura social, incluyendo la clase social, la educación y la ocupación de una persona. Estas preferencias estéticas y culturales conforman un "habitus" individual que guía las acciones y comportamientos de una persona en la sociedad de Bourdieu (1979, 9-20; 2010, 231-240). Finalmente, la noción de cultura de masas describe cómo los productos culturales (como películas, programas de televisión, música, revistas y novelas) se producen y distribuyen a un público diverso. Estos productos son accesibles, estandarizados y fáciles de consumir, lo que resulta en una homogeneización de los comportamientos, valores, gustos y expresiones de identidad cultural. Esta homogeneización, a su vez, facilita el buen funcionamiento de las

dinámicas sociales (Eco 2009, 39-78).

La perspectiva SCOT (La Construcción Social de los Sistemas Tecnológicos) propone que la tecnología se consolida a través de decisiones, interpretaciones y negociaciones entre diversos actores sociales, e incluye diferentes etapas en el desarrollo de un aparato tecnológico. En la primera fase, la tecnología tiene una interpretación flexible, donde ingenieros, usuarios, reguladores y empresarios tienen visiones distintas sobre su naturaleza y función. En la segunda fase, la tecnología es accesible a grupos sociales relevantes que influyen en su uso y diseño; en la fase de estabilización y clausura, se asigna una función, diseño y propósito al artefacto, y el debate sobre su funcionamiento cesa. Esta teoría señala que la tecnología se origina en contextos sociales y culturales, y está influenciada por poderes económicos y políticos. La tecnología no es lineal ni determinada solamente por elementos técnicos, sino que también está condicionada por factores sociales y culturales (Bijker, Hughes y Pinch, 1989; Aibar Puentes, 1996, 150-154).

El análisis integra tejidos sin costuras o entramados sociales (*seamless web* en inglés), donde la tecnología es configurada por una serie de negociaciones, relaciones sociales y poderes políticos y económicos (Latour, 2007, 31-80; Callon, 1990, 132-161). Este proceso, que crea una red socio-técnica (Teoría del Actor-Red (ANT)), involucra tanto actores humanos como no humanos. La red, a su vez, establece la lógica del artefacto en su desarrollo, aplicación y funcionamiento (Johnson, 1988, 298-310).

La investigación también se apoya en la consulta de los modelos de televisores que se ofertaban en los anuncios publicitarios de la prensa moreliana. Se utiliza el método de Erwin Panofsky (1987) para la interpretación de imágenes, el cual revela cómo las imágenes transmiten ideas y valores en contextos históricos y culturales específicos, se utilizará para analizar los modelos de televisores que aparecen en los anuncios de la prensa local de la ciudad de Morelia. Al mismo tiempo, se realizará análisis cuantitativo y cualitativo en torno de las programaciones y sus temáticas, las cuales se ilustraron en la prensa y en los diferentes formatos en los que se encuentran resguardados.

Esquema expositivo

La presente investigación se estructurará en tres capítulos, partiendo de lo general a lo

particular. A continuación, se presentará una breve descripción de cada uno para que se tenga una idea general del desarrollo del trabajo:

En el primer capítulo se desarrollarán los antecedentes y el avance científico en las comunicaciones y el desarrollo social de la televisión como aparato tecnológico en la segunda mitad del siglo XX. Con lo anterior se busca conocer la expansión histórica de la televisión a través del desarrollo tecnológico en los receptores de televisión, los cuales favorecieron el avance de la comunicación, el desarrollo social, político y económico en Europa, en las décadas anteriores y posteriores a la segunda mitad del siglo XX. Por ende, se presentará dicho avance para el caso de la televisión mexicana en la temporalidad y contexto general antes mencionado.

En el segundo capítulo se procede a analizar la televisión como aparato tecnológico en la sociedad moreliana de 1950 a 1984, tocando los factores de la modernidad que impulsaron y favorecieron al éxito de la televisión en dicha ciudad. Por consiguiente, se presentará el estudio sobre la percepción en torno a la adquisición y la integración en los hogares morelianos de la TV como aparato electrodoméstico mediante las estrategias de publicidad, y la opinión mediática difundida por la prensa las cuales llegaban a los distintos núcleos sociales. El cenit de este proceso se afianza con la estabilización del uso de dicho aparato, la cual se reflejó en la programación de los sistemas televisivos que implicó una transformación en el sentido social del gusto.

En el tercer capítulo se abordará el proyecto de televisión regional en Morelia con el SMRTV de septiembre de 1984 a septiembre de 1985, como una institución que le dio identidad cultural educativa a la sociedad moreliana, sustentado en reglamentos para su manejo y funcionamiento dentro una red de telecomunicaciones.

Presentación de fuentes

Para elaborar y resolver esta investigación, se utilizó una variedad de elementos, como: fuentes bibliográficas, hemerográficas y audiovisuales. Se intentó reconstruir un contexto sociocultural relacionado con un aparato tecnológico de la manera más precisa posible. Se presume que las fuentes disponibles para el proyecto son sólidas y satisfactorias,

y que serán explotadas a fondo durante el análisis y la interpretación de los resultados.

La presente investigación se sustenta con la consulta de información en los siguientes acervos de fuentes documentales:

HUMJT Hemeroteca Universitaria Mariano de Jesús Torres, perteneciente a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, se consultaron los tomos correspondientes a los años 1950- 1984 del periódico *La Voz de Michoacán*; los periódicos disponibles del *Heraldo de Michoacán* que abarcan los años 1963-1980; los números correspondientes al periódico *Noticias* del año 1963-1985; y de la revista *Proceso* los números disponibles partir de 1977 a 1984. En dichos periódicos y revista se rastrearon las columnas de crítica, anuncios publicitarios, ofertas, sorteos y programación que fueron dedicados a la televisión.

Archivo del SMRTV, principalmente el resguardo de información audiovisual en la videoteca. Se procedió a consultar la historia, los primeros los primeros programas y los éxitos de mayor alcance que el canal SMRTV ha tenido como una institución pública gubernamental, tele seminarios llevados a cabo por expertos en la comunicación regional, resguardados en cintas de videos KCA-60BRS, Mini DV, DVCAM, DVCPRO, también se realizó una consulta documental de la reglamentación de la producción y trasmisión de los primeros programas trasmitidos por la señal del SMRTV.

Adicionalmente, también se realizó la consulta del registro histórico que el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) ha reunido en torno a la posesión de televisores en los hogares mexicanos. La búsqueda en TV GUÍAS de la gama de programación que ofertaron los canales de TV entre 1960-1984. También se llevó a cabo una selección de bibliografía especializada sobre el tema, misma que se puede apreciar a continuación.

Capítulo I

Televisión: historia, generalidades y consideraciones sociales

A lo largo de este primer capítulo se presentan los antecedentes y el avance científico en las comunicaciones y el desarrollo social de la televisión como aparato tecnológico a partir de la segunda mitad del siglo XX. El desarrollo e innovación histórica de la televisión en México fue producto de las políticas de relación con Estados Unidos en el periodo anterior y posterior a 1950.

Se pretende en primera instancia indagar sobre los antecedentes y el avance científico de las comunicaciones y el impacto social de la televisión como aparato tecnológico en la segunda mitad del siglo XX en México. Este capítulo está dividido en dos partes en la primera se describe la expansión histórica de la televisión como medio de comunicación, en el primer punto se abordan los antecedentes que hacen referencia a los diferentes bocetos de la televisión en Europa, los cuales se encuentran integrados por el avance y arribo de la comunicación, el desarrollo social, político y económico de la televisión en distintas latitudes de Europa, Estados Unidos de América y los países de América Latina.

En el segundo punto se aborda el desarrollo e innovación histórica de la televisión en México, como producto de las políticas de relación con Estados Unidos en el periodo anterior y posterior a 1950, en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y la Guerra Fría. Se describen los posicionamientos y decisiones que los grupos en el poder determinaron para el impulso de la naciente industria, los factores económicos que permitieron el desarrollo de iniciativa privada empresarial, los primeros programas de televisión transmitidos en México que llegaban hasta los hogares de quienes podían adquirir un aparato de TV.

1. Historia general de la televisión

Se han producido una gran cantidad de compendios de historia de la televisión durante el tumultuoso siglo XX en Europa y los Estados Unidos: Barnouw (1990); Goldstein (1991); Boddy (1992); Smith (1995); Fisher y Fisher (1996); Sterling y Kittross (2001); Albert y Tudesq (2001); Hilmes (2007); Magoun (2007); Pérez Sanjuán (2008); Nardo (2010), entre otros. En este primer apartado se presentan de manera concisa los factores y eventos más importantes de la invención e innovación técnica de ingenieros e inventores que impulsaron el proyecto de la televisión como un aparato tecnológico y medio de comunicación en diferentes latitudes de europeas y América del Norte lo largo del siglo XX.

Este apartado tiene como propósito conocer cómo fue el proceso histórico de la televisión en el mundo, y quiénes fueron los grupos en el poder que determinaron el destino de la misma, puntos claves para conocer su expansión histórica como medio de comunicación, desde los diferentes proyectos, los cuales se encuentran integrados por el avance de la comunicación, el desarrollo social, político y económico de la televisión en distintas latitudes de Europa en décadas anteriores a la segunda mitad del siglo XX y su posterior apogeo.

1.1 Televisión

Para iniciar, hay que definir el concepto de televisión. Partiendo de su raíz etimológica que significa “ver desde lejos”, puede decirse que esta consiste en llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que puedan ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia (Sartori, 1998, 26).

Para Pierre Bourdieu la televisión es un instrumento de comunicación, el cual te transporta a cualquier parte del mundo, es un "colosal instrumento de mantenimiento del orden simbólico", reproduce estructuras sociales preexistentes, y contribuye a la despolitización y la pasividad de los espectadores. Es un medio que ejerce una influencia en la sociedad a través del contenido de sus programas, lo que transforma aspectos de la cultura y la política. Sin embargo, la búsqueda de audiencia lleva a la simplificación y banalidad de los programas, esto afecta negativamente a los campos de la cultura, la ciencia, la filosofía, entre otros, sometiéndose a una lógica comercial basada en los índices de audiencia (Bourdieu 1997, 17-18).

La televisión es y fue parte de un desarrollo tecnológico que culminó en un aparato que transmite imágenes y sonidos a distancia y que se convirtió en un fenómeno tecnológico que ha evolucionado a través de innovaciones técnicas, desde el aparato mecánico hasta la era digital. Este aparato es una herramienta de comunicación masiva que utiliza el poder político e influye en el estilo de vida y las dinámicas sociales (Magoun 2007). También se ha descrito como el vehículo que ha moldeado y reflejado los cambios sociales en el entretenimiento, educación, información, y propaganda (Nardo 2010).

Es un proceso tecnológico para la transmisión de imágenes en movimiento y sonido a larga distancia que generó innovaciones en la electricidad, la óptica y la telecomunicación en el siglo XX. La TV inauguró la era de la comunicación audiovisual, una nueva forma de acceder a la información, y se convirtió en una plataforma global que propició el surgimiento de audiencias masivas y modificó la política, la publicidad y el comportamiento en las sociedades (Fisher y Fisher 1996).

También se considera como un medio que revolucionó la forma de informar y entretener. Los mensajes (difusión de noticias, eventos en vivo y mensajes comerciales) que se transmiten a través de la imagen (blanco y negro o a color) y el sonido impactan en las masas en la educación y el entretenimiento (Goldstein 1991). Briggs y Burke (2002) señalan que la televisión es el punto culminante en la transmisión de información visual y auditiva, que se había iniciado con otros medios como la imprenta, el telégrafo, y la radio. La televisión se convirtió en el medio de comunicación por excelencia que configuró la cultura popular.

Las transformaciones digitales y el público general, condicionadas por la globalización, confluyeron de tal forma que convirtieron a la televisión en un medio de comunicación que proporciona abundancia de ofertas e información a gran velocidad (Ortiz, 2005, 79-85). Aunado a lo anterior, E. Neira define “la nueva televisión como un medio que se adapta al individuo, que es de pago, flexible, abundante, personalizado y desestructurado (Neira, 2020, 23).

1.1.1 Primeros bocetos e innovación de la televisión en Europa

El desarrollo y evolución de la televisión en Europa fue producto de una serie de experimentos e innovaciones técnicas en la comunicación a lo largo del siglo XIX y principios del siglo XX, los cuales fueron desarrollados por distintos ingenieros, quienes consolidaron la gran industria de la televisión. Algunos de los descubrimientos en cadena que durante el siglo XIX aportaron el posterior desarrollo tecnológico de la televisión devinieron del fenómeno fotoeléctrico que inició en 1887 Heinrich Hertz (Dunlap 1932, 8), seguido por los trabajos de investigadores como Nikola Tesla, quien experimentó con la transmisión inalámbrica de señales (Roldan Vilorio, 2006), y Guillermo Marconi, pionero en el desarrollo de la radio (Sterling y Kittross, 1990).

Un factor de gran relevancia para el desarrollo de la televisión fue la electricidad, que no solo era un beneficio, sino que también permitía a las personas aprovecharla de manera similar al vapor. Su uso era tan diverso en el campo de la fabricación de artefactos como en el de su distribución. Se hallaban entre los creadores de los medios de comunicación modernos, “media para millones”, comenzando por la prensa, antes del cine y la radio. Solo retrospectivamente esos creadores podrían parecer empresarios culturales. Sin embargo, las implicaciones de la electricidad —y luego de la electrónica— en la comunicación fueron mucho mayores que las del vapor. Una razón para ello fue que la electricidad, a diferencia del vapor, podía concebirse como un servicio, y el desarrollo de los servicios, entre ellos el suministro de agua, dependía de la introducción de sistemas de infraestructura, ya de propiedad pública, ya de propiedad privada (Briggs y Burke 2002, 210).

La generación masiva de electricidad comenzó cuando, a finales del siglo XIX, se extendió la iluminación eléctrica de las calles y las casas. Gracias a sus grandes ventajas y sus crecientes aplicaciones, la electricidad fue uno de los motores fundamentales en la Segunda Revolución Industrial. Fue en este punto donde grandes inventores y científicos conocidos dieron impulso a su carrera convirtiendo la innovación tecnológica en una actividad industrial intensa. Williams Trevor reafirma lo anterior debido a que la novedad que aparenta tener la luz eléctrica se adoptó desde su aparición hasta la actualidad. Para el siglo XX, no solo las naciones industrializadas, habían desarrollado extensas redes telegráficas y de teléfono. La electricidad se incrustó en la cotidianidad de manera muy lenta, debido, a las prioridades

económicas, en las cuales se debía abastecer la Industria y posteriormente ampliar los beneficios al grueso de la población (Williams, 2006).

El principio base que dio solidez a la creación de la televisión fue: “el escaneo para la transmisión de imágenes”: acto de transmitir imágenes y sonido a distancia que inició en 1843 el escocés Alexander Bain (Quigley 2016). A su vez en 1884 el francés Paul Nipkow diseñó un disco giratorio perforado (a la posteridad este disco fue conocido como el “Disco de Nipkow”) con una serie de pequeños agujeros dispuestos en espiral, que trasmitía imágenes en blanco y negro a una distancia limitada, de manera mecánica. Dicho sistema fue considerado uno de los primeros sistemas de televisión mecánica con un funcionamiento rudimentario y estaba limitado por la tecnología disponible en ese momento, aunque posteriormente fue superado por tecnologías electrónicas más avanzadas. El trabajo de Nipkow fue crucial para el progreso hacia la televisión moderna (Dinsdale 1928, 10-12; Abramson, 1987, 14).

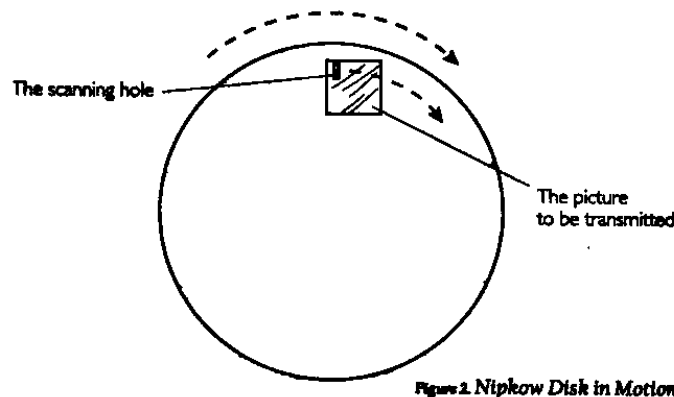


Imagen 1 Esquema del Disco de Nipkow

En la Gran Bretaña el inventor, ingeniero eléctrico e innovador escocés John Logie Baird en 1926 realizó una presentación privada para la *Royal Society* de un sistema de televisión mecánica, llevada a cabo dicha demostración, el periódico *The Times* tituló su nota “*The Televisor. Successful Test of New Apparatus*”. A partir de esto se empezó a popularizar el concepto *Televisor* (Fisher y Fisher, 1996, 47-60). Posteriormente, Baird fundó la empresa *Baird Television Development Company* en 1927, para realizar demostraciones en el alcance

de transmisiones de imágenes, en 1928 dicha compañía logró transmitir imágenes en onda corta de Londres a Nueva York (McClean, 2022, 807-819).

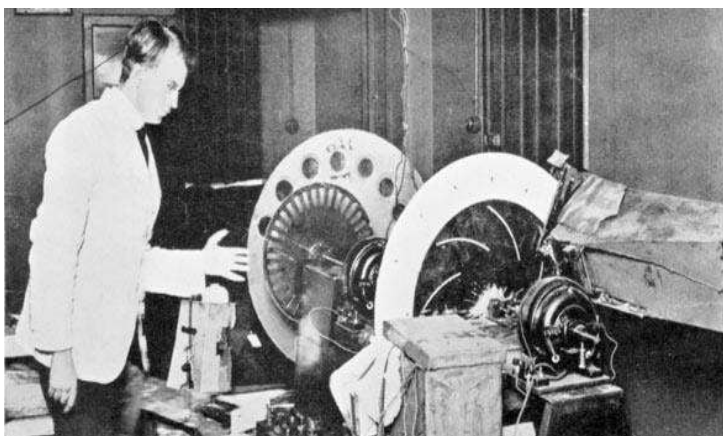


Imagen 2 John Logie Baird y una de sus primeras máquinas de televisión. Smith, Anthony. 1995. *Television an International History*. 21, Oxford: Oxford University Press).

Otro boceto que se presentó sobre la televisión fue el “Telehor” en el “Radio Show” de Berlín, en 1928 por el ingeniero húngaro Dénes Mihály su aporte fue la transmisión de imágenes a distancia. El *telehor* estaba construido a partir del disco de Nipkow, con 30 líneas por cuadro y 10 cuadros por segundo, la demostración consistió en la reproducción de siluetas en movimiento y de diapositivas en una pantalla de 4 x 4 centímetros (Mihály, 2023).

1.1.2 Vender los primeros televisores

En la tercera década del siglo XX inició la era comercial de la televisión, ya que se dieron avances significativos en su adquisición y difusión. Durante esta década se realizaron algunas transmisiones regulares en países como Reino Unido, Alemania y Francia, ellas cimentaron las bases de la televisión europea. En el caso de Estados Unidos, la transmisión televisiva comercial comenzó hasta en la década de los años cuarenta (Albert y Tudesq 2001, 82-85).

La comercialización de los televisores en Alemania se puso en marcha durante la Exposición Anual de la Radio y la Televisión de Berlín en 1931, donde se realizó la venta del primer receptor de TV con imagen y sonido (Nieves y Márquez, 2002, 50). El inicio de la era comercial para los receptores de televisión tuvo poco éxito debido a los elevados costos y la inexistencia de transmisiones regulares que justificaban aquel lujo. Sin embargo, el asunto de mayor trascendencia para la televisión radicó en la comercialización del aparato, ya que fue

un fuerte indicador para medir el arribo y desarrollo de este ingenio tecnológico en cualquier país (Pérez Vega, 2006, 6). La empresa Telefunken en Alemania fue pionera en la producción de receptores electrónicos con tubos de rayos catódicos, posteriormente iniciaron a producir en otros países como Francia, Reino Unido, Estados Unidos. Se estima que antes de la II Guerra Mundial en Reino Unido se fabricaron 19,000 aparatos y en Alemania 1, 600 (Soto 2021).

Los años cuarenta fueron un parteaguas para el desarrollo de la televisión moderna en Estados Unidos. La FCC (Comisión Federal de Comunicaciones) consignó frecuencias de transmisión para la televisión comercial, lo que permitió la construcción de las primeras estaciones de televisión (Barnouw, 1990). Después del conflicto la televisión tuvo un renacer y avance en su tecnología, se diversificaron los primeros televisores comerciales y se establecieron redes en varios países, sobre todo en los Estados Unidos. Fuentes y La Parra López (2001) señalan que alguno de los contrastes que marcaron el devenir de la humanidad tras la Segunda Guerra Mundial fue la aplicación militar de la televisión como un moderno medio audiovisual para la dirección de bombas (240-314). Con pocos programas en oferta, la producción de aparatos de televisión aumentó de 178.000 a alrededor de quince millones entre 1947 y 1952, año en que había veinte millones en uso (Soto 2021).

1.1.3 Primeras emisiones de televisión

Existió una relación en el avance e innovación de la televisión entre Alemania, Francia y Gran Bretaña, dichos países marcaron el despertar de una nueva industria, con un potencial reducido, y que a pesar de esto se generaron algunas licencias, lugares y apoyo económico para transmisiones de programas, rebasando fronteras (Calderón Herrera 1995, 126-127).

Otro de los grandes emporios que surgió en 1929 fue la *British Broadcasting Corporation* (BBC) la cual llevó a cabo las primeras transmisiones y exhibiciones experimentales que mostraron el funcionamiento y desarrollo de la televisión (Goldstein 1991, 30). En las latitudes inglesas, la *BBC* se dedicó en gran medida a la producción de programas dirigidos a un auditorio limitado, programas como dramas, folletines deportivos y ceremonias reales eran de muy mala calidad debido a que los locutores y periodistas no tenían una formación profesional en comunicación y/o conducción. El sistema estatal privado de la Gran

Bretaña se encontraba envuelto en un monopolio, ya que el contenido que se ofrecía al público era de corte intelectual en lo que se refiere al conocimiento científico o artístico, y el contenido que se proyectaba en torno a la realeza (Álvarez 2001, 7611-7622).

En los territorios franceses destacaron los aportes técnicos de Eugene Belin y Howeck, con la recepción de imágenes de la ciudad de El Havre y Tolosa en 1931 y una transmisión de 30 líneas de la ciudad de Montrouge a Malakoff por el ingeniero René Joseph Barthélemy de la Compañía de Contadores de Montrouge. La primera emisora de televisión en Francia fue *París-Télévision* la cual emitía señales desde la Torre Eiffel quince horas de programas por semana, lo cual se estima que llegaba a algunos cientos de receptores, de los cuales muchos estaban instalados en los lugares públicos (Albert y Tudesq 2001, 84-85).

La televisión en Francia desde sus inicios fue un monopolio público a través de la Radio Télévision Française (RTF) (después ORTF) que estuvo bajo el dominio político financiado por el impuesto “*redevance*”. El “pluralismo polarizado” (término que hace referencia a la fuerte influencia política en el medio de comunicación) de la producción de programas en Francia fue descentralizado hasta la década de los ochenta con la eliminación del monopolio estatal del radio y la creación de canales privados y locales. Las iniciativas tecnológicas para modernizar el sistema audiovisual de los técnicos y científicos franceses fue la implementación en los años ochenta del Plan Cable que conectó al país con fibra óptica, la digitalización y la introducción de alta definición (Badillo, 2012).

En el territorio alemán se diseñaron los programas de televisión para impactar en las masas, sin embargo, la escasez y los elevados costos de los receptores frenó de manera paulatina el modelo planteado en Alemania. Por otra parte, los XI Juegos Olímpicos se celebraron entre julio y agosto de 1936 en Berlín, la cobertura fue realizada por el *German Post Office* (DRP), que utilizaba cámaras iconográficas proporcionadas por *Telefunken*. Dichos juegos marcaron un gran acontecimiento mediático de propaganda política, en consecuencia, se iniciaron con mayor rapidez las transmisiones simultáneas de los acontecimientos (Smith 1995, 29).

1.2. Los primeros pasos y el devenir de la televisión en Estados Unidos

El desarrollo de tecnologías en el siglo pasado se encuentra ligado a Europa y Estados Unidos, la creación de la televisión no fue la excepción. Como menciona Rodríguez Herrejón (2013) en relación con los inicios del automóvil, pues “el automóvil es europeo de nacimiento y norteamericano por adopción” (38). De esta misma forma se puede catalogar la invención de la televisión. Es importante conocer el comportamiento de la televisión en Estados Unidos, ya que existe una relación intrínseca con el arribo de este ingenio tecnológico a México.

La TV en Estados Unidos se fortaleció como medio de comunicación gracias a la creación de empresas y compañías como Radio Corporation of America (RCA) fundada en 1919 (Hilmes, 2007, 41-45). Dicha empresa surgió para la comercialización de aparatos de radio, sin embargo, en 1931 integró el progreso que tenía la televisión en laboratorios, ya que era idónea para ofrecer un servicio, en consecuencia, se inició la producción de aparatos receptores de TV (Radio Corporation of America 1931, 26).

La televisión mecánica se mantuvo gracias a las contribuciones que distintos ingenieros hicieron al Disco Nipkow, sin embargo, el paso innovador fue la creación de la televisión electrónica en la segunda década del siglo XX con la transmisión de imágenes a larga distancia por el ingeniero de nacionalidad rusa Vladímir Zworykin quien desarrolló el antecesor de la cámara de televisión: el iconoscopio, un tubo de rayos catódicos que transmitía imágenes en señales eléctricas en el modelo original (Abramson, 1987, 63-64). El funcionamiento del iconoscopio iniciaba cuando “la imagen ingresaba a través de la serie de lentes, e impacta en las células fotoeléctricas de la placa en el otro extremo del tubo... La señal de imagen resultante es enviada y amplificada para ser reproducida en un monitor” (Ramis, s.f.).

En 1927 el ingeniero Philo Farnsworth logró transmitir la primera imagen electrónica con un "disector de imágenes" dispositivo que utilizaba un tubo de rayos catódicos para convertir imágenes en señales electrónicas. Este aporte fue el soporte para la creación de la primera televisión moderna en Estados Unidos y Europa con el sistema en movimiento con mejor calidad en imagen y sonido, así como una mayor distancia de transmisión (Everson, 1949).

En suma, del desarrollo de la televisión estadounidense, el inventor y empresario Charles Francis Jenkins en 1925 inició emisiones públicas de un sistema de televisión, al que nombró

Radio-Vision: “un servicio por radio para el ojo” (Pérez Yuste, 2006, 73-74). También en 1928 se creó la Jenkins Television Corporation, la cual fue dirigida por él mismo, dicha compañía produjo películas, de igual manera, comercializó y perfeccionó receptores de TV a los que llamó “Radio-Visors” (Pérez Sanjuán 2008, 65-82).

El imaginario en torno a los primeros bocetos de televisión fue una relación intrínseca con las funciones que desempeñaba la radio, “un radio con ojos”:

RADIO IS GIVEN EYES

[...] And now by television the range of the optics is given greater scope ... Television removes barriers, which throughout the ages have restricted the range of the human eye. Distance will not limit television in its ultimate form. Radio, the wings upon which the scenes travel, has skill to girdle the globe at the speed of light. It empowers man to talk around the world in the twinkling of an eye. It will enable him to see around the earth... so does television prolong the optic nerve so that it may distinguish scenes and people in action far across the countryside (Dunlap, 1932, 18-30)¹.

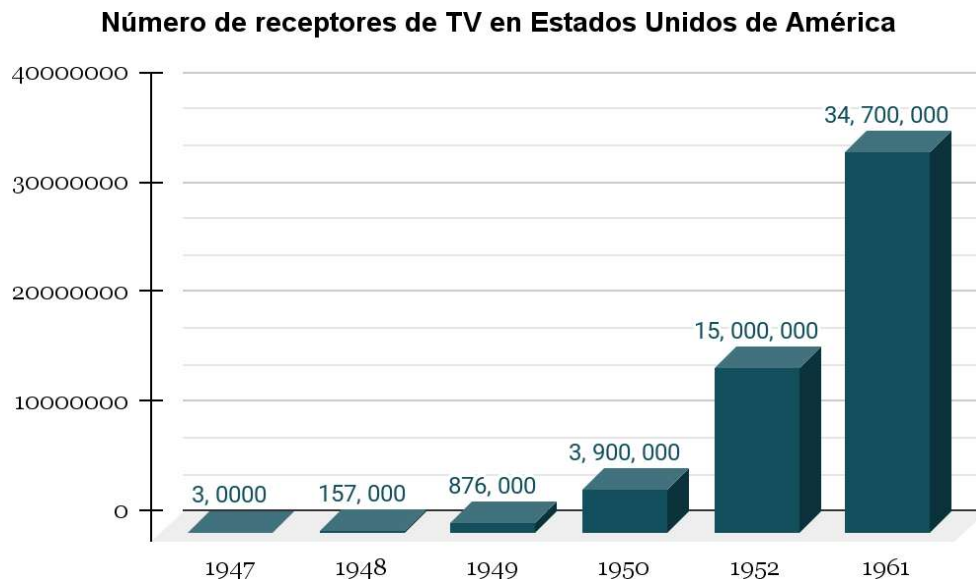
Las ideas para diseñar y demostrar el funcionamiento distintos modelos de televisión llevaron a Ernst F. W. Alexanderson de la compañía General Electric, en Schenectady, Nueva York, a desarrollar el “Receptor de televisión, modelo octagon, Era un receptor de 48 líneas, con una pantalla de 3 pulgadas”, fue un modelo desechado (Brittain, 2014).; Herbert E. Ives investigador de la compañía *American Telephone and Telegraph Company* (AT&T) en 1924 realizó la primera demostración pública de un sistema de transmisión por cable de imágenes estáticas, desarrolló el “picture-phone” (The American Telephone and Telegraph Company, 1971).

Con las primeras emisiones de la etapa de la televisión experimental se favoreció la transmisión de eventos relevantes en la política como el discurso con el que el presidente Roosevelt de Estados Unidos inauguró la Feria Mundial de Nueva York en 1939. Con este evento se buscaba el impulso del consumismo a través de los medios de comunicación (Canogar, 1996), y fue

¹ RADIO CON OJOS

[...] Y ahora, gracias a la televisión, el alcance de la óptica es mayor... La televisión elimina las barreras que, a lo largo de los siglos, han restringido el alcance del ojo humano. La distancia no limitará la televisión en su forma definitiva. La radio, las alas sobre las que viajan las escenas, tiene la habilidad de ceñir el globo a la velocidad de la luz. Le permite al hombre hablar alrededor del mundo en un abrir y cerrar de ojos. Le permitirá ver alrededor de la tierra... Así la televisión prolonga el nervio óptico para que pueda distinguir escenas y personas en acción a lo largo y ancho del campo (Dunlap, 1932, 18-30).

transmitido por Farnsworth. Este acontecimiento consolidó la televisión pública en Estados Unidos y se perfiló para un éxito posterior. Distintos autores señalan que la velocidad, el perfeccionamiento e implantación de la televisión como un instrumento de comunicación simbolizó una revolución política que restableció una relación entre el que gobierna y los gobernados (Albert y Tudesq 2001, 80-93; Nieves y Márquez 2002, 45-47).



Gráfica 1 Elaborado a partir de los datos contenidos en Albert, Pierre, y André-Jean Tudesq. 2001. “Los comienzos de la televisión.” En *Historia de la radio y la televisión*, 87. México: Fondo de cultura económica

En el gráfico anterior se indica un crecimiento estadístico en el aumento en el mercado de la producción y venta de receptores de televisión en el período que va de 1947 a 1961 en relación con la expansión de la televisión estadounidense.

En 1940 Peter Goldman, de la CBS, diseñó un sistema de televisión a color sobre la base de secuencias de campo (Rabinovitz 1994, 1943,43-71). La innovación en circuitos electrónicos para mejorar la calidad en las imágenes fue crucial para el progreso de la TV, tras el fin de la Segunda Guerra Mundial y en 1946 la RCA presentó un sistema a colores. La introducción de la televisión en color por parte de la CBS en 1948 sentó las bases para la siguiente fase televisiva. Simultáneamente, la televisión en blanco y negro siguió dominando varios años después debido a la falta de estándares de color y a la limitación en la disposición de receptores de televisores en color. En 1947, CBS solicitó la regulación de la televisión a colores a través de la Comisión Federal

de Comunicaciones de Estados Unidos.

A finales de los años cuarenta la televisión ya era una realidad en Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia, dichos países habían pasado de la fase experimental a la fase de transmisiones regulares. Después de la Segunda Guerra Mundial, se moldearon dos sistemas de administración, organización, y financiamiento de la televisión: en primer lugar, se encontraba el sistema de uso comercial que se aplicó en la radio y la televisión de Estados Unidos, el cual se enfocó en la cantidad, no en la calidad de transmisión de espectáculos deportivos, ventas y diversión. Los criterios técnicos para la transmisión de señales como la fabricación de aparatos y la fidelidad suficiente en las imágenes transmitidas en un bajo costo en los equipos de recepción que fuera acorde con las posibilidades económicas del pueblo (Hernández Lomelí y Orozco Lomelí 2007, 79-84).

1.2.1 La edad dorada de la televisión

En la década de 1950 los televisores se posicionaron en plano global, como un medio de comunicación, los bocetos y diseños que aún se encontraban en los laboratorios en la etapa experimental se sacaron a la venta y pasaron a formar parte del hogar en distintas latitudes del mundo, con esto hubo un incremento explosivo, lo que generó una variedad de programas e inclusive a color.

En el contexto de la posguerra, un período de crecimiento económico y cambios sociales en Estados Unidos, la televisión emergió en los años cincuenta del siglo pasado como el principal medio de entretenimiento y una poderosa herramienta de influencia cultural. Durante ese periodo se consolidó como un medio masivo que pasó de ser un lujo para unos pocos a convertirse en un electrodoméstico común en la mayoría de los hogares estadounidenses, se promovió una cultura de consumo, sin embargo, fue vista por muchos como un vehículo potencial para la educación y el enriquecimiento cultural (Boddy, 1992).

La era dorada abarcó los años cincuenta y sesenta o lo que Marshall (1995) llama “*The Golden Age of Television*”, fue la década donde se popularizaron algunos programas icónicos y se expandieron las coberturas televisivas a niveles nacionales e internacionales. Además, compañías tecnológicas que fueron fundamentales en el desarrollo de la industria televisiva: *Zenith* empresa pionera en la tecnología televisiva. Zenith fue crucial en la invención de controles remotos y la

introducción de sistemas de televisión por cable; *Sony* compañía influyente con la introducción de Trinitron; *Panasonic* compañía dedicada a la innovación en la producción de televisores duraderos y de alta calidad con un enfoque de producción en masa, para hacer la televisión más accesible económica; y *Phillips* desarrollo de la tecnología de televisión en color en Europa resalta la introducción de innovaciones como el televisor de pantalla plana y la investigación en tecnología de imagen (Marshall, 1995). La innovación en los aparatos de televisión como el color, controles remotos y pantallas más grandes impulsó la competencia entre las compañías productoras.

Dichas empresas se batieron en duelos de competencias para mejorar la calidad, a costos de producción más bajos, también crearon modelos más sofisticados y accesibles en precio para el público en general. Las primeras compañías se centraron en destacar la televisión como una novedad potencial de consumismo. Las empresas líderes de la época, promocionaron sus receptores en revistas y periódicos. La estrategia de publicidad mostraba un porvenir donde las familias se reunieron alrededor del televisor y disfrutaron programas en vivo que incluían anuncios publicitarios (Kuyucu 2020, 258-269).



Imagen 3 Juego de ruedas de colores Crosley. Este equipo se fabricó en 1950 o 1951 para el sistema secuencial de campo de la CBS. Fue donado al museo por los herederos de Cliff Benham; Early Television Foundation and Museum. s.f. Home Page.

La relevancia sobre la innovación empresarial de la televisión en Estados Unidos se perfeccionó en función al esquema empresario ya establecido en la radiodifusión. Pioneros de la radio como David Sarnoff ejecutivo influyente en la *Radio Corporation of America* (RCA), impulsó la radio y la televisión como medios de comunicación masivos y convirtió la RCA en una de las empresas

más poderosas de la industria, también fue pieza clave en la fundación de la National Broadcasting Company (NBC) primera red de radio en los Estados Unidos. Por su parte, William S. Paley presidente de Columbia Broadcasting System (CBS) la transformó en una de las principales cadenas de radio y televisión, también desarrolló el contenido y programación enfocado en atraer a las mejores personalidades y crear una programación atractiva que cautivara a las audiencias (Sterling y Kittross 1990, 316-365; Sterling y Kittross 2001, 343-397).

Otro hito en la década de los años cincuenta fue la introducción de la televisión en color, en 1953 la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos avaló el sistema de televisión a color de la RCA (Radio Corporation of America) que era compatible con los televisores en blanco y negro existentes mediante un sistema electrónico. La adopción de la televisión a color fue lenta debido a los altos costos de los televisores a color y la falta de programación en color, sin embargo, a pesar de los obstáculos se convirtió en una realidad y esta tecnología fue adoptada a gran escala, gracias a la baja en los precios de los televisores a color y el atractivo de la televisión a color entre los consumidores en la década de 1960 (Abramson 2003, 37-60).

La televisión se convirtió en el medio de comunicación dominante a nivel mundial en la época de los cincuenta, ya que tuvo un rápido crecimiento industrial en distintos países. El robustecimiento de la industria televisiva en dicha época se generó gracias a la mejora en la calidad de la imagen y sonido, así mismo se adoptaron estándares de transmisión común en distintas regiones. Por otro lado, el gran hito que extendió el alcance de la televisión en la historia fue el reemplazo gradual de la televisión a blanco y negro a la televisión a color (Goldstein 1991, 104-163; Hilmes 2007, 160-170).

La época dorada de la televisión en Estados Unidos fue una detonación en los programas innovadores de alta calidad para capturar audiencia, surgieron géneros de comedia situacional, dramas en vivo y programas de variedades. Dentro de este ambiente surgieron algunas de las primeras estrellas del espectáculo televisivo como: Lucille Ball, Milton Berle y Edward R. Murrow. Emanan programas como parte de la cultura estadounidense: *"I Love Lucy"*, *"The Ed Sullivan Show"* y *"The Twilight Zone"*, dichos programas impactan a la sociedad estadounidense e influyeron en la forma en que las personas piensan, actúan y se relacionan entre sí. Fue por tal motivo que en esta época la televisión se solidificó como el principal medio de entretenimiento y noticias para millones de hogares estadounidenses (Murray y Ouellette, 2009).

La televisión desde 1940 y 1950 hasta la era digital se arraigó de manera profunda en la cultura estadounidense, representó y construyó diversos aspectos de la identidad, como la raza, el género, la clase y la sexualidad. Durante las décadas de los años cincuenta y sesenta se diversificaron nuevos géneros televisivos como la sitcom, los dramas, los programas de noticias, la transmisión en vivo, la llegada del hombre a la luna en 1969 (hecho que marcó la historia de las transmisiones de eventos importantes). Este arraigo evolucionó con la televisión en red, la transición al cable, la televisión por satélite y el impacto de la tecnología digital en la forma de producir y consumir televisión (Mittel, 2009).

1.2.2 El cable, el satélite y Alta Definición, innovación en la televisión

En las décadas posteriores a los primeros años gloriosos de la televisión se realizaron nuevas innovaciones con la introducción de la televisión por cable y satélite, que ampliaron la cantidad de canales disponibles para los espectadores y permitieron una transmisión de mayor calidad lo que permitió la expansión global de la TV. En la década de los años ochenta la televisión por cable creció significativamente, ofreciendo cientos de canales y programación especializada. Surgieron los primeros canales de música, deportes y las primeras emisiones de televisión en alta definición. Se desató una lucha entre japoneses y europeos para llegar a un consenso en torno a una norma de televisión de alta definición

Las innovaciones tecnológicas en la televisión para los años setenta fue la introducción de tecnologías como el *Videocassette Recorder* (VCR) y el Cable, lo que expandió la oferta de programas grabados y vistos en distintos horarios. La Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos dispuso que todas las estaciones de televisión por cable debían ser bidireccionales lo que creó una flexibilidad en el consumo para los espectadores. En Atlanta, Estados Unidos se probó el primer sistema de lo que será Cable News Network o CNN con la conexión de 1350 redes cableadas con una superestación por Ted Turner. La televisión por cable se fortaleció una vez que los operadores lograron recibir la programación a través de los satélites de comunicación (Segovia Alonso, 2012).

La era de las comunicaciones vía satélite se inauguró en 1963, con la primera transmisión de TV vía Satélite con el lanzamiento de Gordon Cooper en el Mercury IX. En los años siguientes, la televisión por satélite y la televisión por cable continuaron expandiendo las fronteras del medio, ofreciendo una variedad sin precedentes de canales y contenido. Con el advenimiento de la

televisión por satélite y la televisión por cable, la televisión se convirtió en un medio verdaderamente global. La transmisión de contenido a través de fronteras geográficas abrió nuevas oportunidades para la diversidad cultural y el intercambio de ideas (White, 2012).

El desarrollo de la televisión en Alta Definición (HDTV) se refiere a la calidad de la imagen, en los años 1960 la Corporación Japonesa de Teledifusión (NHK) fue pionera en desarrollar un sistema analógico de alta definición. Se buscaban imágenes televisivas más nítidas y detalladas, la televisión en Alta Definición se estableció y difundió hasta la década de 1990, con el ATSC en Estados Unidos, lanzado en 1995 (la primera emisión en HDTV digital se realizó en julio de 1996, marcó el inicio de la era moderna de la televisión de alta definición); el DVB en Europa, también de 1995; y el ISDB-T en Japón, que comenzó en 2003 (Cortés S, 2005).

1.3 Antecedentes y desarrollo histórico de la televisión en México 1950-1984

En este apartado se describe cómo fue el desarrollo histórico de la televisión en México y los grupos en el poder que determinaron el destino del modelo de televisión mexicano en los años que corresponde esta investigación. No se pretende hacer una cronología exhaustiva o estudio a fondo sobre la historia de la televisión en el país, son variados los estudios en torno a la historia de la televisión, desde su arribo a México a partir de la década de los años treinta hasta su consolidación a finales del siglo XX: González y González y Sotomayor (1989), Mejía Barquer (1989), Sánchez Ruiz (1991), Castellot de Ballín (1993), Hernández Lomeli (2004), y Hernández Lomelí y Orozco Lomelí (2007), etc., dichos estudios clasifican, bajo distintos matices y criterios, los acontecimientos de la consolidación de la televisión como medio de comunicación en el siglo pasado.

Se describen dos puntos claves para conocer la expansión histórica de este ingenio tecnológico como medio de comunicación, en el primer punto se abordan los diferentes proyectos en torno a la televisión como el de la televisión a color, en un segundo apartado se describe la regulación de la industria, los primeros de canales de transmisión, los programas en el medio mexicano y el proyecto de televisión satelital.

1. 3.1 La televisión en América Latina

Es importante retomar de manera breve y concisa la irrupción de la televisión como nuevo medio de comunicación en las sociedades de América Latina a mediados del siglo XX, ya que México es parte de este proceso, y fundamental para entender cómo la televisión influyó en la sociedad, las economías y la cultura regional. El relato sobre la trayectoria de la televisión en la región de América Latina en países como Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México y Venezuela fue una fuerza de causa y efecto que propició cambios sociales, se instauró como una institución, medio, lenguaje, referente, mercado, y política. Los sistemas de televisión en dichos países muestran rasgos similares como la fragilidad inicial de la industria, la dependencia de la radio y la prensa, la relación con el poder estatal y la influencia de grupos empresariales. En algunos países el inicio de la televisión fue una mezcla de la propiedad pública y privada, el desarrollo de esta industria en la región tuvo influencia local y penetración de contenidos de Estados Unidos (Hernández Lomelí 2004, 183-190).

La irrupción de la televisión en países de América Latina, o como son llamados en la época “países del tercer mundo”, fue parte de la dinámica imperialista propiciada por Estados Unidos, acompañada de un discurso de desarrollismo como política de crecimiento capitalista, hicieron ver a dicho medio de comunicación fructífero en el bosquejo de modernización en los países de América del Sur. Las circunstancias de cada país latinoamericano propiciaron el desarrollo de dicho medio de comunicación de distintas maneras (Sinclair, 2000, 39-52).

El proceso de la televisión en América Latina a partir de la segunda mitad del siglo XX fue parte del discurso modernizador que buscaba ponerse a la vanguardia con los adelantos técnicos e industriales más importantes del mundo. Ramírez Bonilla (2020) señala que el Estado buscó la instalación de la televisión para consolidar un pacto industrializador, y así poder desarrollar una compleja red de obras de infraestructura, creación de organismos reguladores, canalización y fondos para la industria y promoción de la inversión privada. En un estudio comparativo que realiza la autora entre la llegada de la televisión entre México y Colombia destaca que:

la televisión como medio de comunicación audiovisual masivo y doméstico respondió a cuatro factores comunes: influjos e intereses de otras latitudes combinados con proyectos y tensiones políticas, comerciales y socioculturales internas; idearios nacionalistas, exaltadores de las nuevas hazañas locales y su función en la sociedad; expectativas ligadas

al cambio tecnológico y sus “nuevas ventajas” para los consumidores: “ver” el mundo a través de un aparato electrónico; y prospectos de liderazgos regionales que se empezaron a materializar con el afán industrializador de la época (139).

La televisión en Centroamérica (Guatemala, Honduras y El Salvador) se utilizó como un arma que concentró el poder en las élites empresariales y política las cuales buscaron la manipulación en la opinión política y dismantelar los movimientos sociales y la oposición de los regímenes dominantes que afectó a la democracia debido a que este medio era un medio de control hacía la democracia (Rockwell y Noreene 2003; Estrada 2005, 199-205). Otro ejemplo del poder de perpetuidad de la televisión en América Latina durante el siglo XX fue República Dominicana la que tuvo su peculiaridad al momento de moldear opiniones políticas, debido a que, este medio estuvo a favor del y al servicio del autoritarismo del régimen predominante para el control de la sociedad, y una afectación negativa en la consolidación de democracias robustas en la región (Menéndez Alarcón 1992).

En general, la televisión en Sudamérica se convirtió en un fenómeno social y cultural que ayudó a la creación de una identidad, valores culturales, mediación entre las instituciones regionales y los ciudadanos, lo que incentiva a la creación de un sentimiento nacionalista. La televisión se ha enfrentado a los cambios tecnológicos (plataformas digitales del siglo XXI como el streaming) lo que lo ha convertido en un medio híbrido (Orozco y Miller 2017, 107-127). La concentración de la propiedad de la televisión en América Latina se caracterizó desde el siglo XX por su acaparamiento en manos de conglomerados nacionales y trasnacionales con contenidos (telenovelas, programas de entretenimiento y noticias) homogéneos que favorecían a la casta política y económica, y que dejaron de lado a los sectores minoritarios (Becerra y Mastrini 2010, 41-64).

Con el propósito de hacer llegar la imagen de México a los países de América Latina, la producción, distribución, representación, compra-venta de programas de televisión por satélite, se fundó en 1974 la empresa Satélite Latinoamericano, S.A. (Satelat). Se trataba de una iniciativa regional que buscaba ofrecer servicios de telecomunicaciones y reducir la dependencia de satélites extranjeros y fortalecer la autonomía tecnológica de la región (Sacristan Romero, 2005).

La industria televisiva fue un motor económico en la región Latinoamericana, se crearon empleos y se generaron ingresos a través de la publicidad y la producción de contenidos. Fungió

como instrumento en la política latinoamericana con los gobiernos que la utilizaron para difundir propaganda, influir en la opinión pública y consolidar su poder. Al mismo tiempo fue un canal para la globalización con la entrada de contenidos extranjeros lo que modificó la cultura en la audiencia latinoamericana, también la innovación tecnológica se adaptó desde la televisión en blanco y negro hasta la era digital, mostró una notable capacidad de innovación, la adaptación a la nueva tecnología.

1.3.2 Guillermo González Camarena y los antecedentes de la televisión en México

Hablar de la historia de la televisión en México siempre remite al ingeniero Guillermo González Camarena, es por esa razón que en este breve recuento de los inicios de la televisión en México describiré de manera muy breve y concisa cómo y de qué manera ha sido el aporte y legado en la televisión mexicana. Con gran determinación e iniciativa en la década de los años treinta en México, este personaje ingeniero inventor y científico de Guadalajara, Jalisco, desarrolló los primeros programas experimentales con un equipo creado por él. Este proyecto fue apoyado por el entonces presidente de la república Lázaro Cárdenas, asimismo se desarrolló la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR), y arribo al país un equipo de televisión mecánica en blanco y negro (Ruiz de la Herrán, 2005).

En la época de Guillermo González Camarena no existía apoyo del gobierno hacia quienes les interesaba el desarrollo de la televisión en el país, a lo que Hernández Lomelí (2020) llama la "innovación interrumpida" debido a la insuficiente promoción de la ciencia y la tecnología por parte Estado mexicano. A pesar de estos obstáculos el legado de González Camarena en la historia de la ciencia y la tecnología es reconocido como un inventor destacado y un símbolo del potencial creativo y científico de México. Por ejemplo, González De Bustamante (2015) citó a Guillermo González Camarena de la siguiente manera:

Pienso que, si el gobierno les diera apoyo a los individuos interesados en desarrollar la televisión dentro de nuestro país, en muy poco tiempo México podría tener sistemas, equipo y quizá estaciones de televisión que se comparen de forma satisfactoria con las mejores del mundo (36).

En el contexto de avances tecnológicos en las telecomunicaciones durante la primera mitad del siglo XX, ESistema Tricromático Secuencial de Campos utilizaba los colores primarios (rojo, verde y azul) para generar una imagen a color en los receptores de televisión y fue patentado por

su creador en 1940. De esa manera se posicionó como el primer sistema funcional para la transmisión de televisión en color, esta innovación fue trascendental e incluso se utilizó en la NASA durante la misión Apolo en 1973, pues demostró gran relevancia y eficacia, aunque el sistema de González Camarena no prevaleció, su influencia y legado en el desarrollo de la televisión en color son indiscutibles (Servín y Malacara, 2020).



Imagen 4 El ingeniero Guillermo González Camarena trabajó arduamente para el desarrollo de la televisión. Inventor original e infatigable, realizó exhibiciones públicas del equipo necesario para transmitir señales televisivas, además de que patentó los sistemas que incidieron en la invención de la televisión a color. Foto: Archivo General de la Nación.

1.3.3 Concesiones, leyes y decretos para la regulación de la televisión

La naciente industria de televisión en México fue apoyada gradualmente por los proyectos gubernamentales, ya que uno de los propósitos por el cual se apoyó a la televisión en México era ampliar los servicios sociales a las masas trabajadoras. Era importante dotar a la nación de opinión pública revolucionaria y ampliar la red tecnológica de la televisión en todo México (*El Nacional* 1935, 1-2; citado en Hernández Lomelí y Orozco Lomelí 2007, 77). A lo largo de la segunda mitad del siglo XX, el gobierno otorgó las primeras concesiones, y se decretaron las primeras leyes en torno al contenido de los programas.

En 1949 el gobierno de Miguel Alemán Valdés otorgó la concesión a Televisión de México, S.A. canal 4, con siglas XHTV, empresa de Rómulo O'Farri, y en enero de 1950, a la estación de televisiónXHGC, canal 5, propiedad de Guillermo González Camarena. Con

esto el gobierno buscó un criterio de organización y funcionamiento de la televisión para el beneficio público y su acción frente al avance técnico de dicho instrumento de comunicación. Los dos modelos televisivos que se estudiaron fueron: el de la televisión estadounidense y el de televisión británica, se optó por seguir el modelo estadounidense en donde la televisión era un agente que se ponía al servicio de empresarios y comerciantes (monopolio privado) quienes patrocinaban la publicidad en las programaciones de los bienes y servicios que ofrecían a los televidentes, por canal 4, y canal 5 (Osorio Zarur 1996, 31-34).

El presidente Miguel Alemán Valdés fue la figura política que impulsó la televisión en México debido a que su gobierno favoreció la expansión y consolidación de la industria televisiva, el hito que marcó dicha industria fue la transmisión de su cuarto informe de gobierno el 1 de septiembre de 1950 por la estación XHTV, canal 4, en su informe declaró respecto a la televisión:

Se fijaron las normas provisionales de la televisión, habiendo establecido por particulares una estación de alta potencia en el Distrito Federal [...], se otorgaron seis concesiones de televisión [...] Mejoran los servicios de telecomunicaciones, transmitiendo, treinta y cuatro millones quinientos telegramas. Para extender las comunicaciones eléctricas hasta los puntos más apartados del país, se está siguiendo un plan de trabajo, con costo de veinticuatro millones, trescientos treinta y cinco mil pesos. Los gobiernos de México y los Estados Unidos de América establecieron sus respectivos derechos, sobre canales de televisión (Servicio de Investigación y Análisis, Dirección y Cámara de diputados, 2006, 149-192).



Imagen 5 Desde su toma de protesta como candidato a la presidencia, Miguel Alemán aprovechó la radio y la televisión, cuyo desarrollo permitía hacer transmisiones desde el lugar de los hechos.
Fotos recuperadas: El Sol de México y Este país.

Las políticas económicas y sociales implementadas en el gobierno de Miguel Alemán Valdés posicionaron a los medios de difusión electrónicos: la radio y la televisión con un funcionamiento estrictamente comercial, en consecuencia, estos medios audiovisuales de difusión masiva se convirtieron a partir de la década de los cincuenta en parte importante de la acumulación de capital del país (Fernández Christlieb, 1985, 338; Carr 1996, 151-192; González De Bustamante 2015, 36-64).



***Imagen 6** Espectadores siguen por el canal 4, la transmisión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán, Ciudad de México, 1950, de la colección Juan Guzmán.
<https://fotografica.mx/fotografias/6730/>*

En la década de los años cincuenta el desarrollo de la televisión en México estuvo ligado al modelo de este medio de comunicación que se extendió en Estados Unidos, debido a la supeditación tecnológica que los países de América Latina, especialmente México, tenían con Estados Unidos (Meyer, 2003, 111-118). La dependencia de tecnologías estaba ligada a acuerdos comerciales y tratados para compartir conocimientos en torno a las tecnologías modernas, esto trajo consigo un importante proceso de industrialización, avances y mejoras en la infraestructura de las comunicaciones (Leff 1985, 266-285; Nieves y Márquez, 2002, 141).

Desde los inicios de la industria televisiva se reflejó una notoria intervención del Estado mexicano en forma de partidos políticos, aplicación de legislaciones para la regulación y reglamentación en la industria (Hernández Lomelí y Orozco Lomelí 2007, 79-84). Con este

dinámico crecimiento se publicó el 19 de enero de 1960 en el *Diario Oficial de la Federación* la Ley Federal de Radio y Televisión, con esto se buscó la regulación de la producción de programas que se transmitían:

a) el derecho a la libertad de expresión, que estaba vedado para la radio y la televisión, se extiende a estos medios; b) la radio y la televisión deja de ser consideradas prestadoras de un servicio público y pasan a ser prestadoras de un servicio de interés público; esto faculta a los concesionarios de las empresas de radio y televisión a decidir libremente, sin intervención de ninguna autoridad, el monto de las tarifas cobradas por servicios publicitarios que las emisoras prestan; las faculta, igualmente, para decidir a quién venden tiempo de estación y a quién le niegan el servicio; c) la ley otorga concesiones hasta por 30 años para operar comercialmente estaciones de radio y televisión (Diario Oficial Diario Oficial Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos 1960, 1-8; citado en Mejía Barquera 1989, 28).

Con el objetivo de que la televisión mexicana lograra mayor alcance en noviembre de 1971 se creó la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI) con el propósito de intercambiar programación vía satélite entre las televisoras de Latinoamérica, Portugal y España (Organización de Televisión Iberoamericana, 1991). Aunado a lo anterior, México se incorporó a la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT) (García Moreno. 1992, 515-548).

El 18 de enero de 1979 inició el proyecto para la regulación de la televisión por cable con la publicación del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, para regular la industria del cable, ya que el acceso a este tipo de servicios se iniciaba a expandir en el país, el reglamento define esta modalidad como la distribución de señales televisivas a suscriptores mediante sistemas de cable, también se establece que los operadores de televisión por cable deben garantizar la calidad del servicio como claridad de la señal y la continuidad de la programación, deben proporcionar el acceso a canales educativos, culturales y de interés general, el reglamento también aclara que las tarifas cobradas por el servicio deben ser autorizadas por el gobierno (Diario Oficial, 1979).

En 1977 se creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) para regular y supervisar los medios electrónicos de comunicación, ya que existía la necesidad de controlar el contenido transmitido en radio y televisión, que aseguró el cumplimiento con las normativas legales y promover valores nacionales. En ese mismo año se reformó el artículo 60

constitucional y añadió a la garantía de la libertad de expresión, el derecho a la información (Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, s.f).

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes tuvo una importante participación en la instalación y operación de satélites y sus sistemas asociados con el propósito de la explotación comercial en el territorio nacional de las señales emitidas por el satélite Intelsat IV que cubría todo el territorio mexicano (Mercado Chávez y Del Río de Hoyos, 1988, 19). En 1982, el presidente Miguel de la Madrid fijó en el artículo 28 constitucional que la comunicación vía satélite debía ser operada exclusivamente por el gobierno federal. En 1983 se crearon: el Instituto Mexicano de Televisión, Instituto Mexicano de Radio y el Instituto Mexicano de Cinematografía, estas dependencias administraban los aspectos operativos de las áreas que pertenecían al gobierno federal (Sánchez Ruiz, 1991, 253-254).

La televisión se reguló en el país como un medio de comunicación debido a la consolidación tecnológica del medio electrónico, con énfasis en supervisar y clasificar el contenido transmitido en este medio de comunicación, la publicidad, la protección de derechos de autor, y el fomento cultural y educativo.

1.3.4 Red nacional de canales de televisión

El origen de los canales de televisión se remonta a los primeros experimentos rudimentarios para transmitir imágenes en movimiento a través de señales electrónicas, sin embargo, los canales de televisión es el resultado de décadas de innovación tecnológica y desarrollo. En México el 7 de septiembre de 1946 inauguró la primera estación experimental de televisión: XEIGC esta emisora transmitía los sábados, durante dos años, un programa artístico y de entrevistas con equipo diseñado y construido por Guillermo González Camarena, quien ya había realizado transmisiones experimentales desde 1935. El propósito del apoyo gubernamental hacía este medio señala la prensa de la época “se tuvo la intención de llevar a cabo demostraciones para despertar el interés público para estudiar las posibilidades técnicas de la televisión comercial” (Excélsior 1946, 6; citado en Hernández Lomelí y Orozco Lomelí 2007, 79).

El 23 de marzo de 1955 se creó Telesistema Mexicano, S.A. (TSM) conformado por la unión de los canales (Emilio Azcárraga Vidaurreta como titular del 45% de las acciones, Jenkins O’Farrell

con el 35% y González Camarena con un 20%), se instalaron repetidoras del Canal 4 del Distrito Federal en el Paso de Cortés, esta instalación llevaba contenido a los receptores de televisión en el sureste y el suroeste de México, desde el Pacífico hasta el Golfo de México; también se inauguró la repetidora con señal del canal 2 “El Zamorano” en el estado de Guanajuato, ésta enviaba programación a los televisores del Bajío y algunos estados del norte (Castellot de Ballín 1993, 143-145; Cervera 2006, 17-24).

En Monterrey se instauró el canal 10 de TSM (con el propósito de exportar programas producidos y grabados con un Kinescopio por TSM al mundo de habla hispana, se creó Teleprogramas de México). También en esa ciudad se inauguró la estación XEFB-TV afiliada a TSM, en ésta se instaló la primera máquina de *videotape* (aparato utilizado como un medio de almacenamiento para grabar y repetir vídeo y audio en cinta magnética (Gobierno del Estado de Nuevo León 2024). En la ciudad de México se construyó la primera estación cultural y educativa de América Latina, la XEIPN del Instituto Politécnico Nacional (Suárez 1992).

En el primer año de la década de los años sesenta se inauguró Televisión de Guadalajara, Jalisco, de TSM, también inició transmisiones de Canal 6 de Guadalajara, de Televisión Tapatía, S.A. (Hernández Lomeli 2004, 171). Aunado a esta expansión nacional del Telesistema, en 1962 se creó la empresa Teleprogramas Acapulco, filial a dicho sistema, esta empresa producía programas de televisión como telenovelas para consumo nacional y exportación a Estados Unidos y América Latina (Bedolla et al. 2009).

Otra de las compañías que inició transmisiones en 1968 fue Telecadena Mexicana, dirigida por el cineasta Manuel Barbachano Ponce (González y González y Sotomayor, 1989, 187), también fueron emergiendo otras estaciones como XHDF, Canal 13 y XHTM, Canal 8 capitalino. Otra empresa que entró en operaciones fue Cablevisión, S.A. de TSM, en la ciudad de México el 20 de mayo de 1969 (Sánchez Ruiz, 1991, 247). La tarea educativa de las estaciones inició en enero de 1968 cuando se impulsó el programa educativo de la Telesecundaria (sistema vigente) diseñado para estudiantes de educación secundaria en áreas rurales y remotas a través de transmisiones de televisión (canal 5 de TSM fue uno de los canales en transmitir este tipo de contenido). En opinión de algunos especialistas la Telesecundaria la televisión se convirtió en una opción viable para la educación en áreas rurales. Sin embargo, existen algunas limitaciones, como la dependencia tecnológica y la necesidad de capacitación para los profesores (Mayo,

McAnany, y Klees, 1972). En 1969 se le designó la función educativa al Canal 11 en la ciudad de México, con esto el canal pasó a ser parte de la Secretaría de Educación Pública (Velasco Lorenzo, 2000, 44-54).

En 1972 se puso en marcha el proyecto impulsado unos años antes por Gustavo Díaz Ordaz, por parte de la administración de Luis Echeverría: la Televisión Cultural de México (TCM), red del gobierno federal que atendía las áreas rurales (Hernández Lomeli 2004, 187). En 1977 cambió de denominación de Televisión Cultural de México (TCM) a Televisión Rural de México (TRM) y en 1980 se renombró como Televisión de la República Mexicana (TRM) (Álvarez, 2001, 7615).

En 1972 se creó en Estados Unidos la Spanish International Communications Corporation (SICC), la cual estaba integrada por Spanish International Network (SIN) propiedad de la familia Azcárraga (Hernández Lomelí 2006, 183-187). Posterior a esto, dicho proyecto se impulsó en México, en 1979 inició Galavisión, empresa de televisión por cable en Estados Unidos, propiedad de Televisa, cuyo primer intento fue de 30 años atrás. La empresa fue creada en 1954 bajo el nombre de Teleprogramas de México, destinada a exportar series a Centro y Sudamérica, el Caribe, y Estados Unidos, esta fue una estrategia de Televisa para mantener su presencia en el mercado hispano del país vecino (Toussaint, 2015).

El Telesistema Mexicano se adaptó a los cambios, en 1972 se fusionó con Televisión Independiente de México (TIM) en una organización que administraba los recursos de ambas empresas: Televisión Vía Satélite, S.A. En 1973 inició a operar como Televisa esta empresa se posicionó dominante para influir en la opinión pública y mantener su hegemonía en el mercado, se posicionó como un monopolio que, durante décadas, controló la mayoría de los contenidos televisivos en el país, afectando la pluralidad y la diversidad en los medios de comunicación mexicanos (Vidal Bonifaz 2019, 127-163; Televisa 2019).

En las postrimerías de la década de los setenta, la cadena nacional Televisa inició una vigorosa producción y exportación de programas internacionalmente estableció el sistema Univisión (red de microondas y de satélite) mediante el cual exportaba programas a los Estados Unidos (Wilkinson y Saragoza 2012, 16-34). Televisa no solo se posicionó en Estados Unidos también en 1979 estableció oficinas en Madrid, España, para crear "Televisa Europa", su expansión en el continente europeo durante los años noventa fue posible a las decisiones

gubernamentales, avances tecnológicos, y un modelo económico dependiente de la publicidad y una gran competencia (Hernández Lomelí, 1992).

En 1980 se inició una serie de sistemas regionales en diversos estados de la república en Veracruz se establece el Canal 4; en Guerrero se inauguró Radio y Televisión de Guerrero para iniciar la Telesecundaria intensiva para adultos; en Tlaxcala emprendió operaciones el Centro de Producción Regional de Imevisión de Tlaxcala (posteriormente Voz e Imagen de Tlaxcala); San Luis Potosí Centro de Producción Regional Imevisión de San Luis Potosí, Canal 6; en Puebla Canal 12 del gobierno del estado de Puebla, inicialmente repetidor del Canal 13 de *Imevisión*; para Chiapas fue la repetidora de Imevisión del Centro de Producción de Televisión del gobierno del estado de Chiapas, Canal 2 de Tuxtla Gutiérrez; en el caso de Nuevo León destaca Canal 28 de la banda de UHF (Frecuencia Ultra Alta) de Monterrey, Nuevo León, con la Dirección de Radio y Televisión del gobierno del estado de Nuevo León (Sánchez Ruiz, 1991, 250-255).

En años posteriores se continuó con el proyecto de las televisoras regionales, en 1983 se creó en Tabasco la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT) e inició el Canal 7 de Villahermosa. En el siguiente año inició operaciones la Televisión Mexiquense Bajo la Dirección General de Radio y Televisión Mexiquense (Carrillo Valencia 2014, 41-60), dentro de este proyecto inició su transmisión en Morelia el SMRTV el 29 de septiembre de 1984 (Calderón Herrera 1995, 152-156).

La red nacional de canales de televisión se vio favorecida con el lanzamiento de satélites que permiten la comunicación mundial desde el espacio, este proyecto se había iniciado en los años de la edad dorada de la televisión con el lanzamiento del satélite *Telstar 1* en 1962 que fue el primer ingenio en su tipo que transmitió señales de televisión en directo a través del Atlántico y comunicó a Estados Unidos y Europa, sin embargo, México entró en la dinámica de la comunicación satelital años después.

En los años ochenta fue la época de la televisión vía satélite, Televisa contrataba servicios del satélite estadounidense Westar II, para ampliar la cobertura en el área nacional y hacia Estados Unidos por medio de Univisión y la Spanish International Network. Sin embargo, con la creación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) se impulsó el proyecto de un satélite para México y la instalación de 80 estaciones terrenas para comunicación por dicho aparato. En

1980 el presidente López Portillo inauguró la primera Red Nacional de Estaciones Terrenas: catorce estaciones para envío y recepción, 21 captaron señales de televisión por satélite. La segunda red fue inaugurada en 1982, con 71 estaciones, de estas, 39 fueron instaladas por la SCT y 32 por Televisa (Sánchez Ruiz, 1991, 250-255).

En junio de 1983, la Unión Internacional de Telecomunicaciones asignó a México cuatro lugares para colocar satélites en órbita geoestacionaria, con esto la SCT contrató la empresa norteamericana Hughes International Communications para construir un sistema satelital de nombre “José María Morelos”. El centro de control y seguimiento terrestre se inauguró en junio de 1985 en Iztapalapa, Ciudad de México, existieron distintos lanzamientos de prueba entre junio y noviembre de 1985: Morelos I y el Morelos II. Cabe apuntar que, el Morelos I se puso en órbita por el transbordador espacial Discovery el 17 de junio de 1985 desde Cabo Cañaveral, y entró en operación el 29 de agosto de 1985. El Morelos II fue puesto en órbita por el transbordador espacial Atlantis el 26 de noviembre de 1985 (Álvarez 2023, 39).

1.3.5 Programas en la televisión mexicana

La televisión tuvo distintos roles en la vida cotidiana desde la transmisión rudimentaria de programas estadounidenses hasta las de programas y de eventos importantes que fueron actor clave en la construcción de la realidad social, la identidad cultural y las dinámicas de poder en México.

El alto precio de los receptores, falta de publicidad y la ausencia de normas legales en las licencias o concesiones que permitieran la constitución de empresas formales fueron factores que en un principio no favorecieron la compra y venta de televisores en México (Álvarez, 2001, 762). El poco contenido mal adaptado a las curiosidades y a las necesidades culturales de los habitantes que se emitía en los televisores provenía de países desarrollados (Albert y Tudesq 2001, 104).

La producción de contenido para la televisión generó gremios de artistas y trabajadores para las empresas que generaban y transmitían programas. En 1955 se fundó el Sindicato de Trabajadores y Artistas de Telesistema Mexicano, sindicato "de empresa", posteriormente se transformó en el Sindicato de Trabajadores y Artistas de la Televisión (SITATYR) (Flores Sandoval 2011). Las telenovelas fueron un género que se empezó a explotar a partir de 1957, cuando se produjo "Senda prohibida", primera telenovela mexicana dirigida por Jesús Gómez Obregón (Barrón Domínguez, 2009).

La transmisión de programas a color en México fue a partir de 1963, con la serie “Paraíso infantil” a través de canal 5 (González De Bustamante 2015, 54). Un par de años más tarde se intensificaron las transmisiones a color con los programas "Telemundo", "Septiembre musical" y "Los Thunderbirds" (serie inglesa de marionetas). Aunado a lo anterior, se intensificaron las transmisiones satelitales con el satélite TELESTAR, con el cual llegaban distintos acontecimientos grabados a diversas latitudes: imágenes de la consagración del Papa Paulo VI en Italia fueron vistas en México, la inauguración de los XV Juegos Olímpicos desde Tokio. Las ventajas satelitales permitieron algunas transmisiones intercontinentales como “Pájaro Madrugador” que enlazaba a Estados Unidos, Canadá y México (Sánchez Ruiz, 1991, 240-250).

Algunos autores señalan que la televisión ha sido percibida por la sociedad mexicana como una fuente central de entretenimiento, información y educación en los hogares. Este medio moldeó, desde sus inicios, rutinas diarias, encuentros familiares, en diferentes segmentos de la población que la consumían, de manera distinta, lo que refleja la estratificación social. Considerada como un agente de socialización, que transmite valores, normas y comportamientos, a través de contenidos como telenovelas y noticieros que influyeron en la cultura popular, introduciendo y difundiendo modas, estilos de vida y productos de consumo masivo. Otro uso social de la televisión es su papel en la formación de una identidad nacional, y la realidad social como la participación ciudadana, la expresión política, y la opinión pública (Hernández Lomelí y Orozco Lomelí, 2007).

En esta primera fase llamada interpretación flexible de la televisión como aparato tecnológico, se identificó a los grupos socio-profesionales relevantes (diseñadores e ingenieros, usuarios, empresarios e inversores y autoridades reguladoras) involucrados en la creación de contenidos, uso o interpretación de la televisión como artefacto tecnológico (Bijker, Hughes y Pinch, 1989; Aibar Puentes, 1996, 150-154).

En este capítulo, la interpretación flexible de la televisión se divide en dos contextos. El primero es el mundial de la invención de la televisión. En este el grupo socialmente relevante está compuesto por los innovadores Paul Nipkow, Charles Francis Jenkins, Philo Farnsworth, John Logie Baird, Vladímir Zvorykin y las primeras emisiones de televisión, que tuvieron lugar en 1936 en Inglaterra por la BBC One y en 1939 en Estados Unidos por la NBC.

El segundo contexto de interpretación flexible de la televisión fue la televisión en México,

en dónde el grupo socialmente relevante estuvo conformado por el ingeniero Guillermo González Camarena y los empresarios de la dinastía Azcárraga fundadora de Telesistema Mexicano, después Televisa: Emilio Azcárraga Vidaurreta, Emilio Azcárraga Milmo y Raúl Azcárraga Vidaurreta; y finalmente el impulso y la regulación de la televisión en México durante la presidencia de Miguel Alemán Valdés (1946-1952).

La relevancia de este capítulo radica en identificar y comprender los grupos sociales para poder prever los cambios que propicia una tecnología en una sociedad, determinar cómo se justifica la necesidad y los valores que representa la tecnología, y conocer los marcos legales que regulan el funcionamiento de la tecnología en un contexto histórico determinado.

Capítulo II

La televisión en Morelia 1950-1980

En este apartado comenzaré a analizar cómo fue el proceso de masificación de la televisión en la opinión pública, las estrategias publicitarias y los mensajes alegóricos difundidos a través de la prensa moreliana durante el periodo 1950-1984, y el por qué la televisión se consolidó entre las clases sociales como un medio de comunicación que implicaba la adaptación de espacios en el hogar para integrar el aparato receptor. Así como algunos de los principales planteamientos de la construcción social de la tecnología (Bijker, Hughes y Pinch, 1989), modelo que estaremos usando para la resolución del trabajo aquí planteado, para entender como un aparato tecnológico y la sociedad van de la mano en la dinámica de la vida cotidiana y en la construcción social, los valores atribuidos a la tecnología en cuestión.

El análisis de este apartado consiste en dar a conocer, en primer lugar, el contexto de la ciudad de Morelia entre las décadas de 1950 a 1970, tocando los factores de la modernidad que impulsaron y favorecieron al éxito de la televisión en dicha ciudad. Por consiguiente se presenta la percepción en torno a la adquisición y la integración en los hogares morelianos de la TV como aparato electrodoméstico mediante las estrategias de publicidad, y la opinión mediática difundida por la prensa, las cuales llegaban a los distintos núcleos sociales. Además, abordaré el proceso histórico de la introducción de la televisión en Morelia, incluyendo a sus principales impulsores, así como sus usos e imaginarios principales que contribuyeron a la construcción social de este medio de comunicación. Analizaré cómo la relación simbiótica entre tecnología y sociedad se construyó y se manifestó en la ciudad de Morelia durante la primera mitad del siglo XX. Para, posteriormente, en el siguiente capítulo completar nuestro análisis social a un sistema tecnológico, a partir de los programas transmitidos desde las televisiones nacionales en la época, el surgimiento de las televisoras locales privadas a finales de los años sesenta, y la consolidación de una televisora local pública que se regía bajo las normas del Estado.

2.1 La ciudad de Morelia en la segunda mitad del siglo XX

Con el propósito de conocer el contexto social en el que se encontraba la ciudad de Morelia en el periodo que marca esta investigación, retomaré lo que se menciona en el capítulo anterior en relación con la vida social en México durante la década de los años cincuenta. Durante esta década México inició una metamorfosis debido a las políticas de modernización, industrialización y desarrollo económico, que favoreció a los proyectos de infraestructura como carreteras, aeropuertos, presas, etc., lo que provocó un rápido crecimiento y expansión de las grandes urbes como la ciudad capital del país. La expansión urbana se aceleró con la construcción de edificios, avenidas, servicios y estilos de vida, se modificaron los patrones de consumo en las clases medias y altas debido al arribo de productos norteamericanos como automóviles y electrodomésticos. En lo que respecta a la cultura y el entretenimiento: el cine, la música y el teatro tenían una gran relevancia en el país (Novo, 1994).

La vida social en el México de los años cincuenta, sesenta y setenta se transformó a la métrica de los periodos presidenciales, se continuaron fomentando políticas que priorizaban la estabilidad económica y el control de la inflación (Novo, 1997). Como por ejemplo el desarrollo estabilizador del presidente Adolfo López Mateos que dio continuidad a las obras de infraestructura, el fortalecimiento de la industria eléctrica, los servicios públicos y el crecimiento económico lo que generó mejoras en el nivel de vida de los mexicanos, en especial la clase media del país adquirió mayor poder económico (Novo, 1997).

En el estado de Michoacán se experimentaron las mismas transformaciones como en el resto del país, como la construcción de carreteras y líneas de ferrocarriles, lo que permitió que la ciudad capital se conectara al exterior (Hernández Díaz, 1989, 247-274). Dichas transformaciones fueron de la mano con la implementación de las novedades en la comunicación (“la instalación de la Radiotelefonía”) en distintos municipios de Michoacán, lo que permitió la comunicación entre la ciudad capital y las zonas rurales alejadas (*La Voz de Michoacán*, 1953, 01-02). Más aún, distintas tecnologías de comunicación y entretenimiento en el siglo XX (la radio y la televisión) facilitaron las formas de consumo, esparcimiento, difusión de nuevos gustos y tendencias, lo que convirtió la vida contemporánea en Michoacán en una dualidad entre lo moderno y lo tradicional que modificó el campo y la ciudad (González, 1989, 275-302; Duran Juárez y Reséndiz Torres, 1989, 209-245)

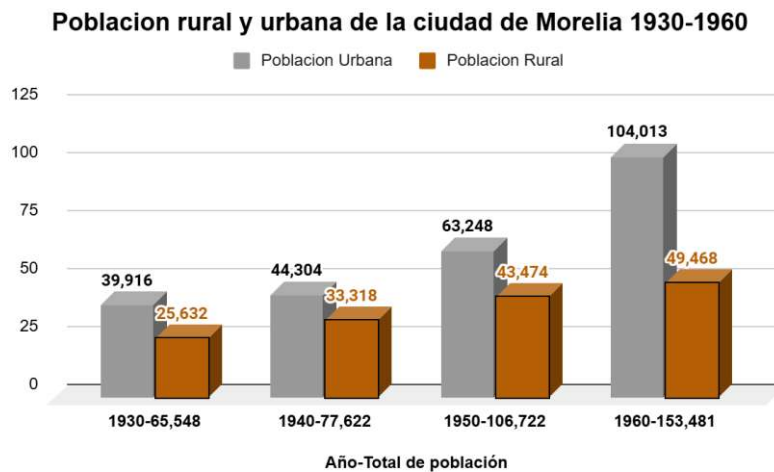
La segunda mitad del siglo XX en la ciudad capital fue una transformación urbana, social y económica, durante este periodo Morelia tuvo una expansión física, las zonas periféricas se integraron al tejido urbano, con nuevos fraccionamientos y colonias que ampliaron la ciudad más allá del centro histórico. El proceso de modernización también implicó mejoras en infraestructura como la construcción de avenidas, sistemas de agua potable, drenaje y electrificación. En este contexto se establecieron en Morelia parques industriales y el desarrollo de una economía basada en la venta de bienes y servicios. En la transformación social: las clases medias se fortalecieron (Arreola Cortés, 1978).

La prensa local se encargó en los años cincuenta de transmitir los mensajes que señalaban la transformación de lo rural a lo urbano en la ciudad: “Morelia se Moderniza y Hermosea con varias obras de urbanización, pavimentación, drenaje, bases de concreto, banquetas, alcantarillados e instalaciones de los nuevos y modernos sistemas para el alumbrado público” (*La Voz de Michoacán*, 1953, 01). Sin embargo, el mensaje modernizador no sólo implicó las obras que se mencionan anteriormente, Ruiz Magaña y Ortega Varela (1995) señalan que la mancha urbana de la ciudad generó transformaciones en la tenencia de la tierra y el paisaje: distintos predios, zonas habitacionales, y tierras agrícolas ejidales en las periferias de la ciudad pasaron a ser propiedad pública. (Vargas Uribe, 2008, 304).

Pírez (1986) señala que “las relaciones sociales” forman una “especialidad indirecta” que genera una “constitución espacial” de individuos y estructuras físicas. De esta manera, la organización territorial se forma a través de los mecanismos que distribuyen a la población, las actividades en la zona, y los mecanismos que construyen los entornos urbanos. Con la transformación de Morelia la migración de habitantes de zonas rurales hacia la urbe en busca de oportunidades laborales fue parte de la urbanización de la ciudad y un incremento poblacional lo que propició la expansión de los sectores de servicios, comercio, la pequeña y mediana industria ligada a la transformación de productos agrícolas y la producción de bienes de consumo básico (Hernández Díaz, 1989, 247-274) .

Dicho lo anterior se ha determinado que a partir de la segunda mitad del siglo XX la sociedad mexicana, y en particular la sociedad moreliana que era en gran parte de perfil rural, pasó a ser una sociedad predominante urbana (Ruiz Magaña y Ortega Varela, 1995, 289). Con base en datos estadísticos analizados por Andrés Arredondo (2013) señala que la población moreliana se

incrementó: de 1940 a 1950 el aumento de población fue del 42%, de 1950 a 1960 el crecimiento fue 59%, de 1960 a 1970 fue de un 60%. El autor percibe que en las décadas de 1950 y 1960 fue un momento de quiebre en la tendencia del crecimiento poblacional en la ciudad de Morelia.



Gráfica 2 Elaboración con base en cifras del VI, VII, VIII y VIII Censo de población y vivienda de 1940, 1950, 1960 y 1970. www.inegi.org.mx Consultado, 25 de octubre de 2024.

El crecimiento poblacional en la ciudad generó cambios en la urbanización, de la configuración territorial regional, y las dinámicas socioeconómicas, lo que transformó la región moreliana con un crecimiento poblacional constante (Vargas Uribe, 2008, 322). El incremento de habitantes requería cada vez más:

instalaciones acordes a las dimensiones de una ciudad de más de 100 mil habitantes, además del abasto y la distribución de víveres, por lo que se demandó la apertura de mercados, unidades deportivas, oficinas públicas, clínicas, la creación de terminales de autobuses, la reubicación del ferrocarril y del aeropuerto (Andrés Arredondo 2013, 25-26).

El contexto social y espacial en el que se encuentra aterrizado este estudio presenta un proceso de transformación de la ciudad de Morelia a lo largo de la segunda mitad del siglo XX, y se llevó a cabo al compás del proyecto de modernización en el resto del país. El crecimiento de la población propició una expansión de la mancha urbana, y el vaivén de la vida cotidiana en una ciudad que avanzaba a grandes pasos.

2.2 Los modelos de televisión en Morelia

La llegada de los primeros aparatos de televisión moderna, comenzó paulatinamente en distintas partes del país desde los años 1930 y 1940, sobre todo en las ciudades más grandes, tal es el caso de la ciudad de México o en lugares con desarrollo industrial. Con el objetivo de conocer cuáles son las marcas y/o empresas que ofrecían los primeros modelos de televisores que adquirirían los habitantes de la ciudad de Morelia en los años que se delimita esta investigación se presentan a continuación las marcas más comunes y con mayor despliegue de publicidad en la prensa local, y el perfeccionamiento en la técnica en el diseño de los aparatos.

Las marcas industriales en los productos actúan como distintivos intangibles que les dan identidad (confianza y reputación de acuerdo a la calidad de los productos) que los distingue de otra productora ante los consumidores, lo que propicia la competencia en los mercados globales y ventajas competitivas. La dinámica que siguen las marcas de electrodomésticos era la misma que hoy en día para adquirir cualquier producto: se presenta como un distintivo material o verbal que permiten a los consumidores identificar, ubicar y distinguir el producto específico (Castillo Girón, Coelho, y Ayala Ramírez, 2005,15-34).

El desarrollo tecnológico de la televisión como un artículo de audio y video fueron cambiando de acuerdo a las necesidades del consumidor y el contexto social y cultural. La evolución tecnológica transformó en el siglo XX la manera de consumir y producir distintos dispositivos, su éxito dependía de los factores de funcionalidad, estética y uso (Sánchez Zambrano, 2009, 94-101).

El sector eléctrico clasificado como electrónica de consumo está conformado por la industria de los aparatos de televisión, la producción masiva y las corporaciones transnacionales hicieron que dicha industria se perfeccionará y tuviera mayor transferencia de tecnología (Mortimore et al., 2000,43-80). Después de la Segunda Guerra Mundial la televisión se convirtió en el producto líder de alta tecnología en la época, las primeras ventas masivas eran modelos de televisión que ofrecían transmisiones a blanco y negro. Los países pioneros en expandir la industria fueron Estados Unidos, algunos europeos y Japón, a la posteridad el surgimiento de la televisión a color disminuyó la existencia de empresas en la industria de la televisión, en Estados Unidos de 1946 a 1948, aproximadamente existían 500 compañías ensambladoras de productos finales, para

1960 existían 27, y para 1976 solo 12 productores. Los cambios en la industria televisiva estadounidense propiciaron el crecimiento de las empresas televisoras en México (Kenney, 2003, 83-110).

La internacionalización de la producción que ocurrió a mediados de la década de los sesenta, durante esta época se reubicaron plantas armadoras de televisores de Estados Unidos en el norte de México, lo que generó un ensamble intensivo mediante la mano de obra en las ciudades fronterizas y el crecimiento de la industria de televisores en México (Carrillo y Zárate Cornejo, 2003, 161-191).

Las empresas *General Electric*, *Radio Corporation of America* (RCA), *Zenith* y *Magnavox* fueron los primeros pilares de la industria de televisión en Estados Unidos, sin embargo, surgió competencia japonesa. La marca *Thomson* adquirió *General Electric* y *RCA*; *Philips* compró las marcas de *Sylvania* y *Magnavox*; y *Quasar* pasó a formar parte de *Matsushita*. Para 1987 *Thompson* y *Philips* se habían convertido en los productores de televisores más grandes del mundo, la marca *Zenith* se mantuvo en los primeros puestos (Kenney, 2003, 83-110).

Dicho lo anterior se observa que en la ciudad de Morelia principalmente durante la década de los años cincuenta y sesenta existía una fuerte presencia de diversos modelos y diseños de televisores sellados por distintas marcas reconocidas en la época como empresas productoras de tecnología en la rama de los electrodomésticos.

La marca *Zenith* reconocida como una empresa pionera en la fabricación de productos electrónicos, fue líder en tecnología innovadora en el diseño y la calidad de sus productos, particularmente en la producción de televisores. Dicha marca ofertaba en la prensa de la ciudad de Morelia en los años cincuenta algunos modelos de televisores como los K-18212 y K-2230 de 53 cm, 21 pulgadas: televisores de mesa estampados con los lemas "nunca antes hubo algo semejante con la calidad *Zenith*" y "televisor de clase suprema" con máxima superación; de modo similar se presentaban el aparato diseñado con pantalla de televisión, radio y tocadiscos. El modelo K-2291 con un chasis K-53, tubo Blaxide cilíndrico, de 53 cm 21 pulgadas, radio 9 bulbos y tres bandas, de líneas modernistas, fino gabinete y sellado herméticamente a prueba de polvo; el modelo tradicional K-2287 que combinaba televisión, radio, tocadiscos, pantalla de 53 cm de 21 pulgadas "confeccionado con finas chapas de caoba y maderos selectos; y el modelo K-2266 consola con

puertas torneadas, con televisor K-53, tubo cilíndrico de 43 y 53 cm (17 y 21 pulgadas), a prueba de reflejos, control de tono y seguro de distancias (*La voz de Michoacán*, 1952, 03).

La marca *Zenith* también ofrecía aparatos prácticos y flexibles para llevarlos a cualquier lugar, como los modelos portátiles: el B-1715 con pantalla de 17 pulgadas de 43 cm y B-2223 con pantalla de 21 pulgadas y 53 cm (*La voz de Michoacán* 1959, 09). La percepción de elegancia y sofisticación técnica de los televisores *Zenith* resalta en su publicidad: “Chasis horizontal sin un solo circuito impreso para mayor y mejor vida de ese aparato. Cinescopio Luz de Sol con cristal protector *CINELENS* le dan mejores imágenes” (Nosotras Decimos: Suplemento de *La voz de Michoacán*, 1960, 05).

Otros modelos Zenith eran el H-2762 pantalla 58 cm Cinescopio “*Cimex- Rouland*” de 92 pulgadas con cristal protector “*Cinelens*” estilo danés y H-3353-pantalla de 58 cm (23 pulgadas) estilo Contemporáneo, que garantizaban al televidente descanso en los ojos y sonido claro (*Heraldo Michoacano* 1963, 02 segunda sección). Los televisores Zenith’66 destacaron por sus “gabinetes, chasis, cinescopio, sintonizador de canales”, ya que están fabricados con finas maderas, alambrado a mano, a prueba de implosión por el sistema “*Kinkade*”, con 113 puntos de oro *Gold video*, acabados y diseños que destacan en el gusto y necesidad (*Heraldo de Michoacán*, 1966, 03).

En la medida que el mercado de televisores aumentaba en Morelia se presentaban distintas marcas como es el caso de la Packard Bell la cual ofrecía modelos hechos de finas madera de caoba, colores trigo y caoba, chasis “*RANGEFINDER*” 98 bulbos, calidad de sonido y perfección de imágenes que los clasificaban como nuevo y elegantes modelos para mesa que presentaban características como: pantalla grande de 43 cm de 17 pulgadas, cinescopio aluminizado de 90° de ángulo ensanchado, sintonizador “*CASCADE X-100*, poder blindado 50 y 60 ciclos (*La voz de Michoacán*, 1956, 07). Además, consoletas sin puertas, cinescopio aluminizado de 90° 53 cm (21”), chasis y cristal inastillable polarizado (*La voz de Michoacán*, 1956, 07). La marca *Packard Bell* también ofrecía el modelo “tele combinación de lujo”: radio de dos bandas de control de tono, tocadiscos de 4 velocidades, cinescopio aluminizado de 90°53 cm. (21 pulgadas) y un gabinete modernista con cristal inastillable polarizado, y bocinas de gran calidad tonal, esto forma el modelo 1964-21 color trigo (*La voz de Michoacán*, 1956, 05).

Por lo que se refiere a la marca *Philips*, de igual manera estadounidense, ofrecía modelos con novedades técnicas como la instalación de antena: el telerreceptor TX-1421-A con selector de 12 canales, regulador de tono, control de mando al frente, o el telerreceptor de pantalla 43 cm (17 pulgadas) incrustado en “un mueble tipo consola de sobria elegancia y fina construcción, Torreta supersensible, frecuencia modulada libre de distorsiones y manejo sumamente sencillo” (*La Voz de Michoacán*, 1954, s.p).

Hay que hacer notar las innovaciones de los diseños Philips por ejemplo los televisores “Dublín” (*Heraldo de Michoacán*, 1966, 04) y “Lorena” (*Heraldo de Michoacán* 1966, 03) modelos automáticos, con gabinetes giratorio, sincronización automática y 17 bulbos, 11 diodos que dan claridad en imagen, regulación de alto voltaje y pantalla de 58 cm de 23 pulgadas; o los modelos: 3012 llamados “TV con carrito”; el 301 “pantalla con patas”; 44098 “consoleta vertical”; el 4922 y 4923 “consolas horizontal de lujo, estilos que ofrecían calidad a los compradores porque contaban con chasis alambrado, sin sobrecalentamiento, con gabinetes hechos a base de finas maderas (*Heraldo de Michoacán*, 1967, 04).

Dentro de este orden que describen las marcas, los modelos y/o diseños de televisores que se ofertan en la ciudad de Morelia durante los años cincuenta y sesenta se encuentran los de la firma estadounidense *Philco* pionera, una de las principales productoras de radios y televisores en Estados Unidos, a la posteridad incorporó “técnicas de línea de ensamblaje usadas en la industria automotriz” (*Philco Chile*, 2019). Uno de los elementos más importantes a destacar en los televisores *Philco* son los modelos de televisión portátiles que se ofrecían a los habitantes de la ciudad de Morelia a través de la publicidad en la prensa local.

La marca *Philco* señalaba a sus televisores portátiles y de mesas como económicas, ligeras, angostas, con gabinetes atractivos, finos, y resistentes fabricados con madera de caoba o nogal. De esta manera eran descritos los modelos: 3214 “con potente antena telescópica giratoria y direccional” pantalla de gran angular de 58 cm 23 pulgadas, a prueba de golpes; el 4874 cinescopio antirreflejante, chasis frío y diseño a prueba de humedad y manchas; y el modelo 3500 pantallas de gran angular de 48 cm y 19 pulgadas (*La Voz de Michoacán*, 1963, 09).

El mercado de televisores era amplio y existía competencia en promover distintos modelos, *Philco* ofrecía de la misma manera televisores transportables con carrito y antenas propias, mueble de caoba o nogal con características elegantes porque ofrecían una combinación técnica y estética

que determinaban calidad de imágenes en la transmisión, amplio margen, por la luminosidad del cinescopio *Sherbond* sin venta adicional, no hay descargas electrostáticas, no hay reflejos, tres pasos de frecuencia intermedia para mejorar recepción a larga distancia (*La Voz de Michoacán*, 1965, 03).

La empresa *General Electric* fue una pionera en la industria tecnológica creada por T. Alva Edison de la fusión de Edison General Electric y Thomson-Houston Company en 1892. A través de su historia, *General Electric* ha adquirido a un sinnúmero de empresas (como el de televisiones) o ramas de estas. Durante las primeras décadas del siglo XX la empresa apostó por campañas y una serie de anuncios y de portadas de revistas, relacionando a la marca (Alberto, 2018). En Morelia tuvo fuerte presencia en ofertar sus modelos descritos como televisores de Ultra visión pantalla aluminizada gigante de 21 pulgadas, 53 cm, únicos que controlaban la sensibilidad y percepción perfecta aún en zonas lejana, imagen DIALUX con mayor claridad en la imagen, "chasis potente, tubo de imagen aluminizada, filtro óptico negro de cristal polarizado, bocina *Dynapower*" (*La voz de Michoacán*, 1956, 03).

Los modelos de la marca *Admiral* '64 no se diferenciaban de las demás en las innovaciones técnicas y el diseño, descritos como muebles hechos de caoba que formaban una consola de lujo con innovación en la pantalla y el cinescopio que ofrecía mayor calidad en la imagen, para mesa con gabinete de acero acabado en color negro (*La Voz de Michoacán*, 1964, 07), *Admiral* también manejaba líneas de televisores portátiles para ver programas en blanco y negro y a color, imágenes claras aún en áreas más apartadas, ahorro del 50% de energía eléctrica (*La Voz de Michoacán*, 1967, 03). Los televisores portátiles *Admiral* garantizaban calidad a cualquier hora y cualquier sitio del hogar (*La Voz de Michoacán*, 1967, 09).

La marca *Telefunken* (empresa alemana de fundada en 1903, pionera en la fabricación de aparatos de radio, televisores y otros productos electrónicos audiovisuales), ofrecía a los habitantes de la ciudad de Morelia televisor estilo francés de gran lujo y "elegantes con puertas y cubierta chapa de nogal francés" con sus respectivas innovaciones en la pantalla y sonido (*Heraldo de Michoacán* 1964, 02). Otros diseños presentaban innovaciones como efectos estereofónicos, 3 potentes bocinas imágenes sincronizadas automáticas, gabinetes de finas maderas con brillantes biseles dorados (*Heraldo de Michoacán*, 1963, 01).

La evolución de la tecnología televisiva a lo largo de los años ha sido notable, marcada por

cambios significativos tanto en funcionalidad como en diseño. En sus inicios, los televisores eran mucho más que un simple aparato electrónico; eran vendidos en la publicidad, como se observa en la **Imagen 7** era un mueble hecho de “maderas finas” como caoba, incorporaba otras funciones de radio, tocadiscos, pantalla de TV. Como se observa en la **Imagen 8** la publicidad describía a la televisión como “tele combinación de lujo”, “finísimos aparatos” con acabados “modernistas de gran belleza” y con tecnología avanzada en el cristal de la pantalla y calidad en las bocinas.



Imagen 7 Modelo de mueble Zenith. *La voz de Michoacán*. 20 de diciembre de 1952, 03



Imagen 8 Modelo de gabinete Packard Bell. *La voz de Michoacán*. 1956. 1 de julio de 1956, 05.

Estos primeros aparatos eran percibidos en el imaginario de la sociedad de Morelia como un símbolo de estatus, un artículo de lujo que reflejaba la riqueza y el gusto refinado de sus propietarios. Estos primeros modelos eran grandes y voluminosos, asemejándose a muebles ornamentados que ocupaban un lugar central en la sala de estar.

El panorama de exclusividad comenzó a cambiar a medida que más empresas ingresaban al mercado de la televisión. La creciente competencia impulsó la innovación y la búsqueda de formas de hacer que los aparatos fueran más asequibles para el público en general. Esto llevó a un cambio gradual en el diseño y la funcionalidad de los televisores. Los modelos se volvieron más compactos y prácticos, despojándose de los adornos excesivos y centrándose en la calidad de la imagen y el sonido, como se observa en las **imágenes 9 y 10**. En la primera se ilustra una televisión con tamaño compacto que se podía transportar en un "carrito" y llevar a cualquier parte del hogar. En la segunda se observa un televisor portátil, ligero y aún más compacto que el anterior el cual se podía transportar a cualquier espacio.



Imagen 9 Modelo movable con carrito. *Heraldo de Michoacán*. 1967. 13 de agosto de 1967, 04.



Mod. 3214 - El auténtico TELEVISOR PORTATIL! Económico ligero y angosto. Con potente ANTENA TELESCÓPICA giratoria y direccional. Gabinete en atractivos colores.

Imagen 10 Modelo portátil Philco. La Voz de Michoacán. 1963.19 de diciembre de 1963, 09.

Se observa una competencia de empresas por ofrecer aparatos accesibles para todo público, lo que propició el surgimiento de modelos más prácticos y accesibles en el precio (pantalla práctica que se podía ver y escuchar en cualquier sitio). Ya que en un primer momento era considerado y vendido como un mueble, elegante, fino o lujoso que proporcionaba entretenimiento a través de una pantalla, un radio y un tocadiscos.

2.2.1 Venta de televisores en la ciudad

A causa de la introducción de electrodomésticos a una sociedad, se modifica la economía local, lo que propició la creación de servicios como comercios para venta y para mantenimiento de los aparatos. En la ciudad de Morelia existían establecimientos que ofrecían gran variedad de aparatos receptores de televisiones como: distribuidoras de distintas marcas y tiendas de electrodomésticos que se hicieron presentes en la zona centro a través de los anuncios publicitarios en la prensa local: Distribuidora General Electric Germán Caballero ubicada en la calle Valladolid número 30 (*La voz de Michoacán*, 1956, 03); Distribuidora Philco Centro de Importaciones S.de.R.L., ubicada en Madero Oriente número 40 (*La Voz de Michoacán*, 1956, 03); Concesionarios Phillips ubicados de Félix Cerda Loza, en Madero Poniente número 33 (*La Voz de Michoacán*, 1961, 04); Distribuidor *Admiral* de Servín Meza en calle Vasco de Quiroga número 48 (*La Voz de Michoacán*, 1963, 11).

El establecimiento de electrodomésticos con una fuerte presencia en la venta y publicidad de televisores en las décadas de los años cincuenta y sesenta fue Mercantil “La Ópera S.A.” ubicada en el centro de la ciudad de Morelia en calle Madero Oriente número 318. Se trataba del negocio de electrodomésticos propiedad del señor Jesús Ruiz Calderón y su esposa Carmen Izquierdo de Ruiz desde 1932. En vísperas del 35 aniversario del negocio en 1967 el gobernador de Michoacán, Agustín Arriaga Rivera, inauguró el acondicionamiento de tres plantas con más de dos mil metros cuadrados de dicho establecimiento para convertirlo en el primer edificio comercial de la ciudad y seguir fomentando una política de comercio de apoyo a los empresarios (*La Voz de Michoacán* 1967, 01).



Imagen 11 Fachada principal del Mercantil La Ópera, ubicada en el centro de la ciudad: Calle Madero Oriente número 318. Fotografía tomada de *La Voz de Michoacán*. 1967. “Sección Comercial de Aniversario de El Opera S.A.” abril 15, 1967, 01.



Imagen 12 Sala de exhibición dentro de comercializadora La Ópera, en dónde se observa una cantidad considerable de televisores, destacan algunos modelos de la marca Telefunken y Zenith. Fotografía tomada de *La Voz de Michoacán* segunda sección [Morelia], 18 de abril de 1967, 06.

Se observa en la prensa que la identidad y reconocimiento de la población moreliana del centro comercial La Ópera fue determinada en gran medida por la imagen de un televisor como en la **Imagen 13** dónde el negocio extiende una congratulación al gobernador del Estado de Michoacán por su segundo informe de gobierno, en dicha felicitación se observa el nombre del establecimiento comercial junto a una imagen de un televisor mostrando una figura femenina (*La Voz de Michoacán* 1958, 26).



Imagen 13 *La Voz de Michoacán*. 15 de septiembre de 1958, 26.

Dicho establecimiento siguió teniendo una fuerte popularidad como espacio para la venta de electrodomésticos durante el periodo de estudio que corresponde a esta investigación. Esa comercializadora se fue renovando en 1984 y se plasmó en una plana del periódico local “La Nueva Ópera, Negociación Comercial que supera el Medio Siglo de Vida”, era una empresa de antaño que fue evolucionando con la ciudad en su proceso de urbanización, había pasado por tres etapas: “La Ópera de Morelia, muchos años después cambió a Mercantil La Ópera” y para 1984 la “Nueva Ópera”. En esta última etapa el establecimiento contaba con nueva estructura comercial, en donde sobresalen el departamento de línea blanca y el departamento de electrónica, debido a que ambos tenían gran demanda entre los consumidores. Su directorio interno mencionaba que en el local se podía encontrar: “muebles para el hogar (recámaras, comedores y salas), para la oficina, la línea blanca, la electrónica, las cocinas integrales, etc.” (Villaseñor Chávez 1984, 05).

Por otro lado, la eficiencia, comodidad y calidad de los aparatos de TV que se prometía en la publicidad, no eran del todo confiables debido a que los primeros modelos mostraban limitaciones de durabilidad, rendimiento y coste energético, por ende, se crearon talleres de servicio para el mantenimiento. En la prensa local se localizaron algunos anuncios de establecimientos dedicados a la reparación técnica de televisores, como fue el caso de “Reparación garantizada de televisores y radios, tocadiscos, amplificadores E. García G. Radiotécnico. Morelos Sur, N.º 155 A., Morelia, Mich.” (*Noticias* 1964, 04); otros más “Mercado electrónico de Morelia, Héctor Ochoa Rubio. Refacciones y Servicios Radio, TV, e Instalación de Antenas. Servicio T.V. Color. Morelos norte. 115. Esquina con Melchor Ocampo. Tel. 23844” (*Noticias*, 1969, 05). Cabe agregar, “*TELECTRONIC* Servicios Electrónicos Especializados. Javier J. Olmedo. Servicio de TV a Colores. Tel. 2-06-26. Calle Aldama, N.º 30” (*Noticias*, 1970, 07).

En síntesis, entre 1950 y 1970 se observan ciertas modificaciones en la economía de la ciudad, debido a la presencia de establecimientos dedicados a la venta de electrodomésticos, lo que incentivaba a los habitantes de la ciudad de Morelia a consumir los aparatos de televisión que se ofertaban en la prensa y se exhibían en establecimientos dedicados a la venta de estos aparatos.

2.2.2 La nueva tecnología en la ciudad: El consumo de aparatos de televisión

Otro punto medular para poder entender la simbiosis de la televisión (una tecnología) con la sociedad de Morelia es analizar cuántos habitantes adquirirían o consumirían estos receptores en el periodo de estudio que enmarca esta investigación. Para este apartado usaré la publicidad como elemento principal para poder reconstruir el consumo de aparatos de televisión en Morelia, debido a que:

la publicidad es una fuente muy generosa que nos permite a los historiadores observar y analizar las sociedades del pasado, porque en ella confluyen las miradas de los publicistas y la recepción de los consumidores. Yo quise concentrarme en la historia del consumo y la publicidad... desde la perspectiva social, cultural y de las emociones, para ver cómo esas dos actividades indujeron la construcción de imaginarios y buscaron generar deseos y provocar emociones entre los consumidores (GACETA UNAM, 2020).

El concepto de consumismo se ha modificado en distintas etapas de la historia, según Stearns (2006) se entiende por consumismo el impulso cultural para adquirir de manera excesiva bienes y servicios, el consumismo moderno es un fenómeno asociado a la expansión de capital e industria. El crecimiento de las economías propició la producción en masa de bienes, lo que los volvió accesibles para las clases medias emergentes que eran símbolos de estatus y confort. El consumismo en el siglo XX formó parte del proceso de globalización, los países en desarrollo emularon estilos de vida y consumo de naciones ricas. La cultura moderna es sinónimo de consumismo, lo que generó que el consumo de productos expresara identidad personal, el estatus social y las aspiraciones.

En una sociedad de consumo, la publicidad es elemental para que los productores de cualquier bien o servicio den a conocer a la gente los productos que hay en el mercado y persuadirlos para que los adquieran (GACETA UNAM, 2020). El consumo de nuevas tecnologías como los electrodomésticos modificó el comportamiento de los usuarios de ellas en el siglo XX.

En México, a mediados de esa centuria, la política económica estaba enfocada en lo que algunos autores llaman "el milagro mexicano" debido al crecimiento económico sin precedentes. Se privilegió el consumo de los estratos sociales medios, a los que la prensa de la época destino su publicidad, ya que se les vendía la idea, a dicho sector, que podían gozar de comodidad económica y de esparcimiento familiar (Ballent, 1996; Sosenski, 2012; 2014). El estatus social de un amplio grupo de mexicanos en la década de 1940 se juzgaba a partir de su éxito o fracaso personal o de

sus posibilidades para adquirir bienes materiales, se definían su estatus social a través del lente de la "cultura del consumo" (Moreno, 2003, 207).

Para analizar el consumo de tecnología (aparatos de televisión) en la ciudad de Morelia en las décadas de 1950 y 1960 y 1970, es necesario indagar de manera general el salario mínimo y el contexto económico en México durante este periodo. Durante los años cincuenta y sesenta la economía mexicana estaba viviendo el "milagro mexicano" lo que generó incremento en el salario mínimo. En 1950 esta remuneración mensual rondaba entre \$200 y \$250 pesos; para 1960 oscilaba entre los \$300 y \$350 pesos. Para la década de 1970, la crisis económica y una creciente inflación, el salario mínimo mensual fue de \$500 a \$600 pesos (INEGI 1998, 173; Cárdenas Ojeda, Peralta Alamilla y Cárdenas Hernández 2008; Moreno-Brid, Garry y Monroy-Gómez-Franco 2014; Esquivel Moreno 2024).

Se llevará a cabo un análisis detallado de las fluctuaciones de precios, la influencia de factores económicos y tecnológicos, así como la evolución de las marcas y modelos presentes en el mercado moreliano de aquella época. Como se observa en las **imágenes 14 y 15** marcas como *Packard Bell*, con sus televisores que oscilaban entre los \$2,995 y los \$6,395, representaban un lujo inalcanzable para la mayoría de los trabajadores. Estos precios, exorbitantes para la época, superaban con creces el salario mínimo mensual de un trabajador promedio. Solo las familias con ingresos considerablemente superiores, provenientes de sectores profesionales o empresariales, podían permitirse el lujo de tener un televisor en sus hogares.



Imagen 14 La voz de Michoacán, 27 de junio de 1956, 07



Imagen 15 La voz de Michoacán. 5 de julio de 1956, 07

La realidad económica ponía de manifiesto la brecha social existente en México a finales de la década de 1950. Mientras una minoría privilegiada disfrutaba de los avances tecnológicos y comodidades modernas, la gran mayoría de la población luchaba por cubrir sus necesidades básicas. La televisión, en lugar de ser un medio de entretenimiento e información accesible para todos, se convertía en un símbolo de modernidad y lujo.

La década de 1960 fue de gran crecimiento y transformación en la industria de la televisión. La expansión del mercado condujo a una mayor disponibilidad y variedad de televisores para los consumidores. Empresas como *Admiral* estaban a la vanguardia de esta tendencia, ofreciendo una gama de modelos para satisfacer el presupuesto de las familias en Morelia. La prensa de la época revela un marcado contraste en los precios de los televisores *Admiral*. El modelo más caro tenía un precio considerable de \$11,149, como se observa en la **Imagen 16**, lo que lo convertía en un artículo de lujo accesible solo para unos pocos. Este modelo probablemente contaba con características avanzadas y tecnología de punta para justificar su elevado precio. En el otro extremo, *Admiral* también ofrecía un modelo mucho más asequible, como el que se oferta en la **Imagen 17** con un precio de tan solo \$2,459. Este modelo, aunque probablemente más básico en términos de características, hizo que la televisión fuera accesible a un mercado mucho más amplio.



Imagen 16 La voz de Michoacán. 5 de julio de 1956, 07



Imagen 17 La Voz de Michoacán, 29 de febrero de 1968, 07

A pesar de los avances tecnológicos y la creciente popularidad de la televisión, los televisores seguían siendo un artículo de lujo considerable, fuera del alcance económico de muchas familias de clase trabajadora. El costo de un televisor, junto con los gastos adicionales de instalación y mantenimiento, representaba una inversión significativa que competía con otras necesidades

básicas, como alimentos, vivienda y educación. Hobsbawm (1998) señala que:

La televisión nunca fue tan portátil como la radio (o, cuando menos, perdía mucha más calidad al reducirse que la radio) pero llevó a los hogares las imágenes en movimiento. Además, aunque un televisor era mucho más caro y abultaba más que una radio, pronto se hizo casi universal y resultó accesible incluso para los pobres en algunos países atrasados, siempre y cuando existiera en ellos una infraestructura urbana (493).

La televisión tuvo un profundo impacto en la sociedad. Lo que antes era un privilegio reservado para unos pocos se convirtió en una forma de entretenimiento accesible para personas de todos los orígenes socioeconómicos. La televisión ya no era solo un símbolo de estatus, sino una ventana al mundo, una fuente de información y entretenimiento que podía ser disfrutada por todos.

Si bien es cierto que para algunos sectores de la población en Morelia adquirir un televisor resultaba difícil, las empresas buscaron, a través de la publicidad, los medios de comunicación ya existentes, volver estos aparatos atractivos y novedosos a través de provocativos sorteos que emocionaron que a más de algún moreliano lo incentivaron a comprar uno de esos lujosos aparatos. La prensa local se manejó bajo los lineamientos de la publicidad, en el resto del país estuvo al servicio de los fabricantes y empresarios que competían por vender los receptores de televisión, los sorteos y las rifas fue dónde se incorporaron los primeros aparatos de televisión.

La Marca General Electric (Alberto, 2018) en 1951 exhibió un sorteo: “Usted puede ganar cada dos meses un flamante automóvil Ford, un lujoso receptor de televisión y un amplio y elegante refrigerador” (La Voz de Michoacán, 1951, 07). Se rifaron tres coches Ford Custom De-Luxe, tres receptores de televisión y tres refrigeradores General Electric De-Luxe. El sorteo patrocinado por el vino italiano Vermouth-Cinzano (Dondo, 2007).

La marca General Electric destacó por sus estrategias para sortear sus productos, ya que en su 60 Aniversario incentivó la compra de televisores ultra visión, y Focos G.E. de 60, 75, 100 o 150 watts, para participar en la rifa de un televisor con Imagen Dialux y algunas otras novedades como refrigeradores, lavadoras, radios, tostadores cojines eléctricos y planchas eléctricas (La Voz de Michoacán, 1956, 06; y La Voz de Michoacán, 1956, 04). Otra de las dinámicas que se llevaron a cabo para la venta de los aparatos tecnológicos fueron los sorteos para ganar viajes “compre un televisor ultra visión General Electric de 21 pulgadas d4 53 cm con imagen Dialux Hoy Mismo ¡A demás gánese uno de los 3 viajes de ensueño a Miami para usted y otra persona! 4 maravillosos

días, todos los gastos pagados...” (La Voz de Michoacán, 1956, 06).

Otra de las estrategias de venta de los televisores fueron los anuncios en vísperas de Navidad, el cual fue un medio para presentar novedades en el periódico. En 1952 la marca Zenith ofertó distintos productos de entretenimiento, como radios de reloj, en gabinetes y portátiles, tocadiscos y algunos modelos de televisión para mesa con calidad de sellado hermético a prueba de polvo; y algunos modelos innovadores como el K-2287: una combinación de radio, tocadiscos, y pantalla de televisión, aparato con finas chapas de caoba y maderos selectos (La voz de Michoacán, 1952, 03).

Otra variante es el mensaje que se pretende dar, a través de la prensa en la ciudad de Morelia, en torno la utilidad de los aparatos de la televisión como su eficiencia y durabilidad, ya que se plasman experiencias femeninas como la de doña Matilde Velázquez quien vive en la ciudad de México y señala que su fotorreceptor marca ADMIRAL modelo 1954 funciona de manera adecuada (La Voz de Michoacán. 1966, 05). Lo mismo doña Encarnación cuida su televisor, ya que afirma que ese aparato fue su mejor compra (La Voz de Michoacán 1966, 04).

Otro elemento más para facilitar la amplia distribución de esos aparatos fueron los atractivos esquemas de pago que establecieron los comercios abocados a la venta de televisores y otros ingenios tecnológicos. La mayoría de ellos consistieron en la entrega por parte del cliente de un enganche y cubrir varios pagos mensuales que variaban entre uno a tres años, según el monto de la adquisición. Para ello se utilizaban los pagarés y las letras de cambio que se entregaban al usuario una vez cubierta la mensualidad correspondiente de manera sucesiva hasta liquidar el costo total.

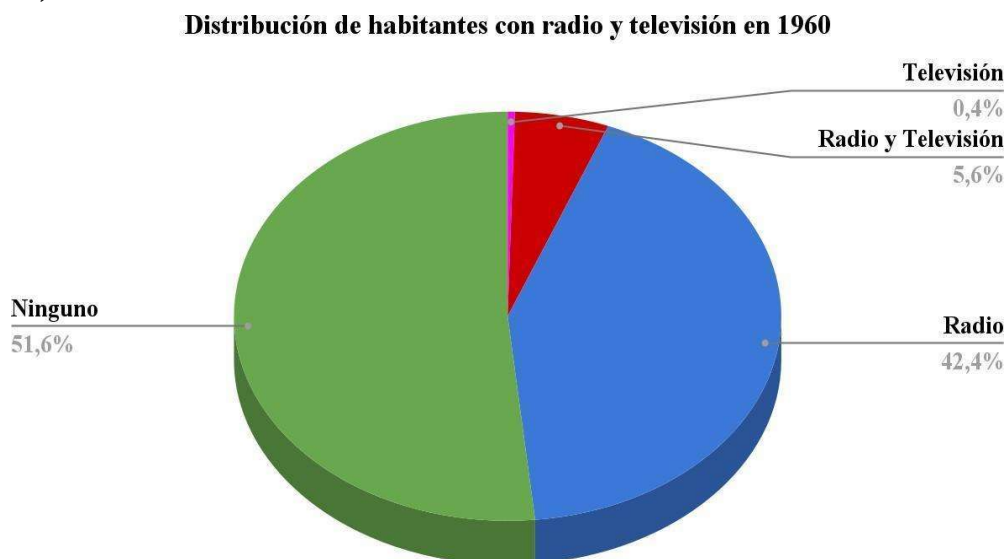
La televisión en Morelia se estableció como un objeto tecnológico y cultural en simbiosis con la sociedad, en la prensa local se señala que existía gente que contraía deudas por adquirir esos “instrumentos” que llevaban el entretenimiento hasta la comodidad del hogar, o esos “cajones admirables” que eran “carísimos”, lo que generó que el “ciudadano contemporáneo” contrajera deudas de varios miles de pesos para tener un hogar confortable y lujoso (Mola Mediz de, 1954, 04). Para Michel (1994), la televisión se volvió parte de la existencia humana, ya que muchos la veían como una ventana mágica que les permite ver el mundo, un espejo que refleja la vida o parte de un pasatiempo que entretiene y hace olvidar preocupaciones incluso olvidar pagar el abono del

aparato.

La flexibilidad y el carácter comercial que tuvo la TV fue la simbiosis durante los primeros años de interacción con la sociedad moreliana, debido a que los receptores no eran adquiridos por todos los sectores sociales debido a su valor tan elevado. Sin embargo, los sorteos y descuentos abrieron la posibilidad a los habitantes de la ciudad para poder adquirir un receptor.

Para conocer el porcentaje de población de Morelia que podía adquirir un televisor durante el periodo que corresponde a este apartado, se consultaron dos censos de población realizados por el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía): el de 1960 y 1970. Cabe señalar que el INEGI no contempló a la radio y la televisión como parte de las viviendas en el censo de 1950, sino hasta diez años después, en el año de 1960 se tomaron en cuenta a estos medios de comunicación como parte de la vivienda.

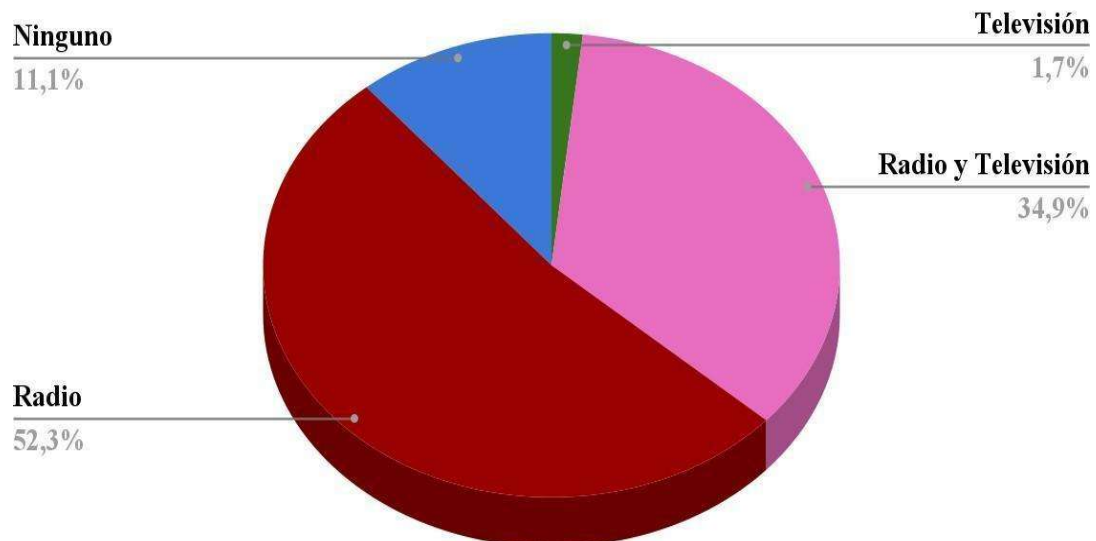
Aunque no se obtuvieron datos estadísticos en torno al porcentaje de habitantes de la ciudad de Morelia con televisores durante la década de 1950, en el periódico de la Voz de Michoacán se menciona que en 1953 existían espacios públicos, llamados “los salones de televisión” en donde se paga por presenciar las transmisiones de video, especialmente cuando se trata de un evento deportivo, esto, manifiesta un bajo porcentaje de televisores en viviendas particulares (Cárdenas 1953, 02-03).



Gráfica 3 Elaborada con base en los datos obtenidos de: INEGI. 1960. “VIII Censo General de Población 1960,” Michoacán Viviendas y ocupantes, por municipio, según material predominante en muros o paredes y características de la vivienda. INEGI.
<https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/1960/>.

En la distribución de habitantes con televisores, según los datos estadísticos dados a conocer por el INEGI en el “VIII Censo General de Población 1960, Michoacán Viviendas y ocupantes, por municipio, según material predominante en muros o paredes y características de la vivienda” (**Gráfica 3**), se observa que el 0.42% de los habitantes de Morelia tenía solamente televisión y el 5.57% tenían radio y televisión. Ello significa que aproximadamente el 6% de los habitantes de Morelia tenían un televisor, los demás porcentajes los compartía los habitantes únicamente con radio que era el 42.40% y el 51.60% de habitantes en Morelia no tenían ningún aparato de comunicación (radio o tv).

Distribución de habitantes con radio y televisión en Morelia 1970



Gráfica 4 Elaborada con base en los datos obtenidos de: INEGI. 1970. “IX Censo General de Población, 1970, Michoacán, número de viviendas y de ocupantes, por municipio, según diversas características de la vivienda. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/z/1970/>.

En la **Gráfica 4** se observa la distribución de habitantes con televisores en la década de 1970 según los datos estadísticos dados a conocer por el INEGI en el “IX Censo General de Población 1970, Michoacán número de viviendas y de ocupantes, por municipio, según diversas características de la vivienda”, se observa que incrementaron los porcentajes de los habitantes que tenían televisión en comparación a 1960. Ahora el 1.74% tenían solo televisión, el 34.89% radio y televisión, lo que suma un 35% en los habitantes que tenían una televisión, por ende, se muestra

un incremento del 29% en relación con 1960. Cabe señalar que hay una fuerte presencia de la industria del radio en 1970, ya que el 86% de los habitantes de Morelia cuentan con uno. También disminuyó el porcentaje de habitantes que no tienen algún medio de comunicación (radio o TV).

El porcentaje en torno a la presencia de los aparatos tecnológicos entre los habitantes de la ciudad fue de gran relevancia en relación con la comparativa de las dos gráficas anteriores. Esto demuestra el gran impacto y alcance comercial que tuvieron las empresas de televisión, debido a que México era un país dónde comprar un aparato de televisión resultaba superior al salario mínimo mensual, sin embargo, las estrategias para su compra y venta como pagos a crédito, rifas, sorteos, reducción en los costos debido a la competencia de distintas marcas, permitieron a las familias con un salario mínimo adquirir una televisión, por ende se muestra una fuerte presencia de televisores en la ciudad de Morelia.

2.3 La televisión, un aparato para el hogar

Uno de los componentes más importantes en la introducción de tecnologías en forma de electrodomésticos en una sociedad es poder conocer para quién, cómo y para qué se vendían los receptores de televisión, esto se analizará a través de los carteles publicitarios del periódico local de la ciudad de Morelia.

En los primeros años del auge televisivo en Morelia, las representaciones de la televisión en la publicidad eran un aparato acompañado de una silueta femenina como se observa en la imagen 4, en dónde la marca Packard Bell muestra la figura de una dama elegante presentando expresiones y comentarios de asombro presenta expresiones y comentarios de asombro, al encontrarse frente a la televisión. Otro elemento representativo es que la marca transmite un mensaje de comodidad en sus diseños: simples de mesa o de bases que encajan en cualquier lugar del hogar.

Durante los primeros años del auge televisivo en Morelia, la publicidad solía representar la televisión como un objeto de deseo y sofisticación. Un ejemplo destacado de esto es la **Imagen 18** publicidad de la marca *Packard Bell*. En ella, un elegante televisor se muestra junto a la silueta de una mujer que expresa asombro y admiración. Esta representación visual buscaba transmitir la idea de que la televisión no era simplemente un electrodoméstico, sino un símbolo de estatus y modernidad.



Imagen 18 La voz de Michoacán. 30 de junio de 1956, 05.

La publicidad de *Packard Bell* en la ciudad de Morelia también representaba la comodidad y la facilidad de integración de sus diseños en el hogar. Los aparatos se presentaban como objetos elegantes y versátiles que podían colocarse en cualquier habitación, ya sea sobre una mesa o una base especialmente diseñada. Esta estrategia publicitaria buscaba convencer a los consumidores de que la televisión no solo era un lujo, sino también un complemento práctico y armonioso para el hogar moderno.

En la **Imagen 18** también se representa el hogar moderno con la figura de una mujer vestida a la moda occidental de la época de 1950 y 1960 un estilo conservador y elegante, con faldas entalladas, vestidos de noche con faldas amplias y escotes bajos o de barco, cinturas ajustadas y el uso de zapatos de tacón de aguja (Duby, 2003). La representación de las mujeres en la publicidad gráfica de revistas femeninas en el siglo XX en América, estuvo determinada por la publicidad de Estados Unidos, bajo tres categorías de representación de la mujer: la que consume para ser admirada por su belleza; la que consume para ser mejor madre y esposa; y la que consume como un acto de satisfacción personal. Las referencias simbólicas muestran a una mujer que usa el consumo para encajar en los roles tradicionales de esposa, madre y dueña de casa (Ceulemans y

Fauconnier, 1980; Mancillas Bazán 1999, 331-339; Andrés del Campo, 2007, 201-206; Cubillos Vergara, 2014, 209-236; Vergara Leyton et al. 2020,15-25).

En la **Imagen 19** se muestra a una mujer vestida con pijama, cómodamente instalada en su hogar mientras mira televisión. Mientras que en la **Imagen 20** se observan dos mujeres disfrutando de su tiempo viendo televisión e ingiriendo alimentos. Esta escena cotidiana ilustra cómo la tecnología ha cambiado y facilitado actividades que antes requerían un mayor esfuerzo humano. Esta transformación se enmarca en un contexto más amplio de tecnificación del esfuerzo humano, donde la tecnología se ha aplicado para simplificar y mejorar diversas actividades cotidianas, impactando en la forma en que las personas interactúan con el mundo y entre sí (Rabinbach, 1990, 19-42). Anteriormente, para disfrutar de una película u obra de teatro, era necesario desplazarse a un cine o teatro, lo que implicaba tiempo, planificación y costo. La televisión, como ejemplo de avance tecnológico, ha permitido llevar el entretenimiento directamente a los hogares, eliminando la necesidad de salir (Chartier, 2007,65-81).



Imagen 19 La Voz de Michoacán, 17 de abril de 1968, 09



Imagen 20 La Voz de Michoacán, 6 de marzo de 1966, 3.

La representación publicitaria de la mujer en roles de gestión, tanto económica como de tiempo libre, muestra un cambio significativo. Esto indica una mayor autonomía femenina y un cambio en las dinámicas familiares tradicionales, lo que refleja tanto el progreso de los roles de consumo como la adopción de una pedagogía del consumo por parte de las mujeres (Vergara Leyton et al. 2020).

En la década de 1950, la televisión fue percibida como una innovación tecnológica que transformó la forma en que las personas accedían al entretenimiento y la información, según Ramírez Bonilla (2019). La televisión, vista como una extensión del cine y la radio, era un bien de lujo accesible solo para ciertos sectores de la población, lo que propició prácticas colectivas como reuniones en espacios públicos, semipúblicos y privados. Estas reuniones generaron un sentido de comunidad entre los televidentes, que compartían experiencias frente a la pantalla. La autora también señala que la convergencia tecnológica de la televisión en los años cincuenta provocó una transformación técnica que alteró las rutinas y los hábitos en la sociedad mexicana.

En la prensa de la ciudad de Morelia en la década de 1960 se representaba a la televisión como aparato electrodoméstico (Moguel, 2007,193-197), debido a que la publicidad ilustraba a la familia alrededor de ella, como se observa en la **Imagen 21**. La publicidad en la prensa mexicana de los años cuarenta y cincuenta, se centraba en los anuncios de productos para el hogar, se

promovían un estilo de vida moderno. Estos promocionales no solo fomentaban el consumo, sino que también reforzaban roles de género tradicionales y jerarquías familiares, presentando a las mujeres como las encargadas del hogar moderno. A través de imágenes y textos persuasivos, la publicidad asociaba la tecnología y el diseño con el progreso, el bienestar y un estatus social elevado, creando así un ideal de vida doméstica moderna centrada en la comodidad, la eficiencia y el consumo (Ballent, 1996, 53-74; Sosenski y López León 2015, 193-225).



Imagen 21 *La Voz de Michoacán*, 5 de junio de 1960, 10.

En la imagen anterior también se observa a un infante frente a la televisión, conmovida por el momento sentimental de su papá al ver la televisión, por lo que la publicidad en México a mediados del siglo XX tuvo un papel crucial en la formación del niño como consumidor. Los anuncios publicitarios de la época no solo moldearon la imagen de la infancia, feliz y el desarrollo con la adquisición de bienes de consumo. Estos promocionales, dirigidos tanto a los niños como a sus padres (los compradores finales), promovieron el consumo infantil y reforzaron la idea de que los niños eran participantes activos en la cultura de consumo del México (Sosenski y López, 2012, 197-222). La publicidad gráfica mexicana entre 1930 y 1960 también moldeó la percepción de la paternidad y la masculinidad, se idealizó al padre como proveedor económico y pilar de la familia, vinculando el consumo con la demostración de amor y responsabilidad paternal la publicidad construía activamente identidades masculinas, estableciendo un vínculo entre el éxito material y

el rol del padre en el México del siglo XX (Sosenski, 2014, 69-111).

Algunos autores señalan que el arribo de electrodomésticos en una sociedad implica distintos factores sociales y tecnológicos como la electrificación de un país, generar un mensaje a través de las campañas publicitarias mediante los conceptos de eficiencia, ahorro de tiempo y mejora en la calidad de vida gracias a los electrodomésticos que son sinónimo de progreso y modernización entre las clases medias. El público al que estaba dirigido esta tecnología doméstica era a las mujeres, ya que el mensaje simbólico que la prensa transmitía era la idea de “la nueva mujer”. El impacto de la introducción de electrodomésticos propició un impacto en la economía, que promovió industrias para la venta y mantenimiento de aparatos. Un estudio que destaca la introducción de electrodomésticos en España señala que estos aparatos se convirtieron en “lo más útil del hogar” que transformaron los espacios domésticos, herramientas que redefinieron la vida moderna, el rol de la mujer, y el paradigma de progreso de la época (Rodríguez Martín y Miras Araujo, 2021,183-213).

La publicidad en Estados Unidos a lo largo del siglo XX representó la imagen femenina de distintas maneras, en un primer momento la promovió como ama de casa, después como una mujer cuidadora, mujer independiente y finalmente una mujer empoderada. Estas estrategias fueron utilizadas por los anunciantes para atraer la atención de las mujeres y darles una identidad de consumidoras, esta identidad fue una forma de empoderamiento y autoexpresión para las mujeres en la sociedad estadounidense que estaba en constante cambio debido a los movimientos por los derechos civiles y feministas, igualdad de género y la creciente presencia de mujeres en la fuerza laboral (Delis Hill, 2002).

La idea que las marcas transmitían sobre la tecnología en forma de electrodomésticos a través de la publicidad durante años sesenta era que los aparatos le facilitaban la vida a una mujer, ya que gestionaban mejor sus tareas del hogar e invertir tiempo en actividades sociales y profesionales. Sin embargo, la publicidad de electrodomésticos desafiaba estereotipos de género en la época, debido a que se mostraban mujeres en su rol de ama de casa, pero con independencia y libertad para usar los aparatos. Desde su origen los electrodomésticos fueron pensados para venderse como una solución para modernizar el hogar, mejorar la calidad de vida familiar, y modificar las actitudes sociales en torno al trabajo doméstico (Pelta, 2012, 117-146).

A partir de la década de los años cincuenta con las políticas gubernamentales y las relaciones comerciales de Estados Unidos con México, se generó una propaganda de los estadounidenses (entre ellos los aparatos de televisión) del momento en nuestro país. En la publicidad se mostró a las mujeres como aquellas responsables del hogar; diversos periódicos representaban a la mujer en el acto de aprovechar los más recientes productos del progreso y la modernidad: lavadoras eléctricas, planchas, aspiradoras, televisores, radios, refrigeradores, entre otros (Coral, 2007).

En el contexto mundial de la posguerra en México, la tecnología de orden doméstico transformó las dinámicas familiares y sociales. La publicidad de los electrodomésticos generó entre los mexicanos de la segunda mitad del siglo XX estándares de vida que redefinieron las funciones tradicionales de las mujeres en el hogar, se promovía la idea de que los electrodomésticos facilitaban la vida en familia. La tecnología en el hogar destacaba la identidad moderna, el progreso tecnológico y la urbanización nacional en las expectativas y realidades de las familias mexicanas (Matute Aguirre, 2011,157-176).

Como se ha mencionado con anterioridad, durante los años cincuenta, sesenta y setenta del siglo pasado, la participación en la vida urbana de las clases medias en México siguió incrementándose en un ambiente de conservadurismo, disciplina y moral pública, pero a la vez logros para las mujeres como el derecho al voto que se vio reflejado en las artes y la cultura en general (Novo, 1997). La idea tradicional en torno a la publicidad de las primeras décadas del siglo XX, en dónde los publicistas vieron a las mujeres de la clase media como consumidoras en potencia se enfocaron a dirigir hacia ellas muchos de los anuncios publicitarios que salían en los periódicos. Sin embargo, también la figura femenina se inició a utilizar como objeto atractivo y hermoso para publicitar distintos productos (cervezas, joyas, jabones, cosméticos, muebles) (GACETA UNAM, 2020).

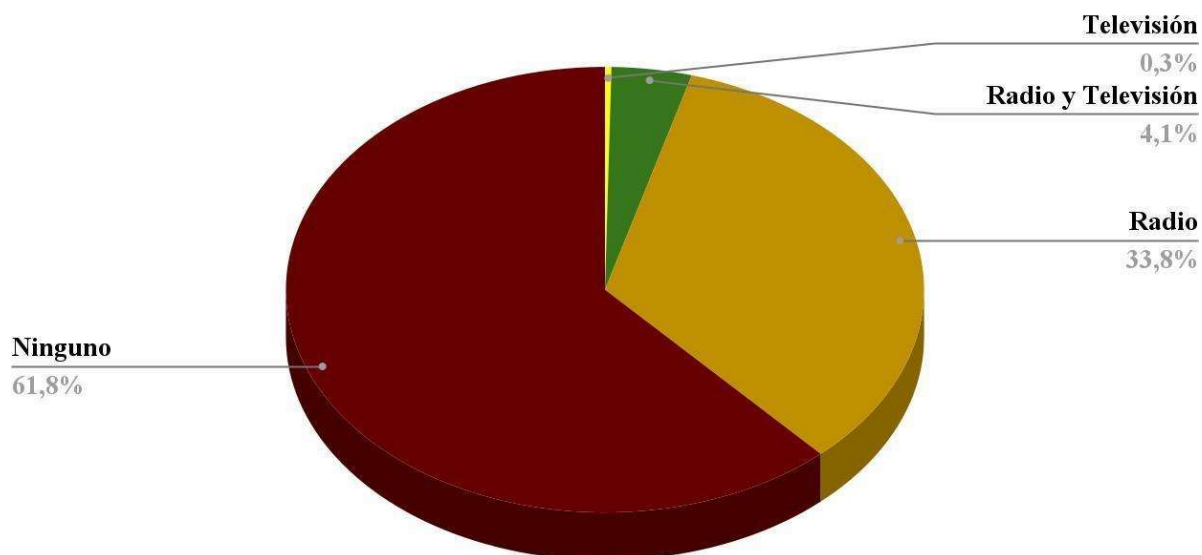
Cabe resaltar que en la publicidad en el México de la segunda mitad del XX, ha analizado los roles de cada miembro de la familia y se ha planteado que, en dicha publicidad, la figura femenina cumplía “las funciones domésticas de la mujer: es la madre-esposa la que prepara, hornea, guisa y sirve la comida y eso parece ser parte esencial del aseguramiento de la estabilidad familiar” (Sosenski, 2014). Coral (2007) señala que, al contar con las primeras innovaciones en el hogar, las clases medias en México se convirtieron en un importante símbolo de estatus social, además de facilitar los quehaceres cotidianos de la mujer moderna de clase media, que se veía

forzada a desempeñar un doble papel: como ama de casa y empleada de oficina (128).

Gorostiza (2019) describe a la televisión como "el intruso electrónico" que transformó radicalmente la dinámica familiar y el entorno del hogar. Su presencia la convirtió en un elemento constante en la vida de niños y adultos, quienes, en su rol de telespectadores pasivos, absorbían el contenido emitido por las diversas cadenas televisivas. Esta experiencia compartida a través de generaciones consolidó a la televisión como un referente cultural. La ubicuidad de la televisión en los hogares y su capacidad para transmitir información y entretenimiento de manera instantánea la convirtieron en un medio de comunicación masivo con un profundo impacto social.

Para la década de 1960, la distribución de viviendas con televisores (**Gráfica 5**), según los datos estadísticos dados a conocer por el INEGI en el "VIII Censo General de Población 1960, Michoacán, viviendas y ocupantes, por municipio, según material predominante en muros o paredes y características de la vivienda" se observa que el 0.3 % de las viviendas en Morelia tenía solamente televisión y el 4.1% tenían radio y televisión, lo que significa que aproximadamente el 4.4% de las viviendas en Morelia tenían un televisor, los demás porcentajes los compartían las viviendas únicamente con radio que era el 33.8 % y el 61.8% de las viviendas en Morelia no tenían ningún aparato de comunicación (radio o tv).

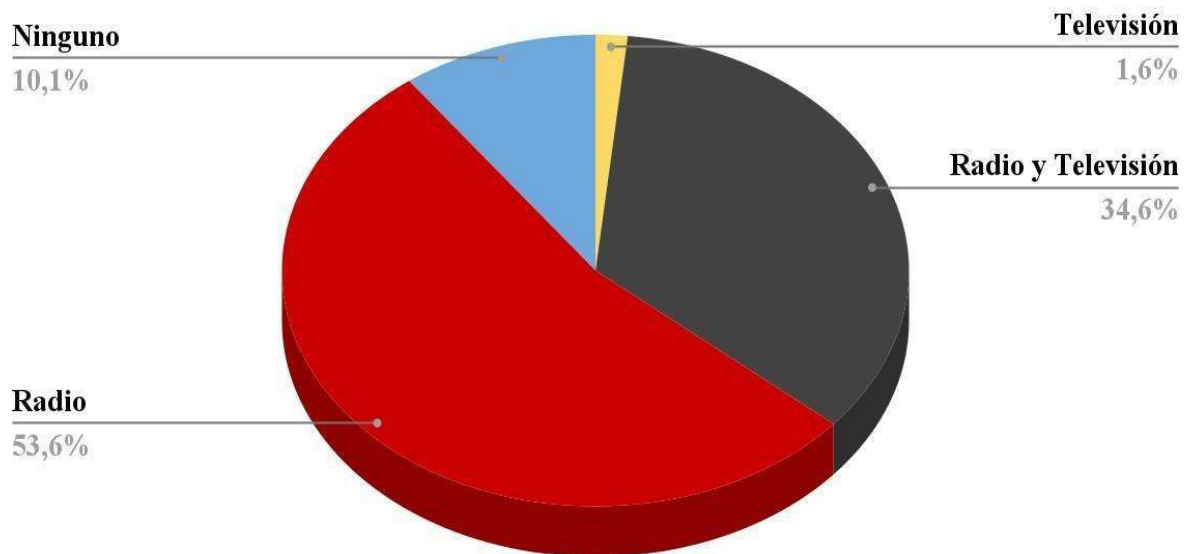
Distribución de viviendas con radio y televisión en Morelia en 1960



Gráfica 5 Gráfica elaborada con base en los datos obtenidos de: INEGI. 1960. "VIII Censo General de Población 1960," Michoacán Viviendas y ocupantes, por municipio, según material predominante en muros o paredes y características de la vivienda. Inegi.
<https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/1960/>.

Para la década de 1970 la distribución de viviendas con televisores según los datos estadísticos dados a conocer por el INEGI en el “IX Censo General de Población 1970, Michoacán número de viviendas y de ocupantes, por municipio, según diversas características de la vivienda” (**Gráfica 6**), se observa que incrementaron los porcentajes de las viviendas que tenían televisión en comparación a 1960, ya que ahora el 1.6% tenían solo televisión, el 34.6% radio y televisión, lo que suma un 36.2 % de las viviendas en Morelia tenían una televisión, por ende se muestra un incremento del 31.8% en relación con 1960. Cabe señalar que siguió una fuerte presencia de la industria del radio en 1970, ya que el 53.6% de los habitantes de Morelia cuentan con uno. En 1970, sólo el 10% de las viviendas en la ciudad de Morelia no contaban con algún medio de comunicación como radio o televisión.

Distribución de viviendas con radio y televisión en Morelia en 1970



Gráfica 6 Elaborada con base en los datos obtenidos de: INEGI. 1970. “IX Censo General de Población 1970, Michoacán, número de viviendas y de ocupantes, por municipio, según diversas características de la vivienda. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/1970/>.

Las gráficas anteriores no muestran contradicción con las **gráficas 3 y 4** ya que estas indican el porcentaje personas que tienen un televisor. En cambio, en la **gráficas 5 y 6** indican el porcentaje por vivienda (casa), esto lo sustenta los datos del INEGI presentados en la descripción de la imagen. Los porcentajes son similares debido a que los parámetros en la cantidad de personas y

viviendas son análogos.

En la prensa de Morelia los mensajes en torno a la televisión eran claros debido a que se señalaba a la radio y la televisión como “elementos de la vida moderna”, en dicha sección se exponen cuatro modelos de decoración para el hogar, integrando la radio y la televisión. En la mayoría de los interiores, aun de los interiores de estilo, los aparatos de radio y televisión se presentan, ya aparentes, ya escondidos. En el primer caso, la disposición de los sillones y mesita, del lado del salón, está prevista para rodear el aparato, ya sea de radio o de televisión, en el segundo y tercer caso la televisión dispone de toda la pared, podrá ser el principal punto de atracción a la mitad de la superficie de que se cuenta, por cada lado se dispone de elementos móviles para que el ama de casa arreglara según sus fantasías y sus propias necesidades (Nosotras Decimos Suplemento de la Voz de Michoacán, 1958, 75).

Los datos estadísticos del INEGI y el imaginario transmitido a través de la prensa local de la época permiten concluir que el acceso a la televisión, como aparato electrodoméstico, era limitado a un pequeño porcentaje de la población y los hogares en la ciudad de Morelia.

2.4 Construcción social de la televisión y opinión mediática

Las noticias sobre los modernos aparatos de televisión circulaban entre el imaginario de los morelianos durante la década de los cincuenta, con artículos en la prensa desde la ciudad de México. En algunas secciones no se describe el impacto de la televisión en buenos términos, Núñez Alonso (1953) señaló que la televisión iba en contra de la cultura, ya que incentivaba la creación de una pseudo cultura que causaba un daño intelectual en las masas, bajo el argumento que en Estados Unidos la televisión, en algún momento, fue vista como escuela de delincuencia y los ingleses la consideraban como difusora de la imbecilidad humana. Alejandro Núñez Alonso fue un periodista y literato español reconocido por la creación de novelas históricas, fue corresponsal en Berlín y Nueva York, se formó en temas políticos y sociales, ya que durante el franquismo en España trabajó en medios de comunicación como guionista (Biblioasturias, 2012).

El periodista mexicano Carlos Loret de Mola Mediz director regional de la cadena periodística García Valseca, escritor de artículos políticos se encuentran principalmente en el semanario Siempre y editorialista de Excélsior, Arreola Medina (2017) señaló en 1954 que se

había desatado una “fiebre de los aparatos de televisión”, ya que existía gente que se endeudó para adquirir esos cajones admirables que eran llevados al centro de la sala ante la admiración unánime de la familia en los hogares para poder disfrutar, desde la comodidad después de un día exhausto de trabajo, cualquier espectáculo a través de la pantalla casera, es por tal motivo que según Loret de Mola, la televisión significaba uno de los más maravillosos y grandes descubrimientos del siglo XX (Mola Mediz de, 1954, 04).

Las opiniones radicales acerca de la televisión que emitían escritores y periodista destacan en la prensa local como el “monstruo sin frenos” que describe José Pages Llergo: señala que la industria de la radio y televisión fomentaban en la sociedad degradación intelectual y moral, ya que la industria se volvió irresponsable e ignorante que únicamente ve el negocio y las ganancias económicas mediante la publicidad y su capacidad de llegar a todo público “analfabetas e ignorantes de solemnidad”. La presencia de ciudadanos ante radios y televisores se incrementó, y la mayoría de quienes se colocan enfrente de los receptores no poseen criterio y capacidad de juicio necesario para seleccionar y protegerse de actitudes e ideas indebidas, antisociales o inmorales, la radio y la televisión deben ser utilizados para mejorar la educación, ya que una de sus principales virtudes es el gran alcance que empezaba a tener (Pagés Llergo, 1959, 03-11).

José Page Llergo fue periodista mexicano, conocido principalmente por su labor en la prensa política del siglo XX en México, fundador de la revista *Hoy* en 1937, la revista *Siempre* en 1953 y la revista *Rotofoto* en 1938, estas revistas se caracterizaron por su contenido de caricatura política, análisis político, sátira política y el fotoperiodismo (Aguilar Orestes, 1995; Sierra García, 2013; Bazán, 2019, 33-35).

En la década de los años sesenta, aunque la industria de televisión se encontraba aún más consolidada, era descrita como un peligro por el poeta y escritor Justino N. Palomares, quien escribió “Radio y televisión como tutoras de la inmoralidad” debido a que el contenido y el lenguaje en los programas son inmorales para los jóvenes y niños, ya que son un sector vulnerable al estar ante el aparato de televisión que emite publicidad para marcas de tequilas, rones, cervezas, entre otros (Palomares, 1966, 03). Bajo los mismos argumentos en 1969 se redactó “La TV un arma de dos filos”, en dónde se señalaron algunos aciertos y errores de la industria de la televisión: se destaca que la televisión sin duda alguna fue uno de los más singulares inventos del hombre en siglo XX.; Sin embargo, se puntualiza que no se ha realizado una buena aplicación como la de

transmitir a las familias mensajes de cultura, superación espiritual, fraternidad y paz, no obstante se está afectando a la niñez y la juventud con el morbo, violencia y agresividad que incitan los programas plagados de publicidad de bebidas embriagantes que los empuja paulatinamente a la bebida y por consecuencia al vicio (Dalgue, 1969, 15).

La respuesta al descontento plasmado en la prensa local en torno a la irrupción de la televisión no solamente nos remite a la ciudad, sino al centro del país. Ramírez Bonilla (2017) explica que el arribo de la televisión en las ciudades de México y Bogotá fue en un momento de urbanización que propició cambios sociales y tecnológicos, ante esto la iglesia católica dejó ver su postura y preocupación por un mal uso de la tecnología que podría impactar en la moral pública. La moralización fue un elemento clave para hacerle frente a la inminente expansión de los programas que dicho medio de comunicación ofrecía a los ciudadanos. Sin embargo, la autora señala que, en un primer momento, la televisión, a pesar de su carácter novedoso y modernizador, fue absorbida por los discursos tradicionales de moralización para los niños y la familia.

El carácter novedoso, modernizador, el buen uso de la tecnología para el desarrollo de la televisión también se apreciaba en las líneas de la prensa local. La innovación técnica destacó a la “televisión como un maravilloso invento” que mediante un procedimiento para transmitir una serie de imágenes a distancia logra televisar un objeto (*Nosotras Decimos Suplemento Dominical de la Voz de Michoacán* 1956, s.p). Cantú (1955) planteó que la televisión en México había alcanzado su máxima eficiencia técnica en 1955, ya que existían mejoras técnicas en la calidad de la imagen y sonido, también resaltó un buen desarrollo de la televisión mexicana con Televisión Centro. Cantú señalaba que un símbolo de originalidad en la televisión mexicana era Humberto Tamayo, locutor y publicista, su labor comunicativa se reflejaba en “el programa de un solo hombre”: el programa estuvo vigente en la segunda mitad de la década de los cincuenta y la primera de los sesenta transmitidos a través de Telesistema Mexicano (Ajenjo, 2019).

Aunado a lo anterior, también se destaca en la prensa a la radio y la televisión, factores para la elevación cultural del pueblo, debido a que la industria televisiva ha colaborado en el desarrollo social y económico gracias a que transmite información, cultura y un sano esparcimiento, lo que ha propiciado el desarrollo artístico a nivel nacional y mundial, también se puntualizó que en México se gozaba de libertad de expresión que elevará el nivel cultural e intelectual para fortalecer la nacionalidad (*La Voz de Michoacán*, 1960, 05). El economista Eduardo Hornedo destaca las

ventajas de la televisión en materia educativa, señala que la educación televisiva es barata y práctica, lo que genera una enseñanza efectiva, en las universidades se ha desarrollado con gran eficiencia la transmisión de imágenes tridimensionales con profundidad y claridad, en anatomía se proyectó la estructura ósea del cráneo (Hornedo, 1962, 03 y 13).

El auge que propició la televisión en la década de los años sesenta, desencadenó una serie de propuestas e innovaciones tecnológicas y proyecciones a futuro, se plasmaron varias líneas escritas con un matiz de esperanza que se podía diseñar “Aparatos de televisión para ciegos”. Estos aparatos electrónicos provocan sensaciones visuales en el sistema nervioso que les permitirá ver imágenes proyectadas como programas de televisión, en la columna se mencionan algunas de las hazañas que ha logrado la tecnología como las transmisiones a color, o las transmisiones a kilómetros de distancia, inclusive se señalaba que la creación de la televisión había sido un milagro científico, ya que era inimaginable ver un aparato con tal magnitud (Continental Press Service, 1963, 10).

Con base en lo anterior se puede aseverar que los periodistas que no veían con buenos ojos el desarrollo de la industria televisiva, de mentalidades conservadoras y católicas, percibían a la televisión como un medio tecnológico de grandes dimensiones en el campo de la comunicación. Sin embargo, la percepción positiva reflejaba el reconocimiento de este aparato de comunicación con dimensiones educativas, culturales y esperanzadoras (el hecho de que un televisor le devolvería la vista a personas ciegas) en la sociedad.

En la segunda fase de la construcción social de la tecnología: la interpretación flexible, cada grupo social puede otorgarle valores, significados y usos distintos al artefacto tecnológico (Bijker, Hughes y Pinch, 1989; Aibar Puentes, 1996, 150-154). Como se observa a lo largo de este segundo capítulo, la televisión tuvo una introducción a la ciudad de Morelia; desde principios de la segunda mitad del siglo XX, los primeros televisores se iniciaron a publicitar en la prensa en 1950- 1960.

El proceso de irrupción de la televisión en la opinión pública de la casta intelectual de la época se dividió en dos bloques, por un lado, se encontraba el discurso conservador, de periodistas que veían a la televisión como un medio de comunicación que ponía en peligro la existencia de su profesión, y un aparato que propiciaba daño visual y moral en la sociedad. Quienes apoyaban al impulso de este aparato veían en él un medio formidable de comunicación que ayudaría en los

proyectos de educación televisada, no solo se quedaría en la sala de un hogar.

Por otro lado, el gran despliegue de publicidad que difundía la misma prensa, generó un consumo latente de aparatos receptores de TV entre los morelianos durante el periodo 1950-1970. La relación simbiótica de tecnología y sociedad se construye y es plasmada en la ciudad de Morelia durante los primeros años, debido a que la televisión se consolidó entre las clases sociales como un aparato electrodoméstico que un pequeño porcentaje del hogar podía adquirir. Sin embargo, en los años posteriores dicho porcentaje se incrementó, por consecuencia para la década de los años setenta el fenómeno de la televisión, que implicaba toda una cultura de venta y consumo de los aparatos tecnológicos que propiciaban entretenimiento dentro de espacios determinados en la vivienda de la capital michoacana.

Los usos son determinados por las necesidades, y las necesidades que hemos podido apreciar van encaminadas, en primera instancia, al estatus social. La televisión representaba un objeto de entretenimiento (especialista de TV como entretenimiento), usado por particulares como un mueble de lujo que era parte del hogar. Sin embargo, también se puede identificar otro uso, el de lo económico, ya que vender los aparatos de televisión representaba ganancias a las sucursales de electrodomésticos y distribuidoras, y establecimientos para reparar los televisores que generaban toda una forma de trabajo en la ciudad de Morelia como técnicos especializados, destacando el hecho de que los principales televisores eran de marca Packhard Bell, Philco, Zenith en general, de alto costo. El uso del artefacto tecnológico, la televisión, por tanto, puede considerarse como reflector de estatus social en primer lugar y de fondo como fuente de ingresos aprovechando la “modernidad”.

La televisión era un artefacto de lujo hecho con finas maderas de estatus social, en 1960 tan solo el 6% del total de habitantes y el 4.4% de las viviendas de Morelia, contaban con un televisor. Esto refleja la capacidad económica y social de “privilegio” de sus dueños. Sin embargo, la irrupción de la televisión en Morelia aumentó y para 1970 el 35% de habitantes y el 36.2% de las viviendas en Morelia tenían televisión, esto habla de su creciente identificación en el imaginario; el convivir con los televisores se convertía cada vez más en una cuestión común.

Capítulo III

La consolidación de la televisión en Morelia

Para completar el análisis social de un sistema tecnológico, se pretende mostrar cómo se llevó a cabo el proceso de estabilización, regulación y programación de la tecnología de la televisión en la ciudad de Morelia a partir de los programas transmitidos desde los medios nacionales en la época; luego se verá el surgimiento de las televisoras locales privadas a finales de los años sesenta; y finalmente terminaremos con la consolidación en 1984 del SMRTV, que se convertiría en la principal televisora local y pública que se regía bajo las normas y funcionamiento del Estado de Michoacán.

En este tercer apartado se completa la revisión sobre el proceso de construcción social de la televisión en Morelia desde principios de 1960 a 1984, se realizarán consideraciones sobre la flexibilidad interpretativa de la tecnología (Pinch y Bijker, 1985) que se plantea y representa la estabilización de la tecnología, la televisión. En el anterior acápite se realizaron consideraciones acerca de los primeros momentos de esa nueva tecnología en la ciudad, así como sus principales características sociales y aplicaciones a las que se encontraba sujeta o construida. Ahora se partirá de algunos procesos de consolidación y estabilización dentro del entramado de simbiosis entre tecnología y sociedad, como lo son la producción de programas de distintas cadenas (públicas y privadas) de televisión locales, los reglamentos para la operación de dichas televisoras a través del proyecto de televisión satelital y la adaptación/transformación de la ciudad en el contexto físico.

3.1 Los primeros canales de televisión en México y la producción de programas

Para comenzar este capítulo realizaremos una revisión a las principales influencias que Morelia tuvo, en el consumo de programas de televisión a través de distintas empresas, para luego pasar al análisis de adaptaciones sociales y materiales de la ciudad, así como al análisis socio técnico.

La televisión a finales de los años cincuenta era ya un fenómeno entre las familias mexicanas, aunque en un primer momento era considerado un aparato de lujo y de difícil acceso para las de escasos recursos. Posteriormente su acceso se volvió tan universal que a finales de los años sesenta un gran porcentaje de las familias mexicanas tenía acceso a la televisión y sus programas, un estudio realizado en la ciudad de México muestra el impacto en las familias de clase media en México a partir de la segunda mitad del siglo XX. En dicho trabajo se recopilan entrevistas hechas a personas de la época para volver a recordar "la primera vez que vieron la televisión". En la memoria de los mexicanos entrevistados perduran los recuerdos de una época en donde la televisión se miraba en un aparato chiquito", "de lejitos y con la luz prendida", "era algo para la cocina", las caricaturas fascinaban a los niños, el cine llegaba a la casa, quienes no tenían una televisión los despertaba la curiosidad de conocer cómo era, los más viejos del clan decían que "ver la TV era cosa de brujería". Se crearon distintos imaginarios en torno a la televisión en el México del siglo XX con su arribo a la vida cotidiana de los mexicanos del centro del país (González Victoria y Valles Ruiz, 2015).

En la ciudad de Morelia la programación de la televisión se dio a conocer a través de la prensa local, debido a que el medio de comunicación escrito veía al medio de comunicación audiovisual como una gran estocada a su poder de comunicación en la sociedad. *La Voz de Michoacán* el 26 de septiembre de 1960 presentó ante los habitantes de la ciudad de Morelia un suplemento titulado "La Voz de Michoacán la voz del pueblo hecha periódico y la TV al servicio de usted" (*La Voz de Michoacán*, 1960, 01) (se encontraron 99 números el último número localizado en los tomos de *La Voz de Michoacán* fue del 27 de mayo al 2 de junio de 1962). En esos impresos se mostraba la programación encuadrada diaria del canal 2 y 4 (el suplemento contenía lo que correspondía a 5 días de programación) de Telesistema Mexicano, también estaba integrado por la columna titulada "Tele-Morelia" la cual, según Florentino Álvarez García, contenía las impresiones y experiencias de los televidentes morelianos, recopiladas mediante

visitas. El incremento de televidentes en la localidad en los años sesenta como se muestra en el capítulo anterior, clasifica a la televisión como "uno de los adelantos científicos que a todos les interesa cuando han venido a revolucionar superiormente la vida social y cultural de los pueblos" (Álvarez García, 1960, 01).

LA VOZ DE MICHOACÁN
Y LA TV AL SERVICIO DE USTED

SEMANA DEL 26 DE SEPT. AL 2 DE OCT. DE 1960

LA TV., LA MARAVILLA DE NUESTROS TIEMPOS

Gran Incremento de la Televisión en Nuestro País

Los avances de la ciencia electrónica han llevado hasta nuestros hogares esa maravilla que es la televisión. En ella encontramos sano divertimento para chicos y grandes; por ella llevamos a nuestras casas los últimos acontecimientos en el mundo del arte y de la ciencia; y, por ella también, nos enteramos de todo lo que pasa en el mundo, ya sea en el terreno político como en el social, en el deportivo y en el científico.

El notable incremento que la televisión ha alcanzado en nuestro país, ha obligado a los grandes diarios a destinar suficiente espacio a lo que ocurre, tanto en sus pantallas como detrás de ellas. El mundo de sus artistas, de sus técnicos; los problemas que implica una transmisión; la vida de quienes en esta nueva actividad hacen posible que desde la brillante pantalla de nuestro aparato familiar estemos enterados de lo que acontece en el mundo entero, deben ser conocidos por el público, a través de las columnas de los periódicos.

Encuentros de Fútbol Para Esta Semana

Los encuentros programados para la presente semana en el fútbol, son solamente dos, precisamente para el día 2 de octubre, en que se celebra en la capital de la República, en la ciudad de Guadalajara, el día de la fundación de la ciudad de Guadalajara. En esta ocasión, se disputarán todos los clásicos tapatenses: Guadalajara-Altlaco.

Los dos encuentros revisten una gran importancia dentro de la tabla general de clasificaciones, ya que mientras en el América-Morelia se estaría disputando los lugares superiores a los primeros, en el clásico Guadalajara-Altlaco, se disputarían nada menos que el liderato, ya que los dos equipos, debidamente se encuentran colocados uno detrás del otro, a un solo punto de distancia. Lo cual hará que el Estadio Guadalupe se llene a reventar.

Nuestra Presentación

El propósito firme, decidido, de hacer de LA VOZ DE MICHOACÁN un periódico moderno; de hacer de nuestro Diario el preferido por la sociedad, nos han impulsado a llevar a cabo una intensa labor de superación, que no se detendrá nunca.

Es así como hemos aumentado el número de nuestras páginas; mejorado el equipo mecánico de nuestros talleres; introducido servicios que nunca antes se habían conocido en Michoacán, como el teletipo y las tiras cómicas.

Nuestros servicios informativos nacionales e internacionales son los mismos que se proporcionan a los grandes diarios de México; la información local, objetiva y veraz, corresponde a la calidad de un auténtico Diario.

Ahora, continuando en ese nuestro afán de mejoramiento, siempre con la vista puesta en el público al cual servimos, hemos contratado los servicios de programación de Tele-Sistema Mexicano, S. A., para proporcionar, en forma encuadrable, los programas diarios de televisión.

Lo que tiene usted que hacer es desprender el suplemento, doblarlo y cortarlo, para tener su programa de la semana. Esperamos contar, como hasta ahora, con la generosa comprensión y estímulo de nuestros lectores.

Carlos Baena, Galán de Nuestro Cine, Ahora como Cantante

D' Sigfredo.

Las grandes interpretaciones que nos ha ofrecido Carlos Baena en el cine nacional, entre otras muchas "Los Amantes", "A día y Noche", y la maravillosa actuación que realizó en la comedia dramática "La Muñeca Rota" lo han colocado como uno de las principales figuras de nuestro cine y teatro.

Carlos Baena, un actor que se distingue por su deseo de superación se presenta ahora ante el público amante del séptimo arte, en una nueva modalidad, la de cantante.

Es de esperarse que en este nuevo aspecto de su carrera artística, Carlos Baena llegue a ser una gran figura.

TELE-MORELIA

Por Florentino Alvarado García.

Con licencia del señor Director de "LA VOZ DE MICHOACÁN", don José Tovarín, cuyo artículo principal es procurar en forma permanente servir a la sociedad, a una gran parte de la región de occidente michoacano con su preferencia, desde el momento en que se creó esta columna dedicada a los televidentes de Morelia quienes felizmente ya son más de mil.

Uno de los propósitos que abriga al creador de la columna, es servir ocasionalmente a los televidentes con el objeto de conocer sus gustos, experiencias y darles al público la información que a uno de los adelantos científicos que a un día o dos interesa cuando ha venido a revolucionar superiormente la vida social y cultural de los pueblos.

Cuando así se contempla el frenesí de los grandes avances humanos que la ciencia moderna ha creado y con ellos embalsamados en sus aparatos, el día a día sufre ocasiones... esas veces seremos que los ante todo, creemos modestos monumentos a la altura de sus gestos, y hasta a nuestros hijos, inculcándoles, estimulando sus virtudes, enseñándoles a vivir, a ser mejores, a ser más útiles, a ser más amorosos que en su momento, pero, por no apurar el tiempo, por no apurar el tiempo.

En esta ocasión referiremos al e... (text continues on page 2)

SIGUE EN LA PAGINA 2

Imagen 22 Portada del Suplemento La Voz de Michoacán al servicio de usted. La Voz de Michoacán. 1960. "Suplemento de la voz de Michoacán, la voz del pueblo hecha periódico y la TV al servicio de usted." 26 de septiembre de 1960, 01.

Los programas de las cadenas nacionales llegaban a cada uno de los morelianos a través de los televisores, ya que esperaban con ansias los programas difundidos a través del suplemento de *La Voz de Michoacán*, mismo que semana con semana tenía una lista de los programas más populares, ayudando a que se consumieran en mayor medida.

La producción de las televisoras mexicanas en la década de los años sesenta y setenta reflejaron distintos géneros, se entiende por género televisivo al "conjunto de programas que se organizan según un conjunto de criterios de orden temático y expresivo, cultural y comunicacional" (Hernández, 2008, 32). Programas cómicos, musicales, telenovelas y noticieros

se apoderaron de las pantallas de los aparatos en México durante los años sesenta; fueron estos los tiempos de los programas didácticos, el trabajo en la producción de las *soap operas* (telenovelas) y programas icónicos como "El Chavo del 8"; y los *talk show* se apoderaron de la década de los ochenta. El contenido que transmitía la televisión se convirtió en un espejo y motor de cambio social debido a que influyeron en la moda, los roles familiares y principios sociales. La oferta televisiva evolucionó y segmentó con el fin de llegar a audiencias más específicas, se clasificaron los programas por edad, género y preferencias (Guadarrama Rico, 1999, 179-205).

En la década de los cincuenta y sesenta, en Morelia, el acceso a la televisión estaba restringido a las señales que provenían del centro nacional. En este período, las cadenas de televisión regionales (públicas o privadas) eran escasas, por lo que los habitantes de la ciudad recibían la programación transmitida por los canales nacionales. Esto no solo sucedió en Morelia, sino también en numerosas ciudades más fuera del área metropolitana, donde la infraestructura de transmisión era aún incipiente.

PAGINA DOS

LA VOZ DE MICHOACÁN Y LA T.V.

Lunes 26 de Septiembre de 1960

Hora	Canal	Programa	Hora	Canal	Programa
7.45	2	Música Selecta.	19.45	2	La Comedia de las 7.00, con la obra "Elías", una Provinciana Enamorada, con Silvia Derba y José Gómez. (V. T.).
8.00	2	"Noticiero Mexicano", con Javier Manzanera.	4	4	"Diario de a Bordo", emocionantes aventuras en el mar. (F.).
8.15	2	"Buenos días mis Amigos", con Juan S. Garrido y Angélica Monter.	19.15	2	"Cuestión de Minutos", el lado amable de las noticias.
8.30	2	"El Club de los Optimistas", con Ma. Elena Santibañez, Yolanda de Alba, Trío Jantúo, Roberto Casa, el Mariachi México de Pepe Villa y Pedro de Lille.	19.20	2	Noticiero Aceptaciones.
8.45	2	Filar Candel presenta su Revista Femenina, con Dorán Iru, Margarita y Luz María.	19.30	2	"Daniel el Travieso", la serie más divertida y deliciosa de la Televisión presenta "La Rara Moneda". (F.).
9.00	2	"Desayuna con los Arsu", con Nono, Carmelita y familia Arsu.	4	4	"Revista de Estrellas", información de Alfredo Ruiz del Río (F.).
10.00	2	"El Mueblero Universal", con Yolanda del Campo, Pepe Torres, Trío Maracón y el Conjunto de Chicho Martínez.	19.45	4	Noticiero General Motors, con Pedro Ferriz, director Jacobo Zabudovsky.
10.30	2	La novela Palmolive de las 10.30 "La Casa del Odio", con Carmen Montejo, Eduardo Fajardo, Patricia Morán y Rafael Llanas.	20.00	2	"Milani Royal", el programa que da a sus concursantes miles de pesos en premios.
11.00	2	"Feminidades".	4	4	"Revolver a la Orden", con Richard Bena. (F.).
11.00	4	Patrón para ajuste de aparatos y orientación para técnicos.	20.30	2	"Veinte Preguntas", con Tony Carbajal, Mariana Saavedra, Rafael Baledón, Ma. Elena Sherrer y Pepe Alameda.
11.30	4	"Hogar, Mujer y Belleza", con la Sra. Madero y Mario Rincón.	4	4	"Romancero de Myrurgia", con Pablo del Río, Celia Peña, Florencio Castelló, David Moreno y Miguel Macías.
12.00	2	Pies de foras (Doc.).	21.00	2	"Revista Musical Nueve", con Gloria Lasso, Sergio Corona y Ballet de León Escobar.
12.30	2	"Variedades del Mediodía".	4	4	"Páginas Vivas de la Revolución Mexicana", entrevistas de gran interés.
13.00	2	"Sucede todos los días", con Enrique del Castillo y Yoya Velásquez.	21.30	2	"Teatro Yardley", presenta la obra "Un Cuento de Epoca", con Mariano Fabrega.
13.30	2	"Cine Mundial", el Mundo del Séptimo Arte, Cartelera de Cines y Noticiero Fílmico con Pepe Alameda.	4	4	Cuentos Mexicanos. Presenta el cuento "El Evangelista", con Guillermo Orea, Luis Baayard, Angeles Marrufo y Enrique Aguilar.
14.00	2	"Noticiero del Mediodía".	22.00	2	Original de Ofelia Villanueva.
14.15	2	Buenas Tardes.	4	4	"Metropoli", con Carlos Lore de Mola, Juan Durán y Casahonda, Lito Juan Pellicer, Ma. Teresa Montoya, Fernando Marcos y Cristóbal Lorenz.
14.45	2	Música Selecta.	4	4	"Conciertos Mantovani", con actuación de esta famosa orquesta. (F.).
15.00	2	"Club de la Buena Suerte", la hora de la Suerte, Regalos, Gimnasio, Judo para damas, Desfile de Modas con Pilar Candel y Entrevistas con Ramón Inclán.	22.30	2	"Canciones de Elvira", con la actuación de la destacada artista Elvira Ríos. (V. T.).
15.45	4	Patrón para ajuste de aparatos y música.	4	4	Noticiero EXCELSIOR, con Martínez Carpineteyre.
15.50	4	Programación, Santoral del día y noticias de al Diario de la Tarde.	23.00	2	"Aeromaves de México", presenta el Noticiero Novelas, con Eduardo Charpenel.
16.00	2	Reseña de Hollywood presenta "La Solterona", con Betty Davis y Miriam Hopkins.	23.10	2	Las Aventuras de J. C. Raffles, con Tomás Ferrín.
16.30	4	"Cine al Día", cartelera de cines, teatros y Noticiero.	23.15	4	"El Programa de un solo Hombre", con Humberto G. Tamayo.
16.30	4	"La Hora Francesa".	23.40	2	Buenas Noches.
17.00	4	Película corta: "Atmósfera y Circulación".	23.45	4	Función nocturna del canal 4, con la película, "Romance en Tres Noches". Amelia Benet y Alberto Chaoas.
17.15	4	"Club del Hogar", Con Daniel Pérez Arcos, Madaleno, Sylvia Rey y Lamadrid.	1.20	4	Buenas Noches.
18.00	2	La Comedia Humana presenta "Pecado Mortal", con Tito Junco, Amparo Rivelles y Elisa Cárdenas. (V. T.).			
18.30	4	Horoscopo de la Televisión. (V. T.).			
18.30	2	Documental de la Embajada Británica.			
18.45	4	La Novela Colgate de las 8.30, "Claudia" de Mini Rocheland, con María Elena Marqués, Ma. Teresa Rivas, Graciela Dering, Roberto Cañedo, Maruja Grifell, Angélica Peralta, Raúl Farrell, Miguel Córcega, Emil Briles, Manelita Saval y Abraham Galán. (V. T. Prog. No. 44.			

CARLOS VIENTE DE LA PRIMERA... tra por su carrera, y gráficos, y del teatro, nuestro folklore nacional, lo cual será del de nuestro medio cinematográfico y uno de los actores, con más simpatías. Buenas es una de las simpatías.

Imagen 23 Programas del canal 2 para trasmitirse el 26 de septiembre de 1960 en la ciudad de Morelia La Voz de Michoacán. 1960. "Suplemento la voz de Michoacán la voz del pueblo hecha periódico y la tv al servicio de usted." 26 de septiembre de 1960, 02.

El consumo de programas de televisión en la ciudad de Morelia es la programación publicada en el periódico, como se muestra en la imagen anterior, se muestran los programas que se transmitirán el 26 de septiembre de 1960, por los canales 2 y 4, lo que demuestra la dependencia de la ciudad de las señales que provienen de la capital nacional. Eran distintos programas que se transmitían, entre los que destacan: telenovelas, humor e informativos. El impacto de estos contenidos en la sociedad de Morelia era considerable, dado que la televisión empezaba a establecerse como un medio de comunicación de masas que configuraba la percepción de la realidad y el imaginario colectivo de los habitantes.

La televisión reflejaba las tendencias y valores del período, con contenidos enfocados mayoritariamente en el público familiar. Los programas de variedades, las telenovelas y los informativos eran parte esencial de la programación televisiva, estos canales estaban patrocinados por empresas comerciales que aspiraban a posicionar sus productos en las viviendas de México. La televisión no solo funcionaba como un medio de diversión, sino también como un instrumento esencial para la publicidad y la propagación de mensajes políticos y sociales. Bourdieu (1996) señala que la competencia por la audiencia, lleva a las televisoras a priorizar el sensacionalismo y el entretenimiento, lo que lleva a una banalización del contenido de los programas, la urgencia de la noticia, la búsqueda de audiencia y la comercialización de la información genera una censura invisible. El autor también señala que la televisión no solo refleja la realidad, sino que la construye y la deforma, influyendo en la política, la cultura y la vida cotidiana, de maneras que deben ser analizadas con escepticismo y pensamiento crítico.

El eminente avance de la televisión en México se inició a normar desde el primer momento que los intereses sociales, políticos y económicos convergieron en torno a dicho aparato. La normatividad en torno a la televisión inició en el centro del país, debido a que la industria germinó desde los años cincuenta y de inmediato inició su estabilización y regulación se puso en marcha. De esta manera, los programas que llegaban a los televisores en la ciudad de Morelia se encontraban regulados.

3.1.1 Normas para la transmisión de programas

El peligro de este aparato radica en los contenidos de los programas que se emitían a través de este. Ya que el principal reglamento de la casta política regulaba este aparato a través de su programación, una parte de la estabilización de este aparato radicó en la regulación del carácter comercial de la televisión que inició la influencia estadounidense en México.

La televisión era considerada nociva, por lo que podría generar en la sociedad a través de la publicidad que llegara a alterar la moral y el orden social, ya que se presentaba una cierta iniciativa por parte del gobierno a regular los medios de comunicación. Los canales privados estuvieron regulados por la ley, debido a la alta competencia de programas. En junio de 1983, el director del Instituto Mexicano de Televisión (ITM) Pablo Marrentes declaró sobre la televisión comercial:

Dentro de una sociedad mercantil organizada en el propósito lucrativo, la gran decisión política que debería tomar el Estado es contar con una televisión que no esté determinada por criterios de carácter comercial, para poder programarla adecuadamente. Para esto está RTC, que tendrá vigencia real cuando cuente con la autoridad suficiente. Antes, el Estado perdía capacidad de negociación y aplicación de normas, porque las facultades normativas estaban diseminadas entre siete u ocho secretarías. Pero ahora, con este organismo rector, esto se está integrando (Marrentes 1983; citado en Galarza, 1984, 24).

En los principios base para la creación del Instituto Mexicano de Televisión se establece que la función social que debe de cumplir la televisión es a fortalecer la integración nacional y la convivencia entre los mexicanos, además de proporcionar información objetiva, funcionar como un instrumento para la educación, la cultura, el desarrollo grato para la niñez, y promover las acciones democráticas (Galarza 1984, 24).

La normatividad para la implementación de la televisión fue de la mano con el radio, y se basó en los principios de normatividad de la prensa. La televisión era vista como un medio de difusión omnipresente e ineludible que debía de ser regulada para favorecer a la polivalencia cultural e informativa. En la presentación de las leyes emitidas en 1960 se señaló que el estado tenía la obligación de proteger y supervisar las actividades de la televisión para que cumplieran con su deber social. También se debe fortalecer la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, según sus tendencias, se debían evitar impactos dañinos o

perturbadores en el desarrollo equilibrado de la infancia y la juventud, la televisión como medio de comunicación debía contribuir a incrementar la cultura de la población y preservar las características nacionales, las tradiciones y las costumbres del país, la prosperidad del idioma, y resaltar los valores de la nacionalidad mexicana, robustecer las creencias democráticas, la unidad nacional y la amistad o colaboración internacional. El eje rector de dichas máximas era salvaguardar todo lo relacionado con el funcionamiento del país y de sus habitantes, siguiendo las directrices generales que consideran al individuo y a la colectividad que constituyen la actividad de los medios de comunicación más importantes de la época (radio y televisión) (Flores Ramírez 1960, 14).

El monopolio de la empresa Televisa en los años de 1980 causó inconformidad, debido a la transmisión de publicidad no apta y que violentaba la integridad y la salud de los televidentes. Desde 1974 se expidió un reglamento, y posteriormente, en 1984, se reafirmó como ley, la cual responsabiliza a los anuncios en los medios de comunicación, especialmente en la televisión comercial, y establece una definición precisa y clara de las características de la publicidad de bebidas alcohólicas, alimentos chatarra y tabacos. Asimismo, la normativa que impide la publicidad subliminal y los anuncios que menosprecian a la mujer. Los puntos son explicados de manera más profunda en los cuales se señala que la Asociación Mexicana de Agencias Publicitarias (AMAP) se oponía a la mayoría del articulado del proyecto reglamentario referente a la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco y que no se debería exaltar el prestigio social, la hombría y feminidad, expresar o sugerir que su consumo provoca alteraciones en los valores de comportamiento, actitudes y sentimientos de las personas y en especial niños y adolescentes. Se debe contribuir a la educación para la salud y la nutrición de un público informado. En relación con la publicidad en torno a la figura femenina y belleza, no deben difundirse riesgos, que causen peligro para la salud o que fueran en contra de la seguridad de la mujer (Ortega Pizarro, 1984, 12-14).

Los proyectos que se enviaron al Congreso de la Unión en 1959 en materia del funcionamiento de radio y televisión contenían énfasis en lo que dichos medios de comunicación debían transmitir a los televidentes a través de sus programas, mensajes educativos y censurar todos los anuncios que fomentaran el vicio entre el público (*La Voz de Michoacán*, 1959, 1-9). Como una medida a los proyectos gubernamentales en la educación y en una política de

alfabetización se reformularon los contenidos en materia educativa (educadores en el sentido de que muestren conocimiento ceñido a un plan de estudio o un esquema curricular que los profesores debían poner en práctica) en el contenido de algunas transmisiones de televisión se adaptaron películas, series y programas de la televisión comercial. Los especialistas veían a “la educación audiovisual” como un “arma complicada” (*La Voz de Michoacán*, 1959, 5).

3.2 Las primeras televisoras regionales privadas y repetidoras en la ciudad de Morelia, Michoacán

La creación de estaciones de televisión en el país a partir de la década de los años sesenta propició el impulso de los canales locales en México que transformaron e impactaron la forma de la comunicación regional. El canal 10, XHKW se fundó en 1965 (en enero se hace oficial la entrega de la concesión de este) y canal 4, HXGF en 1968 en la ciudad de Morelia, Michoacán y la programación de dichos canales se difundió en la prensa de la época.

La estabilización de la televisión en la ciudad de Morelia inició con proyectos pequeños de establecer estaciones y/o canales de televisión, locales o nacionales. A lo largo de los años, mientras la Ciudad de México consolidaba las estaciones de televisión, en el interior del país, como en Michoacán, surgió la inquietud de contar con señales propias. En la década de 1940, el ingeniero José Martínez comenzó a explorar los requisitos legales y técnicos para establecer una estación televisiva en Morelia. Su experiencia en la radio y su vinculación con los Azcárraga propició que el 15 de abril de 1944, se llevara a cabo la primera transmisión televisiva en la ciudad, desde los estudios de la XEKW. La señal fue recibida en algunos comercios locales y se emitió semanalmente durante cinco meses. Tres años después, en 1968, José Martínez integró su equipo de televisión al Canal 10, un sistema de color y, coincidiendo con los Juegos Olímpicos, Morelia se convirtió en la quinta ciudad del país en disfrutar de este avance. Ese mismo año, José Martínez fundó el Canal 4 como empresa independiente, pero su viabilidad comercial se vio afectada por la falta de apoyo de anunciantes, lo que llevó a que Canal 10 se convirtiera en repetidora de Canal 2 (XEW) y Canal 4 en repetidora de Canal 5 (XHGC) de Telesistema Mexicano. Con el tiempo, ambos canales dejaron de estar presentes en la televisión local (Calderón Herrera, 1995, 143-149; Patiño Ferrer 1998, 10-11).

TELEVISION DE MICHOACAN	
XHKW — TV	CANAL 10
SABADO 16 DE MARZO DE 1968.	
15.45	PATRON MUSICAL DE AJUSTE
16.00	REPORTES DE AMERICA
16.30	CINE EN SU CASA
18.00	LOS TRES CHIFLADOS
18.30	NOTICIERO
18.45	DOCUMENTAL
19.00	TROPA LOCA
19.30	SUPERMAN
20.00	NOTICIERO CUESTION DE MINUTOS
20.05	LA CHICA DE CIPOL
21.00	COMANDOS DEL DESIERTO
21.30	EL AVISPON VERDE
22.00	DIMENSION DESCONOCIDA
22.30	NOTICIERO
22.45	AVANCE CINEMATOGRAFICO
23.15	BUENAS NOCHES

Imagen 24 Programas que transmitía el canal 10 del Estado de Michoacán. Heraldo de Michoacán. 1968.16 15 de marzo de 1968, 04.

El canal 10 de Michoacán fue el primer canal de televisión en Morelia, y junto al canal 4, ambos de corte privado, marcaron el inicio de los canales locales en la entidad, siendo los pioneros y antecesores de los canales y televisoras posteriores en la capital. Para finales de 1969, estas dos televisoras morelianas se convirtieron en repetidoras de los grandes canales de televisión nacional, el canal 5 y el canal 2. Los primeros canales locales en Michoacán difundieron información, hicieron publicidad, divulgación, todo esto en sus contenidos.

Otro proyecto clave de la televisión en Morelia fue la creación del canal 13 (hasta la fecha vigente) que tuvo como antecedente al físico y matemático José Luis Fernández, vicepresidente de Telesistema Mexicano y uno de los creadores de la televisión en México, que sentó la base para la creación de un canal de televisión comercial en la ciudad de Morelia. Sin embargo, quien consolidó dicho proyecto fue su hijo José Luis Fernández, recibió la concesión para Canal 13 de Michoacán, durante el gobierno de José López Portillo, donde se amplió la cobertura de la televisión nacional. TELEvisa, que ya tenía concesiones en el Estado, se encargó de la programación, lo que significó que Canal 13 se convirtiera en una repetidora de su señal y no en una productora local. Con el tiempo, TELEvisa obtuvo cuatro señales en Michoacán, incluyendo los canales 4, 10 y 13, los dos primeros desaparecieron (Fernández, 1989; citado en Calderón Herrera, 1995, 150).

Las estaciones televisoras de corte cultural en el país avaladas por la SCT fueron en

incremento, para el año de 1960, ya eran once (seis de onda larga y cinco de onda corta) las que funcionaban y seis en proyecto de solicitud. Una de las estaciones culturales más importantes que operaba en el país era la XEIPN-TV Canal 11, formaba parte del Instituto Politécnico Nacional (IPN) (*La voz de Michoacán*, 1960, 12).

Las innovaciones para mejorar la calidad de transmisión de programas y que los televidentes recibieran una buena calidad en las imágenes en sus aparatos receptores de TV consistieron en la instalación a lo largo del territorio estaciones y repetidoras (se buscaban espacios de mayor altura para que la señal llegara a las zonas más alejadas): los canales 3 y "12 del Zamorano" (la repetidora era el canal 136) se transmiten a través de la señal ubicada en el Cerro de los Gallos del municipio de Aguascalientes y el Cerro Grande del municipio de La Piedad, Michoacán; las repetidoras del canal 2 y 4 instalados en la ciudad de México eran los canales 7 y 9, estaciones ubicadas en Jesús Altzomoni Paso de Cortés del Estado de México (*La voz de Michoacán*, 1960, 4).

3.3 El Sistema Michoacano de Radio y Televisión

Si bien es cierto que durante las décadas de los cincuenta y sesenta, el uso de la televisión persistía como un fenómeno concentrado en la capital del país, no obstante, el progreso en la tecnología y la infraestructura de las telecomunicaciones permitió que Morelia y otras urbes del interior del país dispusieron de sus propias cadenas de televisión regionales. Esto significó una transformación en esta localidad y un cambio en el modo en que la sociedad recibía información y diversión, lo que forjó un vínculo más sólido con la cultura de los medios nacionales y preparó el terreno para el crecimiento de los medios locales.

Si bien los proyectos de televisión en el Estado ya habían iniciado con los canales 4, 10 y 13 de Michoacán, éstos eran de corte comercial y no satisfacían totalmente las demandas de comunicación e identidad cultural. Sin embargo, fueron los primeros canales que intentaron una construcción de la televisión con un enfoque más público y orientado a la comunidad con el propósito de consolidar la identidad de Michoacán y proporcionar datos significativos a sus residentes.

Para comprender y analizar la estabilización de la televisión en Morelia, Michoacán, es crucial analizar la fundación del SMRTV, el cual se creó con el objetivo de proporcionar

programas educativos, culturales e informativos para la comunidad de Michoacán. El surgimiento de este canal fue un hito para la historia de la comunicación estatal, permitió al estado de Michoacán cubrir no solo la ciudad capital de señal de televisión, sino varias regiones del mismo.

Aunado a lo anterior, es importante la forma en la que se dio la cobertura de programas de televisión al interior del estado, el primer elemento fue el avance de la televisión por satélite, que posibilitó que las señales de televisión alcanzaran zonas alejadas donde no se podía acceder. La transmisión por satélite descentralizó los contenidos y proporcionó una programación más variada y al alcance de los habitantes de la entidad.

El segundo factor crucial para el fortalecimiento del sistema de televisión en Michoacán fue la teoría basada en un modelo de comunicación pública, en el cual se establecía que la televisión pública no solo actuará como un canal de diversión, sino que también cumpliera una función educativa e informativa, que favorece a la consolidación del entramado social. Dicho modelo de televisión debía propagar valores, saberes y fomentar la cultura local y prestar servicios a la comunidad. Finalmente, pero no por ello menos relevante, fue el avance de la comunicación regional y/o estatal. La cual buscaba la descentralización de los medios de comunicación, lo que permitió a las comunidades locales acceso más amplio a la información y a contenidos que representan su realidad y sus requerimientos particulares.

3.3.1 El inicio de la televisión satelital

Se pueden observar distintas fases de innovación técnica de la industria de la televisión en México y por ende en la ciudad de Morelia. La primera fase se encuentra en la regulación del funcionamiento de la industria en dónde los organismos autorizados emitieron leyes para la producción de programas de televisión a través de estaciones; la otra fase inició con la televisión satelital la cual logra la conexión internacional. El proyecto se emprendió en Estados Unidos con el propósito de posicionar los satélites en el espacio y a través de estos transmitir la señal de televisión de manera global. La tercera fase es cuando se establecieron estaciones reguladas por el Estado en la ciudad de Morelia y su funcionamiento dependía de los satélites.

Las innovaciones en las transmisiones vía satélite, en 1963, permitieron la transmisión de eventos importantes en los aparatos de televisión en México como el lanzamiento de la nave Mercury IX, las escenas del funeral de John F. Kennedy y la consagración del Papa Paulo VI

transmitido de Roma a Nueva York por satélite y de ahí a México por microondas. En el país, la televisora que rentó los servicios vía satélite fue Telesistema Mexicano en septiembre de 1965, dicha empresa se vinculó con el primer satélite comercial de Telecomunicaciones: "Pájaro madrugador" (Early Bird). La transmisión de eventos vía satélite promovió espectáculos de talla mundial como la actuación All you need is love de los Beatles en el programa llamado Our World (Nuestro Mundo) en 1967 (Excélsior 2017).

Los hechos en cadena que propiciaron el desarrollo de la televisión satelital en México iniciaron a partir de 1966, cuando el Gobierno mexicano se incorporó a la Organización Internacional de Comunicaciones por Satélite (INTELSAT), con el propósito de usar los artefactos espaciales de dicho consorcio. Anterior a 1968, México carecía de infraestructura satelital propia; por ende, las imágenes que llegaban a los aparatos de televisión en México que provenían de Europa, primero eran captadas en estaciones situadas en Estados Unidos, para después transmitirse mediante microondas al país. A posteriori se pusieron en marcha la Red Nacional de Telecomunicaciones, la Red Federal de Microondas, la Estación Terrestre de Comunicaciones Espaciales de Tulancingo, y la Torre de Telecomunicaciones en la Ciudad de México, vinculadas a los satélites Intelsat II y III (situado en dirección del océano Atlántico). El primer evento de gran magnitud que se difundió a través de la infraestructura de televisión satelital fueron los Juegos Olímpicos de 1968 que se transmitieron a nivel global (los satélites Pájaro madrugador, Amigo, Pájaro celestial y ATS-3 y los satélites rusos Molniya llevaron ante los ojos del mundo un evento deportivo realizado en México y congregó 600 millones de espectadores alrededor del globo terráqueo (González Victoria y Valles Ruiz, 2015, 31-33).

Como parte de las innovaciones en las señales vía satelital para la televisión, las azoteas de las casas de los Morelianos se iniciaron a vestir con las "Antenas Parabólicas" (antena con curvatura en forma de plato, 5 m de diámetro, fabricada en aluminio, con inclinación a 10 satélites). Dichos aparatos captaban las señales "de un satélite situado en el espacio a 35,000 km del Ecuador de programas de televisión realizados en Nueva York Atlanta, Chicago o México", lo que permitía que en la ciudad de Morelia se transmitieran programas desde otras latitudes. Este innovador aparato era vendido en establecimientos de electrónica, la empresa local "López Morton Oficentro las Américas" (*La Voz de Michoacán*, 1984, 07). La era espacial deslumbró para la radio y la televisión, un futuro prometedor debido a que los satélites artificiales permitieron transmisiones,

de la imagen y la palabra hablada, eficientes y a mayor velocidad (*La Voz de Michoacán*, 1964, 11).

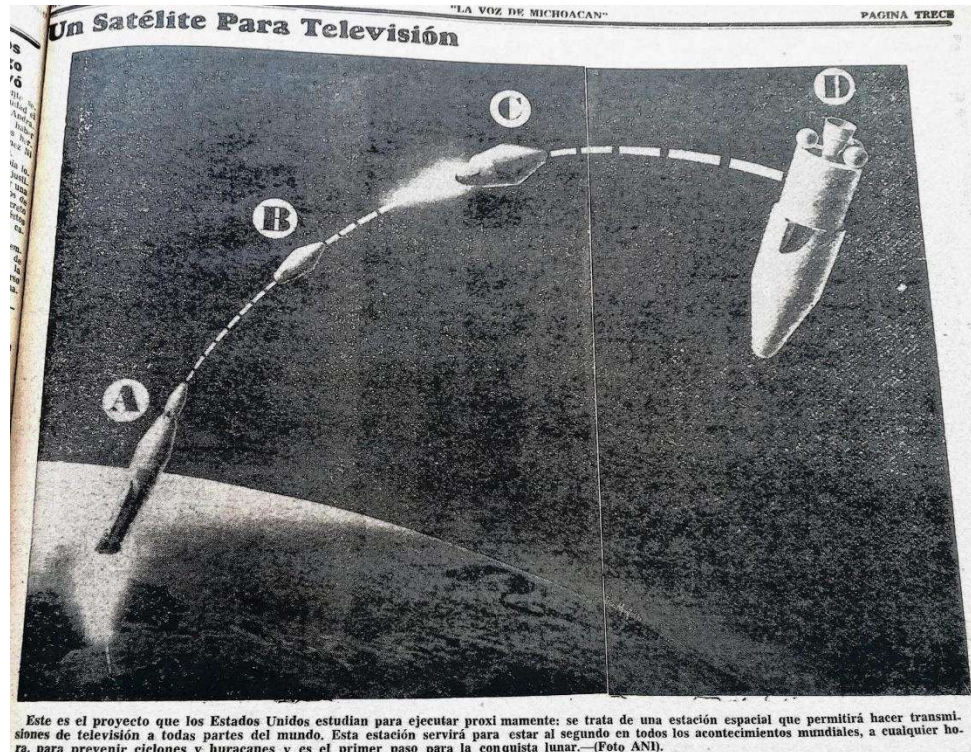


Imagen 25 *La Voz de Michoacán* ilustraba el progreso en la televisión por satélite. *La Voz de Michoacán*. 1962. Junio 27, 1962, 13.

Como se observa en la imagen anterior, las señales de televisión alcanzaron el espacio durante la década de los años sesenta, lo cual representó un hito en las telecomunicaciones, superando a las señales terrestres. Con los avances en la exploración del espacio y la creación de satélites artificiales, surgió la oportunidad de enviar señales de televisión a escala mundial. La televisión por satélite revolucionó el acceso a contenidos en áreas rurales o de acceso complicado, democratizó la información y facilitó la transmisión de acontecimientos mundiales en tiempo real.

El satélite "Telstar", primer satélite de comunicaciones puesto en el espacio en 1962 se inauguró la era de las comunicaciones espaciales. Estados Unidos y Europa se conectaron mediante la retransmisión de imágenes, para México las expectativas hacia la posteridad eran en beneficio de la telecomunicación mexicana, ya que si dicho satélite tenía éxito cubriría las regiones de ambos lados del Atlántico. La victoria en la conquista del espacio generó melancolía hacia el futuro de la palabra impresa, el cine, el radio, y la televisión como propagadores y difusores de

verdades y mentiras que incentivaron y generaron conciencia colectiva (*La Voz de Michoacán*, 1962, 3).

La empresa Televisa se consolidó como un referente en la televisión vía satélite en la década de los años sesenta, durante el Cuarto Informe de Gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, el 1 de septiembre de 1968 la televisión mexicana avanzó dado que se inauguraron los canales XHDF (13) y XHTIM (8). Cuatro años más tarde, en 1972, Canal 8 y Telesistema Mexicano (TSM), líderes en la competencia de audiencias y anunciantes, negociaron su fusión y se creó “Televisión Vía Satélite S.A.” (Televisa), TSM tenía el 75% de control, liderado por la labor empresarial de Emilio Azcárraga Milmo, tras la muerte de su padre, Emilio Azcárraga Vidaurreta (Olivares Arriaga, 2002; Hernández Lomeli, 2006, 183-187; Fernández y Paxman, 2021; Carranza Trinidad, 2024, 479-483).

La estrategia comercial de Canal 8 y su socio Grupo Alfa fracasó, de modo que Alfa vendió su participación accionaria a TSM, por consiguiente, Televisa se consolidó bajo la dirección de Azcárraga Milmo. A partir de esto Televisa se expandió como líder en comunicación y entretenimiento en habla hispana, impulsó alianzas estratégicas e innovaciones tecnológicas, como el uso de satélites internacionales y nacionales (Morelos y Solidaridad), que fortalecieron su cobertura en México y en el escenario internacional (Mejía Barquera, 1989; González Victoria y Valles Ruiz 2015, 35-36).

3.3.2 La televisión pública

El origen del SMRTV, es clasificado como una televisora pública, pero ¿qué es la televisión pública y cómo fue su surgimiento y su fin en México? La televisión pública en México tuvo un convulso origen y desarrollo debido a que no se definió un diseño a seguir, sino que los canales de televisión se movieron en dos campos, el campo de las cadenas estadounidenses y europeas de TV, lo que generó que se convirtiera en un modelo mixto al momento de la trasmisión y producción de programas. El funcionamiento de la televisión pública depende de un patrocinio político, por ende debía responder a los intereses del Estado, sin embargo, la inversión económica era limitada, Toussaint Alcaraz (2007; 2009) y Lizárraga Salas (2009) señalan que para un funcionamiento adecuado de la televisión pública deben aplicarse reformas para la autonomía financiera y editorial de los canales, difundir los contenidos en las plataformas digitales emergentes, para promover la

educación y la cultura que es la esencia de ella. El Canal 11 y Canal 22 son bastiones de la televisión pública en México, los cuales han aportado a los televidentes programas de cultura, entretenimiento, política, economía, deportes, sociedad, tecnología, gente y opinión. Dichos canales han subsistido en entornos de globalización, competencia con cadenas internacionales, intereses comerciales y tecnológicos.

La televisión pública en México estuvo marcada por objetivos académicos que se pusieron al servicio de las causas nacionales (como el combate al analfabetismo). La televisora que surgió bajo los principios de ese concepto fue el canal XEIPN Once TV México que inició transmisiones el 2 de marzo de 1959, su primera transmisión fue una clase de matemáticas, después se incluyeron cursos de inglés, francés y ciencias sociales, con el subsidio de instituciones gubernamentales y privadas se iniciaron a producir programas artísticos, musicales, literarios y científicos, el Canal 11 se encontraba bajo el manto del Estado. En 1972 el gobierno adquirió el canal 13, con las siglas, XHDF TV, para sentar las bases de una televisora que estuviera de manera intrínseca a su servicio (González Victoria y Valles Ruiz, 2015).

La aplicación de la televisión en el futuro educativo, que deslumbraba a los especialistas en educación de la época, se manifestaba en la actividad intelectual, como el seminario 'Televisión educativa', que planteó cómo este medio de comunicación podría contribuir a la enseñanza en América Latina, debido a su alcance a los distintos estratos sociales. Ya que el objetivo era producir programas de televisión educativa para adultos y niños, la televisión tendría que ser una herramienta incluida en la pedagogía (*La Voz de Michoacán*, 1964, 02).

La televisión, poco a poco en México, se convirtió en un instrumento para los proyectos políticos (desde su génesis el proyecto, TV y gobierno estuvieron enlazados). Sin embargo, los proyectos políticos cambiaron en cada sexenio, en el gobierno de Adolfo López Mateos se buscó impulsar, mediante el financiamiento del gobierno, la televisión al campo de la enseñanza educativa, lo que implicaba un servicio de programas y su propagación entre las áreas de alcance en la cobertura a través de estaciones y retransmisores (*La Voz de Michoacán*, 1964, 5 y 12).

Otro de los momentos clave para el uso de la televisión en los proyectos de gobierno fue el del presidente Gustavo Díaz Ordaz y su impulso de “la campaña nacional de alfabetización” a través de los medios de televisión debido a que éstos tenían la eficacia necesaria para el aprendizaje

del alfabeto, y contribuía a una mayor asimilación de los conocimientos, especialmente cuando la mayoría de los discípulos son adultos con ganas de aprender. La instrucción por televisión representó un auténtico esfuerzo del gobierno del presidente Díaz Ordaz cuyo proyecto de dedicación se encontraba reforzado por la dignidad humana, la sagrada integridad familiar y la íntima solidaridad humana basada en la igualdad de derechos de todos los individuos sin privilegios de ninguna clase (*La Voz de Michoacán*, 1965, 3).

Los medios públicos en México emanaron y se desarrollaron en un contexto de globalización; sin embargo, el enfoque en el país fue mostrar la identidad de los estados que la conformaban, la producción de contenidos se caracterizó por ser espacios incluyentes que asumieran distintas posturas, hombres y mujeres que mostraran la cultura, arte, ciencia, diversión y entretenimiento. Las actividades de los medios públicos se minimizaron debido a que se convirtieron en medios de los gobernadores con duración de un sexenio. El funcionamiento de los canales públicos es gracias al subsidio del presupuesto del erario estatal, por ende, debían responder a las expectativas de la población en diversión, entretenimiento, cultura, arte y cine lejos de la banalidad comercial de los medios privados (Solórzano, 2009).

El modelo de los medios de comunicación pública, en específico la televisión, se alejó de la forma en la que operaban, los de comunicación privados y su modelo comercial establecido a partir de 1950, era basado en el de la televisión estadounidense. Dicho modelo generó en la sociedad una "cultura idiota": es una simplificación del contenido cultural, los medios en específico la televisión priorizan el entretenimiento superficial y el consumo masivo, se impulsa debido a la búsqueda de grandes audiencias y la masificación de la información se favorece la distracción y conformismo, se excluyen los valores educativos e intelectuales, el pensamiento crítico y el análisis profundo lo que afecta la calidad educativa y el pensamiento social (Bernstein, 1992; Esteinou Madrid, 2009, 123-174; Esteinou Madrid, 2011, 11-32).

La comunicación pública se convirtió en una herramienta para impulsar el desarrollo nacional, su propósito no es generar rating (un concepto emanado de la televisión comercial que mide de manera numérica y sistemática el nivel de audiencia de los programas y con base a eso se determina el éxito económico), sino aportar beneficios que estabilicen y fortalezcan el tejido social. La encomienda de un canal público en México es la de construir una conciencia colectiva capaz

de abordar problemas locales, regionales y nacionales, que contribuyan a la gobernabilidad, la pluriculturalidad y el respeto por la libertad de información. Es una inversión estratégica para fomentar la paz, intensificar la participación comunitaria y promover condiciones esenciales para la convivencia en sociedades plurales. El financiamiento por parte del Estado es indispensable para reforzar la ciudadanía y equilibrar las expresiones colectivas, y evitar que renuncie a su papel rector en beneficio de intereses a los monopolios. La comunicación pública se convirtió en un instrumento para transformar mentalidades y cimentar sociedades equitativas y cohesionadas (Esteinou Madrid, 2009).

El buen funcionamiento y administración de los medios de comunicación públicos, o también llamados medios gubernamentales (por ser servidores de propaganda política de los gobernadores), corresponde a la figura de los directores. Los aspectos productivos de la televisión pública deben estar reflejados en un equilibrio de ingresos y egresos, así como evitar el desfase en el presupuesto destinado al medio público como institución, el trabajo informativo debe de tener autonomía editorial ante el gobierno, los poderes fácticos y comerciales. Las acciones para este buen funcionamiento en los medios públicos se deben autorregular con códigos de ética o políticas editoriales y elegir a representantes que actúen como interlocutores en situaciones específicas. La programación de la televisión pública debe ser apta para la crítica y formar sociedad crítica, debe de enfocarse a las minorías o a grupos sociales excluidos por los medios comerciales, o aquellos a quienes son señalados por estereotipos que no se ajustan a la norma. En ese tenor, se debe fomentar el uso del idioma español. La colaboración entre los medios públicos de comunicación en países de América para compartir contenidos culturales, incentivar la producción independiente y joven. El ambiente laboral que brinde oportunidades a los profesionales, con relaciones contractuales y condiciones de trabajo justas, son parte del buen funcionamiento institucional de los medios públicos (Navarro, 2009).

En México los medios de comunicación (la radio y la televisión) regionales o estatales en la categoría de medios públicos (González Reyna, 1989, 187-191; Esteinou Madrid 1999, 153-185; Béistegui, 2007, 225-227; Fuentes Berain y Juárez Gámiz, 2008; Esteinou, 2008; Morales Barba, 2008; Huerta-Wong y Gómez García 2013, 113-152) funcionan como una institución, entendida como un conjunto de reglas, normas, valores y costumbres que estructuran las acciones sociales, la institución perdura en el tiempo. Es una arena neutra en donde se persiguen intereses políticos,

y una estructura organizada que influye en el pensar, sentir y actuar de los individuos en los espacios macro y microsocioal (Meyer y Rowan, 1977, 340-363; March y Olsen, 1984, 734-749; Diccionario Jurídico Mexicano, 1988, 1745-1748; Knight, 1992; Castillo, 1997; March y Olsen, 1997; Peters, 2001, 304-325; Rothstein, 2001, 199-246; Herrera Gómez y Castillo, Antonio 2004, 49-87; Shepsle y Bonchek, 2005; García Jurado, 2005, 217-220; Brismat, 2014, 31-40; Torres Espinosa 2015, 117-137).

Los medios de comunicación regionales públicos producen contenido relacionado con las tradiciones y formas de vida en común de las personas de la región, por ende, la producción es más objetiva debido a que existe una cercanía con el mensaje del emisor que llega al receptor. La función que cumplen dichos medios es la difusión de información, cultura y entretenimiento, lo que les permite a las regiones mantenerse al tanto de problemáticas directas, nacionales e internacionales. La justificación de su existencia responde a la necesidad de proporcionar información accesible y adaptada en el contexto microsocioal para potenciar el diálogo y soluciones a problemáticas en común. El papel que cumple el gobierno es hacerlos funcionar mediante estrategias para fortalecer las gestiones y acercarse a los ciudadanos (Sistema Michoacano de Radio y Televisión, 2009).

Los problemas y los cambios repentinos en quienes dirigían los canales de comunicación estatal en México son muy frecuentes y sinónimo de una falla en su funcionamiento. El arrasador monopolio de los canales comerciales deja en un segundo plano a los canales estatales. El monopolio de la televisión comercial alcanzó los confines de la cultura, y después impuso un precio. Las campañas de gobierno y secretarías de Estado, a menudo demagógicas y sin coordinación, funcionaron como una fuente de ingresos para los empresarios de radio y televisión. Televisa fue la encargada de gestionar la información gubernamental para el público, mientras que los medios oficiales pasaron por alto todas las noticias que surgen fuera del boletín de prensa. Nunca se llevó a cabo un programa que considerara la amplia variedad de culturas, territorios, colectivos y entidades (Toussaint Alcaraz, 1984, 404-413).

3.3.3 Creación del Sistema Michoacano de Radio y Televisión

Los medios locales emergieron en las comunidades locales debido a la necesidad de tener acceso amplio a la información, y más vías de expresión. Los líderes políticos ven en dichos medios un soporte que les facilita la tarea de gobernar. El enfoque de comunicación en los medios locales es incentivar las acciones a través del diálogo y buscar respuestas a dificultades compartidas. En la televisión local se atienden demandas de información educativa para diversión del público. El estado de Michoacán reflejó una infraestructura que permitió una transmisión de mensajes de alta calidad que reflejó las necesidades locales a los habitantes, destacando compromiso con el bienestar social (Sistema Michoacano de Radio y Televisión, 2009).

El antecedente más antiguo de los medios públicos o medios estatales y/o regionales en México se encuentra en la ciudad de Aguascalientes. La televisión comenzó a emitir señales en 1976 con la fundación de la Radio y Televisión de Aguascalientes (RYTA), un canal de televisión del Canal 10 y perteneció al Instituto Cultural de Aguascalientes, la misión de dicho canal de televisión era promover valores, cultura y conocimiento (Padilla de la Torre, 2007,101-128; León, 2011, 43-69; Periódico Oficial del Estado de Aguascalientes, 2020).

El proyecto que antecedió a la creación de canales estatales en México fue la dirección General de Radio, Televisión y Cine en 1977, la labor que cumplió dicha dirección fue: coordinar y evaluar los programas del Instituto de radio, televisión y cinematografía; dirigir la operación de la Cineteca Nacional y el registro público cinematográfico, la Televisión Rural Mexicana y el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión del Gobierno Federal (“Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía”, s.f.; Gómez Garcia, 2005, 249-273).

Como proyecto nacional, se estableció la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía en distintos estados de la República, en el estado de Michoacán se instituyó la dirección en el año de 1981. En el decreto que estableció su creación se señala que sus funciones esenciales son: la difusión de la “obra institucional de Michoacán” mediante imágenes de radio, televisión, y cine al resto de la República; los programas debían ser de interés recreativo, cultural y cívico; el conocimiento se debía de fomentar desde los valores históricos y culturales en Michoacán y el resto del país; se deben prestar los servicios a los habitantes del Estado; fomentar la participación ciudadana mediante las frecuencias del Gobierno en turno de Michoacán (*Periódico Oficial del*

Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, 1981).

Como la materia no se crea ni se destruye, solo se transforma, la Dirección de Radio, Cine y Televisión se transformó en un proyecto de comunicación estatal llamado el Sistema Michoacano de Radio y Televisión (SMRTV) establecido por decreto el 12 de julio de 1984 como un organismo público descentralizado. Estos organismos son entidades o áreas del sector público del Estado creadas por ley o decreto del Congreso de la Unión o por decreto del Ejecutivo Federal, cumplen una función administrativa, prestan servicios públicos, ejecutan obras públicas y realizan actividades socioeconómicas de interés público para lograr alinearse con los objetivos del Estado (Rubio, 2017; Fernández Ruiz, 1997, 35-55, Fernández Ruiz y Fernández Ruiz, 2023,139-148; *Yo me acuerdo que...* 2024).

El decreto de creación del SMRTV como Organismo Público Descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio; con frecuencias de radio y televisión de interés público; y debían de ser asignadas al gobierno del Estado por el gobierno Federal. Los objetivos que el SMRTV debía cumplir eran un facsímil de las funciones que cumplía la Dirección de Radio, Cine y Televisión en Michoacán. El SMRTV debía administrar la ley de la materia, las frecuencias de radio y televisión otorgadas por el gobierno del Estado; producir programas que promuevan la identidad cultural regional y nacional y los valores que pugnan por la mejor convivencia, programas que impulsen la investigación en materia de medios de comunicación masivos; el canal SMRTV debía de administrar, conservar y operar las instalaciones que le asignara el gobierno estatal. Asimismo, el canal debía trabajar en coordinación y colaboración con el gobierno federal, gobiernos estatales y municipales e instituciones públicas y privadas nacionales y del extranjero para la producción de contenidos (*Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, 1984*).

En 1984 el SMRTV comenzó a operar en un edificio ubicado en la esquina de las calles Galeana y Guerrero en el centro de Morelia, Michoacán, se emprendieron actividades administrativas, toda la planeación y un poco ya la operación, se inició el levantamiento de diversas imágenes. El decreto de creación se emitió en julio de 1984 como una disposición gubernamental que le da formalidad inicio de transmisiones del SMRTV EL 29 de septiembre de ese mismo año (Calderón Herrera, 1995; *Morelia de Ayer y Hoy*, 2008).

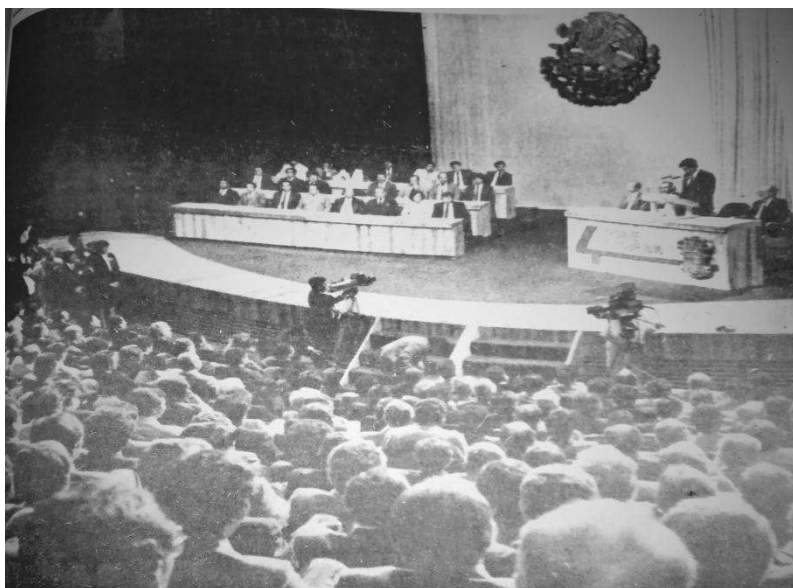


Imagen 26 Discurso del gobernador Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano imagen tomada de Cárdenas Solórzano, Cuauhtémoc. 1984. IV informe de gobierno del Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, 29 de septiembre de 1984. En *La Voz de Michoacán*, 25b. Morelia, Michoacán.

La fundación del SMRTV obedeció a la gestión de 24 frecuencias de radio y cinco de televisión (Morelia, Zamora, Puruándiro, Apatzingán y Uruapan), otorgadas por el Gobierno Federal al del Estado. Las operaciones oficiales del canal público regional se llevaron a cabo durante el mes de septiembre de 1984. En palabras del entonces gobernador del Estado de Michoacán, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, la creación del Sistema Michoacano de Radio y Televisión:

... Obedece a la necesidad de establecer y mantener una comunicación sistemática, estrecha y la cobertura más amplia que sea posible entre pueblo y gobierno. Ofrecer nuevos medios de expresión a los michoacanos, se estima que el sistema será una nueva alternativa, con un auditorio y base económico locales, permitiendo un mejor conocimiento del país, y Michoacán en sí y el mundo, y para fortalecer nuestra propia identidad (Cárdenas Solórzano, 1984, 25b).

Los medios regionales nacieron como respuesta a la demanda de las comunidades locales por un mayor acceso a la información y espacios de expresión. Las autoridades reconocieron los beneficios de una comunicación cercana y efectiva para el ejercicio de gobierno. A través de la radio y la televisión, se buscaba satisfacer las necesidades de información, educación y entretenimiento de la audiencia local. Para ello, se empleaban palabras, imágenes y antecedentes que promovían la solución de problemáticas colectivas. El uso del satélite Morelos, permitió llevar

los mensajes a la mayoría de los habitantes del Estado, y en ocasiones a todo el país (*Morelia de Ayer y Hoy*, 2008).

Aunado a lo anterior, la acción de gobernar se modificó gracias a los medios de comunicación en el siglo XX, se observa en el decreto de creación de un medio de comunicación estatal público, como lo es el SMRTV. El gobierno estatal veía a la tecnología de la radio y televisión como una opción viable, moderna y eficiente, como promotores del desarrollo general. El gobierno adquirió el compromiso de realizar labores en la educación popular y la difusión de la cultura nacional y universal; dar a conocer los bienes y servicios necesarios para fortalecer el entendimiento entre los michoacanos; así como preservar y exaltar la identidad de Michoacán a través de los medios de comunicación vigentes en la época (radio y televisión) (*Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo*, 1984).

El camino del SMRTV se trazó a partir de principios enfocados a la producción de programas de televisión con temáticas culturales y educativas. En materia educativa, el SMRTV se convirtió en apoyo hacia la educación en Michoacán, tanto en radio como en televisión (Villegas 2024).

Al hablar de la televisión como un aparato educativo, hay que considerar que la integran varios elementos de percepción, en una sociedad puede visualizarse como un medio que permite aprender cosas nuevas, un instrumento para el uso en la escuela y en el hogar, como un medio proveedor de cultura, es clasificada como un medio de comunicación que mal educa a los infantes, debido al contenido violento, sexual, vocabulario inadecuado, etc. La televisión es entendida también como un agente de cambio de mentalidad y conducta, en extremos de descuido la televisión se convirtió para algunas familias en “la nana electrónica” debido a que es la encargada de cuidar, entretener a los hijos (Navarro Casillas, 2003, 143-163).

El ciudadano ya no investiga ni reflexiona por sí mismo, sino que consume pasivamente la información. La televisión simplifica la realidad, reduce los temas complejos a mensajes cortos y emocionales. Sartori (1998) señala que la televisión ha transformado al ser humano en un “*Homo Videns*”, es decir, un individuo que prioriza lo visual sobre lo conceptual y advierte que la televisión, lejos de educar y enriquecer el debate público, lo empobrece al convertirlo en un espectáculo superficial. Las metas que se planeaban cubrir con la creación del SMRTV fueron claras desde el inicio:

“Ampliar la cobertura radiofónica y televisiva, producir mensajes útiles, cercanos y atractivos para la población, y fomentar el desarrollo de los habitantes del estado. Transmitiremos programas con una duración de hora y media, abordando de manera amena y cercana los aspectos sociales, políticos, económicos y culturales del estado. Este será un espacio para manifestar la riqueza material y humana con la que cuenta Michoacán, fomentando la convivencia solidaria como camino hacia mejores formas de vida” (Sistema Michoacano de Radio y Televisión, 2009).

Para alcanzar los objetivos que plantea el organismo de comunicación local en Morelia, Michoacán, se amplió la cobertura de radio y televisión, se realizó una producción de contenidos útiles, cercanos y atractivos, para atender las necesidades informativas, educativas y recreativas de la población. Con el SMRTV se mejoró y se rediseñó el enfoque, los programas de noticias para su alcance en todo el Estado. Por otro lado, la transmisión de un programa televisivo que abordara de manera dinámica y accesible, aspectos sociales, políticos, económicos y culturales del Estado, de lunes a viernes con una duración de hora y media (*Morelia de Ayer y Hoy* 2008). Siguiendo el estricto orden cronológico en Michoacán, el SMRTV fue el medio de comunicación que se impulsó con equipo de primera calidad. El modelo de televisión inicial fue mutando a lo largo de los años, como señala el subdirector de televisión, Enrique Villegas:

“Con el tiempo, el papel de los medios ha cambiado significativamente debido a las plataformas y los medios digitales. En los años 80 y 90 se pensaba que la televisión arrasaría incluso con la radio. Hoy vemos que la radio ha retomado un papel importante, buscando adaptarse a las nuevas plataformas y lenguajes como los de Facebook o Instagram” (Villegas 2024).

El SMRTV se convirtió en un espacio para fortalecer el servicio a la sociedad y al gobierno, de esa misma manera el gobierno adquirió la obligación de dar mantenimiento a la infraestructura, renovar equipos de grabación y edición, invertir en instalaciones, equipos informáticos, contar con los recursos necesarios para contratar servicios profesionales, gestionar patrocinios y coproducciones (*Morelia de Ayer y Hoy*, 2008).

Las normas para la producción del canal SMRTV, se establecieron en el documento: “Sistema Michoacano de Radio y Televisión: Reglamento de Programación y Producción”. El reglamento se dividió en dos secciones, la primera es el “Reglamento de Programación y Promoción” en dónde se establece la integración de los programas de televisión, los horarios de mayor audiencia potencial, por qué integrar los programas, películas, promocionales, cápsulas y similares de producción externa. Además, las campañas para divulgar avances del sector público

en la solución de problemas, la prohibición de la promoción de bebidas alcohólicas, cigarrillos y productos, servicios o conductas inadecuados. En la segunda sección se establece el “Reglamento de Producción” en la cual se señala que la producción estará encaminada a la línea que determine el Gobierno del Estado, los gustos, hábitos, y capacidades, la necesidad de la interacción del público en la producción de programas, el porcentaje de producción interna y externo, la forma en la que se producen programas: en vivo, grabada o mixta (Reglamento de programación y promoción del Sistema Michoacano de Radio y Televisión, s.f).



Imagen 27 Funcionamiento técnico del SMRTV, la interacción de la máquina y el ser humano Yo me acuerdo que 2024. “Así inició el SMRTV.” Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de radio y televisión: Todo el Sistema al Pueblo.

El crecimiento del SMRTV y de sus funciones propició su instalación en la Loma de Santa María, calle José Rosas Moreno, número 200, colonia Vista Bella, en la ciudad de Morelia, Michoacán, en la cual permanece hasta la fecha. Con el establecimiento del SMRTV en su nueva sede, se caracterizó como el único medio de radio y televisión con una amplia cobertura estatal, con repetidoras en múltiples localidades del Estado, como Uruapan, Zamora, Lázaro Cárdenas, La Piedad y Apatzingán; y figuró como la primera televisora regional en el país en realizar transmisiones a través de los satélites Morelos I y II (Yo me acuerdo que. 2024).

Desde el SMRTV se impulsó el fortalecimiento de los medios de comunicación públicos en México, debido a que en la ciudad de Morelia se realizó la primera reunión de televisoras regionales, un antecedente para la creación de la Red Nacional de Medios Públicos en México como un organismo regulador de los sistemas de radio y televisión de servicio público otorgados a gobiernos estatales, o a instituciones educativas y sociedad civil (Sistema de Información Cultural, 2003, 176-178; Esteinou, 2008). El proyecto de la creación de dicha red, también

contemplaba la comercialización de programas, investigaciones de auditorio que permitieran evaluar frecuentemente el tipo de público, sus necesidades y gustos por los programas más buscados (Ovando, 1986; citado en Calderón Herrera, 1995, 156).



***Imagen 28** Fachada principal de la sede del SMRTV. Sistema Michoacano de radio y televisión, dir. 2012. Sm 28 años siendo la radio y la tele de todos. “Historia del Sistema Michoacano de Radio y Televisión.” Morelia, Michoacán.*

La televisión pública ayudó a que los michoacanos obtuvieron un lugar propio en el escenario mediático nacional, fomentando su identidad cultural y facilitando la propagación de contenidos que representan la diversidad de la región con la puesta en marcha del SMRTV el cual representó un progreso en la democratización de la información y la variedad de contenidos en la televisión pública. Se alcanzó una mayor cobertura en las viviendas de Michoacán, se posibilitó que no solo sea un medio de diversión, sino también un instrumento de educación, propagación cultural y robustecimiento de la identidad regional.

3.3.4 Programas de televisión emitidos por la señal del SMRTV

Después de observar la norma bajo la cual emergió el SMRTV, es momento de analizar si la producción de programas siguió las reglas de operación medulares, las cuales distan del modelo comercial de televisión. Los primeros programas educativos y culturales que transmitieron los canales públicos de televisión en México tenían un enfoque en fomentar una cultura de la imagen que fuera más allá del consumo masivo, se buscaba ofrecer contenido que incentivara al espectador

a participar, aprender y a reflexionar sobre su entorno social y cultural. El SMRTV se posicionó en el estado de Michoacán como un promotor de la educación y la cultura, la televisión pública en la entidad debía tener un impacto profundo en las audiencias de todas las edades.

El domingo 30 de septiembre de 1984, un día después de que el gobernador constitucional Cuauhtémoc Cárdenas señala la creación de un canal estatal, en su IV Informe de gobierno, se transmitió la siguiente programación, como se observa en la **Imagen 29**: 10:15 de la mañana, Transmisión en vivo: Desfile cívico militar; 17 horas el documental: Los últimos de su especie, una cita con la muerte; 17:30 horas; documental: Hacia el mañana; 18:00 horas el programa infantil: Érase que se era "cuando todos los niños del mundo"; 19: 00 horas Programa especial: Desfile Cívico Militar; y finalmente a las 20:00 horas Cine Club con la película Glabe y Lombard (*La Voz de Michoacán*, 1984, 12).

 Sistema Michoacano de radio y televisión	
CANAL 2 MORELIA	
PROGRAMACION DOMINGO 30 de SEPTIEMBRE 1984	
HORARIO	
10:15	TRANSMISION EN VIVO DESFILE CIVICO-MILITAR EN HONOR AL NATALICIO DE J.Ma MORELOS
17:00	LOS ULTIMOS DE SU ESPECIE "CITA CON LA MUERTE"
17:30	HACIA EL MAÑANA
18:00	ERASE QUE SE ERA "CUANDO TODOS LOS NINOS DEL MUNDO"
19:00	PROGRAMA ESPECIAL "DESFILE CIVICO MILITAR"
20:00	PELICULA "GABLE Y LOMBARD" James Bralin y Jill Clayburgh
 DOCUMENTAL  ESPECIAL	
 CINE-CLUB  EDUCATIVO	
 INFORMATIVO  INFANTIL	

Imagen 29 *La Voz de Michoacán*. 1984. 30 de septiembre de 1984, 12.

Algunas de las transmisiones que vistieron la programación del SMRTV como medios de comunicación estatal durante el año de 1984 fueron: programas educativos como la serie de capítulos “Fase” en dónde se presentaban temas relacionados con la Historia, Biología, Arte, etc., la transmisión del capítulo uno era sobre la revolución industrial china (*Fases*, 1984, Episodio 1); en el capítulo dos se transmitió el conocimiento de las hojas y los hongos (*Fases*, 1984, Episodio 2); el capítulo cuatro mostraba qué era un ave y aves de granja (*Fases*, 1984, Episodio 4); el capítulo diez sobre arte mostraba concierto de Orquesta Sinfónica de Michoacán y la técnica del pincel oriental (*Fases*, 1984, Episodio 10).

Los programas infantiles también resultaron importantes en los primeros meses de transmisiones del SMRTV, la serie “Érase que era” presentó en el primer capítulo “Los hijos del capitán Grant”; en el capítulo dos “Un domingo feliz” (*Érase que era* 1984, Episodio 1); en el capítulo tres “El ruiseñor chino” (*Érase que era*, 1984, Episodio 3); y en el capítulo cuatro “Los tres pelos del diablo” (*Érase que era*, 1984, Episodio 4). El canal de televisión mantuvo el entretenimiento ligado a las líneas de transmisión de cultura, en la serie “Noches de cine” se transmitió la película: Sangre y arena (Mamoulíán, 1941) el 3 de noviembre de 1984 (*Noches de cine*, 1984, Episodio 1).

En el papel de un medio público en específico del SMRTV, desde su origen, se mostraron actividades al público en las artes escénicas, plásticas, y la literatura, la transmisión de Festivales como el Internacional de Títeres, de Teatro, de Música, y Cine; sin embargo, como menciona Villegas (2024) se debe encontrar un balance en la producción del programa, impulsar y difundir el medio de comunicación de los michoacanos.

Un año después de su inicio, el SMRTV amplió su presencia en el estado de Michoacán a lo largo de sus estaciones de televisión: en Morelia (Canal 2), Uruapan (Canal 10), Lázaro Cárdenas (Canal 6), Zamora (Canal 10) y Apatzingán (Canal 4). Semanalmente, se emitían 100 horas de contenido a través de las cadenas televisivas, repartidas de la siguiente manera: “9% de servicios públicos, 15% respaldo educativo, 16% difusión cultural, 20% información y 40% recreación” (Cárdenas Solórzano, 1985, 16).



Imagen 30 Programación del primer aniversario del SMRTV. La Voz de Michoacán. 1985. 29 de septiembre de 1985.

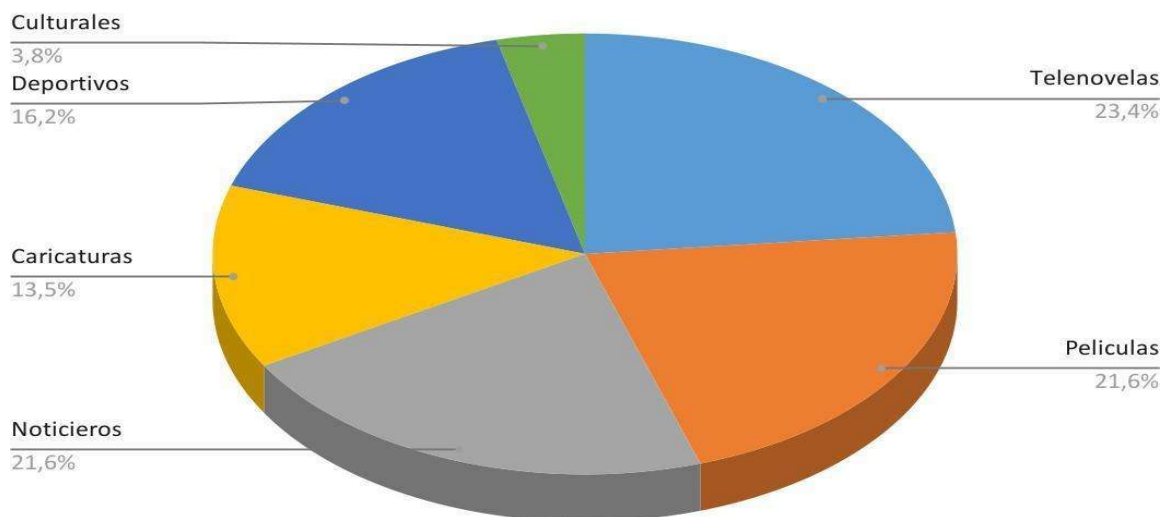
En el primer aniversario del SMRTV se muestra una televisora totalmente en funciones que emite programas de corte distinto en las 4 repetidoras en todo el Estado de Michoacán, la programación muestra un contenido infantil, político, cultural y artístico; a las 9:00 horas se inauguró la programación con un programa infantil; a las 10:00 horas se emitió el Quinto Informe del Gobierno del Estado; a las 13:00 El Especial 1 o Aniversario del Sistema Michoacano de Radio y Televisión; a las 14:00 Fiesta Michoacán; 15:00 Programación Artística para damnificados del sismo de Michoacán y el Distrito Federal; 16:00 Cine Mexicano "El Juicio de Martín Cortés"; El evento de la semana; 19:00 especial aniversario del sistema Michoacano de Radio y Televisión; 20:00 Conoce a tu Vecino; 21:00 Especial de la serie Experiencias; 22:00 Especial Informativo; 23:00 Ballets Nacional de México.

Durante el año de 1985, se encontró una vasta producción y trasmisión de programas del

SMRTV, lo que muestra una fase de estabilización en la travesía de la televisión en la ciudad de Morelia. Algunas de las transmisiones de antaño que se encuentran resguardadas en el SMRTV son: Juan sin miedo: "La cueva del dragón", "El castillo encantado" (*Juan sin miedo*, 1984); Telenovela "Una Pura y Dos con Sal" (Villaseñor Kuri, 1983); Serie: "Algo sobre..." (*Algo sobre...* 1985); Serie: Rincones de México (*Rincones de México*, 1985); Programa: Hablando de música. Arturo Castro Jr. y Daniel Riobos Jr. II (*Hablando de música*, 1985); la serie animada: La abeja Maya (Saitô, 1975); y el programa "Conoce a tu vecino" dirigido por Salvador Flores (Gassol, 1985), entre muchas más transmisiones de programas que llegaban a los morelianos a través de la señal del SMRTV (canal 2 en la ciudad de Morelia) en 1985.

En junio de 1985, María Antonieta Rebeil Correa llevó a cabo un proyecto para elaborar una investigación de auditorio y definir el perfil de la audiencia del Canal 2 de Morelia. El Estudio tomó en cuenta distintos factores en la ciudad de Morelia, como la edad de la persona que contestaba el cuestionario, si era hombre o mujer, y la colonia donde vivía, entre otras (Rebeil Correa, Melgarejo, y Rojas Zamorano 1986; citado en Calderón Herrera, 1995, 156-160). Las siguientes gráficas se elaboraron a partir de los resultados presentados en la Investigación:

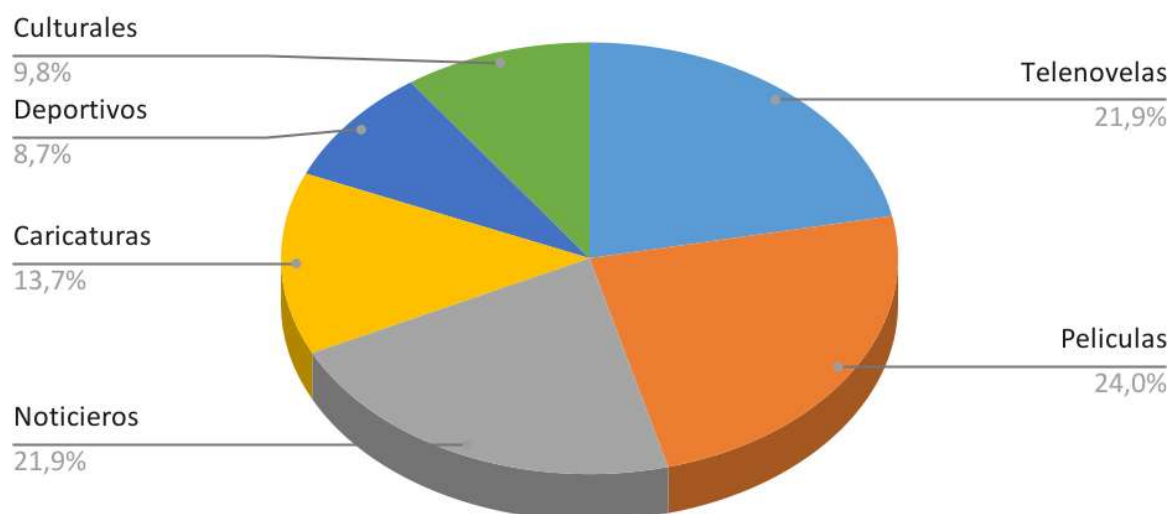
Programas de televisión favoritos en las colonias: Tenecia Santiaguito, Isaac Arriaga, Independencia, Obrera y Jacarandas en 1985 Morelia Michoacán



Gráfica 7 Elaborada partir de los datos presentados en Rebeil Correa, María A., Carlos Melgarejo, y Alberto Rojas Zamorano. 1986. Investigación de auditorio, Investigación de auditorio y definir el perfil de la audiencia del Canal 2 de Morelia. Morelia.

En 1985, en la tenencia de Santiaguito y las colonias Isaac Arriaga, Independencia, Obrera y Jacarandas (**Gráfica 7**), ubicadas al norte de la ciudad de Morelia, el 23.4% de los televidentes preferían ver una telenovela; el 21.6% noticieros; el otro 21.6% películas; el 16.2% programas deportivos; el 13.5% caricaturas; y el 3.8% programas de corte cultural.

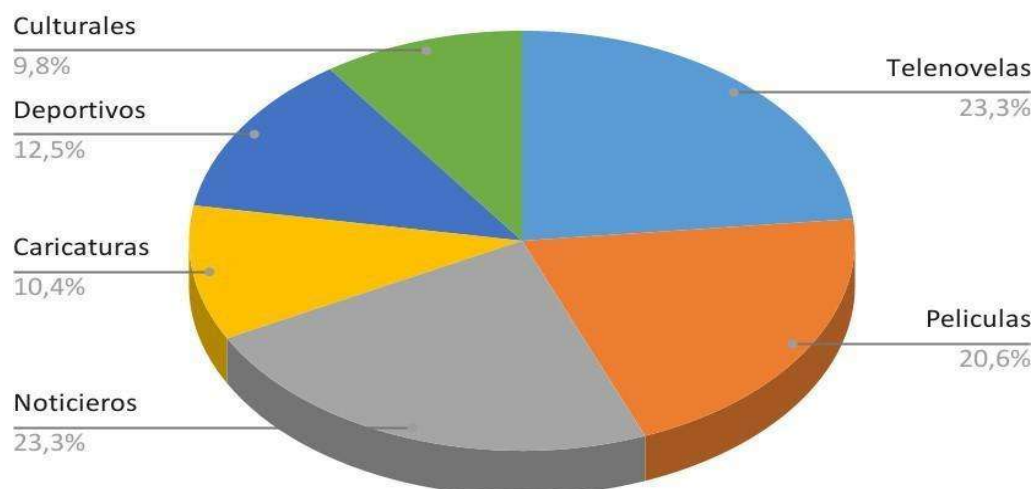
Programas de televisión favoritos en las colonias: Lomas de Hidalgo, Infonavit Camelinas, Indeco, Ventura Puente y Prados Verdes 1985 en Morelia, Michoacán



Gráfica 8 Elaborada a partir de los datos presentados en Rebeil Correa, María A., Carlos Melgarejo, y Alberto Rojas Zamorano. 1986. Investigación de auditorio, Investigación de auditorio y definir el perfil de la audiencia del Canal 2 de Morelia. Morelia.

En una segunda sección de colonias conformada por Lomas de Hidalgo, Infonavit Camelinas, Indeco, Ventura Puente y Prados Verdes (**Gráfica 8**) en dónde el nivel de vida de los morelianos era determinado por 2 a 4 veces el salario mínimo en 1985 el porcentaje de aceptación, y gusto por los programas de televisión son: noticieros 21.9% películas 24.0 % telenovelas 21.9% caricaturas 13.7% deportivo 8.7% y culturales 9.8%.

Programas de televisión favoritos en las colonias: Campestre, Chapultepec, Camelinas, Las Américas y Vista Bella en 1985, Morelia, Michoacán



Gráfica 9 Elaborada a partir de los datos presentados en Rebeil Correa, María A., Carlos Melgarejo, y Alberto Rojas Zamorano. 1986. *Investigación de auditorio, Investigación de auditorio y definir el perfil de la audiencia del Canal 2 de Morelia. Morelia*

Mientras que, en las colonias Campestre, Chapultepec, Las Américas y Vista Bella (**Gráfica 9**), en donde el nivel de vida de los morelianos en 1985 correspondía de 4 a 6 veces el salario mínimo, el porcentaje de consumo, aceptación y gusto a los siguientes programas transmitidos por televisión eran: noticieros un 23.3%, películas 20.6%, telenovelas 23.3%, caricaturas 10.4%, deportivos 12.5%, y culturales 9.8%. En estos datos se puede observar el consumo y gusto por los programas de corte cultural, incrementó el porcentaje, en comparación del primer grupo de colonias que se monitorean en el estudio.

Los números presentados anteriormente reflejan la integración de la televisión en la vida cotidiana de la sociedad moreliana en 1984. Muestran que la televisión ya no era simplemente un objeto novedoso, sino que se había convertido en un compañero constante, un elemento central en la interacción social y el consumo de medios. Esta ubicuidad de la televisión subraya la importancia creciente tanto de las televisoras nacionales como regionales en la configuración de la vida social y cultural de Morelia. La presencia de estas emisoras, tanto públicas como privadas, indica que la televisión se había convertido en una fuerza significativa en la sociedad, influyendo en las opiniones, los valores y las experiencias de los ciudadanos. En esencia, estos números

cuentan la historia de una ciudad que adopta la televisión como parte integral de su tejido social. Ilustran el papel de la televisión como medio de comunicación, entretenimiento e influencia social, y destacan el papel cada vez más importante que desempeñó en la configuración de la vida cotidiana de los morelianos en 1984 y 1985.

Pierre Bourdieu (2010) señala que el sentido social del gusto es una preferencia estética y cultural de las personas, no son simplemente elecciones individuales, sino que están fuertemente determinadas por su posición en la estructura social. El gusto es un marcador de clase social. Las clases dominantes suelen preferir formas de arte más "refinadas" y simbólicamente complejas, mientras que las clases populares tienden a valorar expresiones culturales más directas y funcionales. Esto se puede observar en el primer bloque de colonias: Tenencia Santiaguito e Isaac Arriaga, Independencia Obrera y Jacarandas, en donde el nivel de vida corresponde a lo que está por debajo o en el salario mínimo, el porcentaje del gusto de las personas por los programas de televisión de corte cultural era el 3.8 % en cambio, en el tercer bloque de colonias: Campestre, Chapultepec, Las Américas y Vista Bella, en donde el "*habitus*", campo y "capital cultural", estaba determinado por cuatro a seis veces el salario mínimo en 1985, el porcentaje de gusto y consumo de las personas por los programas culturales era del 9.8%.

La transmisión de programas educativos y culturales emitidos por las cadenas de televisión pública jugaron un papel crucial en la construcción de identidad de la sociedad mexicana. Dichos programas enriquecieron a la cultura, generaron espacios para la reflexión y el aprendizaje para diferentes generaciones. Este enfoque de la televisión demostró su capacidad para ser un medio de influencia positiva, promoviendo valores, creatividad y pensamiento crítico.

La televisión en Morelia funcionó como el medio preferido del poder político, para la diversión y "entretenimiento" de la élite y posteriormente se extendió hacia todos los estratos sociales, ya que inclusive la producción de los canales de televisión públicos, estaban orientados hacia la producción cultural, educativa e informativo, siempre como un aparato "poderoso" en el imaginario popular. En la etapa de la estabilización de la tecnología, cosa que no es lo mismo que el cierre tecnológico, el cierre nos dice que la tecnología se generaliza de forma aceptada culturalmente y, en cambio, la estabilización refiere a su adaptación a una sociedad en específico (Bijker, Hughes y Pinch, 1989; Aibar Puentes, 1996, 150-154). En Morelia, la tecnología de la televisión se comienza a estabilizar luego de la entrada de los primeros canales de televisión: canal

10, XHKW en 1965 y canal 4, HXGF en 1968.

La estabilización de la televisión como medio de comunicación masivo no fue un proceso espontáneo, sino que se logró a través de la creación de una institución con un conjunto de reglas y normas. Esta institucionalización implicó la formación de organismos reguladores y la estandarización de prácticas, esto puede ser analizado desde la perspectiva del concepto de "dispositivo" propuesto por Michel Foucault.

Un dispositivo, según Foucault, es una red de discursos, instituciones, leyes, medidas administrativas que se configuran para ejercer poder y control sobre una población específica (Foucault, 1969, 237; 1975; 1999, 106-115; Deleuze, 1989, 155-163). En el caso de la televisión, este dispositivo se manifestó en la creación de leyes y regulaciones que controlaban la producción y distribución de contenidos, así como en la estandarización de formatos y programas. El dispositivo televisivo, al establecer un conjunto de normas y formatos aceptables, limitó la diversidad y creatividad, favoreciendo la producción de contenidos que se ajustaban a los intereses y valores dominantes. Por lo tanto, la estandarización de programas puede ser vista como una estrategia para homogeneizar la oferta televisiva y ejercer control sobre los mensajes transmitidos al público (Vandendorpe, 1999, 199-205; Allemand, 1983).

Las adecuaciones que se le hacían a los canales de televisión en cadenas nacionales e internacionales de corte comercial- privado y/o público, como en el caso de Morelia, se transmitían en programas de canales nacionales en el Estado, sin tener un canal propio del local, haciendo así un uso generalizado de la televisión, al menos en este aspecto, para la televisión desde antes del cierre tecnológico total. Como se ha podido observar constantemente las cantidades de canales de televisión era de uso privado siempre, eso nos habla y confirma su uso para fines comerciales.

Con el establecimiento del SMRTV y la consolidación de la televisión estatal en Michoacán se obligó a normar y transformar reglamentos y espacios físicos para usarlos correctamente, lo que significó un progreso importante en la democratización de la información y la propagación de contenidos educativos y culturales. La televisión por satélite, la puesta en marcha de un modelo de comunicación pública y el robustecimiento de la comunicación a nivel regional, robusteció la identidad cultural y la incorporación de la comunidad en Morelia mediante los medios de comunic

Conclusiones

Por medio de la construcción social de la tecnología se mostró que la televisión se insertó en la sociedad de Morelia a partir de 1950, e inicialmente este medio de comunicación se introdujo como un objeto novedoso y de estatus, marcando una distinción social para aquellos que la poseían. Pero, posteriormente, se pudo observar que, a través de la publicidad y su constante presencia en los medios, la televisión se transformó en un signo de modernidad, representando el progreso y la vanguardia tecnológica. Y finalmente se institucionalizó mediante la creación de una entidad estatal encargada de su regulación y gestión, consolidando su lugar en la sociedad y estableciendo un marco normativo para su funcionamiento.

Por supuesto, el proceso no fue estático, ya que en la interpretación flexible de la televisión como aparato tecnológico se identificaron los grupos sociales relevantes (diseñadores e ingenieros, usuarios, empresarios e inversores, y autoridades reguladoras) y el contexto histórico en el que surgió la televisión como un medio de comunicación, por ejemplo, los grupos socialmente relevantes están compuesto por los innovadores Paul Nipkow, Charles Francis Jenkins, Philo Farnsworth, John Logie Baird, Vladímir Zvorykin y las primeras emisiones de televisión, que tuvieron lugar en 1936 en Inglaterra por la BBC One y en 1939 en Estados Unidos por la NBC. El segundo grupo socialmente relevante se conformó en México por el ingeniero Guillermo González Camarena y los empresarios de la dinastía Azcárraga fundadora de Telesistema Mexicano, después Televisa: Emilio Azcárraga Vidaurreta, Emilio Azcárraga Milmo y Raúl Azcárraga Vidaurreta; y finalmente el impulso y la regulación de la televisión en México durante la presidencia de Miguel Alemán Valdés (1946-1952).

En la segunda fase de la construcción social de la tecnología: la interpretación flexible, cuando la televisión irrumpió en la ciudad de Morelia; desde principios de la segunda mitad del siglo XX, los primeros televisores se iniciaron a publicitar en la prensa en 1950- 1984, en esta fase se le otorgaron valores, significados y usos distintos a través del imaginario transmitido por la

publicidad y la opinión pública a través de la prensa. El significado que se le dio a la televisión se dividió en dos grupos en la primera se encontraba el discurso conservador, de periodistas que veían a la televisión un medio de comunicación que ponía en peligro la existencia de su profesión, y un aparato que propiciaba daño visual y moral en la sociedad; y en la segunda perspectiva estaban quienes apoyaban al impulso de este aparato, ya que veían en él un medio formidable de comunicación que ayudaría en los proyectos de educación televisada, no solo se quedaría en la sala de un hogar. Esto nos recuerda la popular analogía de los apocalípticos e integrados respecto de todos los aparatos tecnológicos o modas de masas, misma que fue propuesta por el intelectual italiano Umberto Eco en 1964 y que como se vio sigue siendo vigente.

Los usos de la televisión eran determinados por las necesidades, las cuales se enfocaban principalmente en el estatus social. La televisión era vista como un objeto de entretenimiento y un mueble de lujo en los hogares. Adicionalmente, la venta y reparación de televisores, especialmente de marcas como Packhard Bell, Philco y Zenith, generaron una fuente de ingresos y empleo en Morelia, incluyendo trabajos para técnicos especializados.

En 1960, tener un televisor (hecho de “finas maderas”) en Morelia era un símbolo de estatus social y capacidad económica, reflejado en el hecho de que solo el 6% de los habitantes y el 4.4% de las viviendas contaban con uno. Sin embargo, la popularidad de la televisión aumentó rápidamente, y para 1970, el 35% de los habitantes y el 36.2% de las viviendas tenían televisor, lo que indica su creciente integración en la vida cotidiana y la identificación de las personas con este medio.

La relación simbiótica de tecnología y sociedad se construye en los primeros años de la televisión en Morelia, solo un pequeño porcentaje de los hogares podían permitirse este aparato electrodoméstico. Sin embargo, con el tiempo, la televisión se volvió más accesible y, en la década de 1970, se había convertido en un fenómeno cultural. Este fenómeno incluía la cultura de compra y consumo de aparatos tecnológicos que proporcionaban entretenimiento en el hogar.

La estabilización de la tecnología en una sociedad determinada no debe confundirse con el cierre tecnológico, ya que este último implica una aceptación cultural generalizada. En Morelia, la estabilización de la televisión comenzó tras la introducción de los primeros canales, el canal 10, XHKW en 1965 y el canal 4, HXGF en 1968, lo que marcó el inicio de la adaptación de esta

tecnología a la sociedad local.

La televisión, como medio de comunicación masivo, se estableció a través de un proceso planificado que involucró la creación de instituciones, reglas y normas. Michel Foucault conceptualizó este proceso como un "dispositivo", que es una red de discursos, instituciones, leyes y medidas administrativas que ejercen poder y control sobre una población. Aplicado a la televisión, este dispositivo se manifestó a través de leyes y regulaciones que controlaban la producción y distribución de contenido, así como la estandarización de formatos y programas, lo que limitó la diversidad y creatividad. En consecuencia, la estandarización de programas puede ser vista como una estrategia para homogeneizar la oferta televisiva y controlar los mensajes transmitidos al público.

Los canales de televisión en Morelia eran de uso privado y comercial, transmitiendo programas nacionales sin tener un canal local propio. La televisión pública no se hizo común hasta los años ochenta. Eso nos habla y confirma su uso para fines comerciales, sería hasta los ochenta, como se ha revisado, que los canales de televisión públicos serían más comunes.

El establecimiento del SMRTV representó la consolidación de la televisión estatal en Michoacán, se impulsó la regulación y transformación de reglamentos y espacios físicos para su correcto uso. Esto significó un avance en la democratización de la información y la difusión de contenidos educativos y culturales. Además, la televisión por satélite, la implementación de un modelo de comunicación pública y el fortalecimiento de la comunicación regional, reforzaron la identidad cultural y la participación comunitaria en Morelia a través de los medios de comunicación. Por supuesto, esta investigación no pretende cerrar por completo la temática, sino invitar a hacer notar la necesidad de más estudios en historia de la tecnología para ayudarnos a explicar la conformación de nuestro mundo moderno, por lo que se espera que sea, al menos, una provocación para ello.

Fuentes de información

Bibliografía

- Abramson, Albert. 1987. *The History of Television, 1880 to 1941*. Carolina del Norte: McFarland.
- Abramson, Albert. 2003. *The History of Television, 1942 to 2000*. Carolina del Norte: McFarland.
- Aguilar Orestes, Héctor. 1995. “México y la Segunda Guerra Mundial.” *La Colmena: Revista de la Universidad Autónoma del Estado de México*, no. 08, 34-37.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6148293>.
- Aibar Puentes, Eduardo. 1996. “La vida social de las máquinas: orígenes, desarrollo y perspectivas actuales en la sociología de la tecnología.” *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, no. 76, 141-170.
- Ajenjo, Manuel. 2019. “El programa de un solo hombre.” *El Economista*.
<https://www.economista.com.mx/opinion/El-programa-de-un-solo-hombre-20190311-0150.html>.
- Albert, Pierre, y André J. Tudesq. 2001. *Historia de la radio y la televisión*. Traducido por Diana I. Galak y Eliane Cazenave. México: Fondo de Cultura Económica.
- Albert, Pierre, y André J. Tudesq. 2001. “Los comienzos de la televisión.” En *Historia de la radio y la televisión*, traducido por Diana I. Galak y Eliane Cazenave, 80-93. México: Fondo de cultura económica.
- Allemand, Eric. 1983. *Pouvoir et télévision. Les machines d'organisation*. París: Anthropos.
- Álvarez, Clara L. 2023. “El sector espacial y la comunicación vía satélite en México.” En *Derecho satelital y del espacio exterior*, 35-50. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Instituto de Investigaciones Jurídicas/Universidad Panamericana.
<https://tinyurl.com/mr4zujnz>.
- Álvarez, José R. 2001. “Televisión.” En *Enciclopedia de México*, 7611-7622. México: José Rogelio Álvarez.
- Álvarez García, Florentino. 1960. “Tele-Morelia.” *La Voz de Michoacán* (Morelia, 1.ª edición), 26 de septiembre de 1960, 1.
- The American Telephone and Telegraph Company. 1971. “The Picturephone System.” *THE BELL SYSTEM TECHNICAL JOURNAL* 50, no. 2 (Febrero): 219-709.
https://bitsavers.org/magazines/Bell_System_Technical_Journal/BSTJ_V50N02_197102.pdf.
- Andrés Arredondo, Laura Y. 2013. “La población femenina urbana y rural.” En *La construcción de la identidad de las mujeres morelianas a través de la prensa: La Voz de Michoacán*,

1950-1960, 20-25. Morelia: Facultad de Historia División de Posgrado UMSNH/CONACYT.

- Andrés del Campo, Susana de. 2007. "Monstruos sobre Eva Imágenes de mujer a través de la publicidad." En *Comunicación e Xénero Actas do Foro Internacional*, coordinado por Lois Álvarez Pousa, Ana B. Puñal Rama, y Joám Evans Pim, 201-206. Galicia: XUNTA DE GALICIA/Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia/Observatorio galegos dos medios.
- Arreola Cortés, Raúl. 1978. *Morelia*. Morelia: Monografías municipales del estado de Michoacán.
- Arreola Medina, Angelica. 2017. "Carlos Loret de Mola." Enciclopedia de la Literatura en México. <http://www.elem.mx/autor/datos/128115>.
- Badillo, Ángel. 2012. "Francia: politización y concentración." En *La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*, coordinado por Luis A. Alborno y M. T. García Leiva, 101-125. Buenos Aires: Archivo Institutional Repository /Universidad Carlos III de Madrid.
- Ballent, Anahí. 1996. "La publicidad de los ámbitos de la vida privada. Representaciones de la modernización del hogar en la prensa de los años cuarenta y cincuenta en México." *Alteridades* 11 (6): 53-74. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711339006>.
- Barnouw, Erik. 1990. *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*. Oxford: Oxford University Press.
- Barrón Domínguez, Leticia.s.f. *La industria de la telenovela mexicana: procesos de comunicación, documentación y comercialización*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid/ Servicio de Publicaciones. Universidad Complutense de Madrid/ Servicio de Publicaciones.
- Bazán, Raúl. 2021. "Un Recorrido Por La Prensa política Del Siglo XX En México." *Boletín De La Biblioteca Nacional De México*, no. 8 (febrero), 28-38. <https://boletinbnm.iib.unam.mx/index.php/BBNM/article/view/147>.
- Becerra, Martín, y Guillermo Mastrini. 2010. "Concentración de los medios en América Latina: Tendencias de un nuevo siglo." *Contratexto*, no. 18, 41-64.
- Bedolla, Manuel, Héctor Castro, Fernanda Guzmán, Yeshua Cruz, y Victor Nieto. 2009. "El primer monopolio de la televisión (1955-1968)." FES ACATLÁN. <https://viktor Nieto.wordpress.com/2009/11/17/el-primer-monopolio-de-la-television-1955-1968/>.
- Béistegui, Dolores. 2007. "Entre medios públicos y medios de los poderes del Estado." En *Derecho de la información, Culturas y Sistemas Jurídicos Comparados*, coordinado por Ernesto Villanueva, 225-227. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bernstein, Carl. 1992. "La cultura idiota." *Nexos*, no. 177 (septiembre).

- Biblioasturias. 2012. "Rescatando a Alejandro Núñez Alonso, uno de los escritores más importantes de la literatura asturiana." Biblioasturias.
<http://www.biblioasturias.com/rescatando-a-alejandro-nunez-alonso-uno-de-los-escriptores-mas-importantes-de-la-literatura-asturiana/>.
- Bignell, Jonathan, y Jeremy Orlebar. 2012. *The Television Handbook*. New York: Routledge.
- Bijker, Wiebe E., Thomas P. Hughes, y Trevor J. Pinch. 1989. *The Social Constuction of Technological Systems New Directions in the Sociology and History of Technology*. Massachusetts: The MIT Press.
- Boddy, William. 1992. *Fifties Television: The Industry and Its Critics*. Illinois, Chicago: University of Illinois Press.
- Bourdieu, Pierre. 1979. *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, Pierre. 2010. *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Briggs, Asa, y Peter Burke. 2002. *De Gutenberg a Internet*. Santa Fe de Bogotá: Taurus.
- Briggs, Asa, y Peter Burke. 2002. *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press.
- Brismat, Nivia M. 2014. "Instituciones: Una mirada general a su historia conceptual." *Revista Científica Guillermo de Ockham* 12, no. 2 (julio-diciembre): 31-40.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105338606004>.
- Brittain, James E. 2014. "Los logros y la vida de EF Alexanderson, 1878-1975." Edison Tech Center. <https://edisontechcenter.org/alexanderson.html>.
- Burns, R. W. 1998. *Television: An International History of the Formative Years*. London: The Institution of Engineering and Technology. <https://doi.org/10.1049/PBHT022E>.
- Calderón Herrera, Teresa X. 1995. *Historia de la radio y la televisión en Michoacán*, Tesina para obtener el grado de licenciada en Historia. Morelia, Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Facultad de Historia.
- Calderón Herrera, Teresa X. 1995. *Historia de la radio y la televisión en Michoacán*, Tesina para obtener el grado de Licenciada en Historia. Morelia, Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Facultad de Historia.
- Canogar, Daniel. 1996. "CONSTRUYENDO EL MUNDO DE MAÑANA. La Exposición Mundial de Nueva York de 1939." *ASTRAGALO*, no. 04, 17-30.
<https://dx.doi.org/10.12795/astragalo.1996.i04.03>.
- Cárdenas, Guillermo. 1953. "El progreso de la televisión en México." *La Voz de Michoacán* (Morelia), 5 de diciembre de 1953, 2-3.
- Cárdenas Ojeda, Mauro E., Carlos Peralta Alamilla, y Mauro Cárdenas Hernández. 2008. *Salario mínimo en México*, Análisis del salario mínimo fundamentados estadísticamente, con

diversidad de enfoques. D.F.: Instituto para la Seguridad y la Democracia A.C.
https://insyde.org.mx/pdf/seguridad-y-reforma/salario_minimo_en_mexico.pdf.

- Carlos Alberto. 2018. "General Electric." General Electric LET.
<https://let.iiec.unam.mx/node/1909>.
- Carr, Barry. 1996. "El frenesí del desarrollismo: Miguel Alemán y la izquierda domada, 1946-1950." En *La izquierda mexicana a través del siglo XX*, 151-192. México: Era.
- Carr, Barry. 1996. "Las relaciones entre los comunistas mexicanos y estadounidenses: la herejía browderista, 1934-1946." En *La izquierda mexicana a través del siglo XX*, 117-149. México: Era.
- Carranza Trinidad, Carlos E. 2024. "Reseñas sobre Claudia Fernández y Andrew Paxman, El Tigre. Emilio Azcárraga y su imperio Televisa." *Historia mexicana* 74, no. 1 (agosto): 479-483.
- Carrillo, Jorge, y Robert Zárate Cornejo. 2003. "Limitaciones de los proveedores mexicanos de la electrónica frente a los extranjeros." *Región y Sociedad* XV, no. 28 (septiembre-diciembre): 161-191.
- Carrillo Valencia, Sandra A. 2014. "Surgimiento de la televisión regional en México." En *Los medios de comunicación públicos en México como actores de la comunicación política: Caso TV Mexiquense*, 41-60. México: Universidad Autónoma del Estado de México/ Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- Castellot de Ballín, Laura. 1993. *Historia de la televisión en México*. México: Alpe.
- Castillo, Arturo D. 1997. *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional: conceptos y enunciados explicativos*, Documento de trabajo. México: Centro de Investigación y Docencia Económicas, División de Administración Pública.
<http://hdl.handle.net/11651/3640>.
- Castillo Girón, Víctor M., Alfredo M. Coelho, y Suhey Ayala Ramírez. 2005. "Las marcas, la denominación de origen y la región de origen: ¿Qué estrategias de marketing en la globalización de la industria tequilera?" *Mercados y Negocios*, no. 12 (julio-diciembre), 15-34.
- Cervera Rivera, Lucia. 2006. *Surgimiento de Telesistema Mexicano: Aparición de la Televisión Mexicana desde 1940 a 1955*, Tesina que para obtener el título de Licenciada en Diseño y Comunicación Visual. N.p.: UNAM/Escuela Nacional de Artes Plásticas.
- Ceulemans, Mieke, y Guido Fauconnier. 1980. *Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación*. París: Unesco.
<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001343/134358so.pdf>.
- Chartier, Roger. 2007. "Lo privado y lo público Construcción histórica de una dicotomía." *Coherencia* 4, no. 7 (octubre): 65-81.
- Christopher, Morash. 2010. *A History of the Media in Ireland*. Cambridge, México: Cambridge University Press.

- Coral, Emilio. 2007. *La clase media mexicana: entre la tradición, la izquierda, el consumismo y la influencia cultural de Estados Unidos (1940-1970)*. México: INAH / Departamento de Investigaciones Históricas.
- Cortés S, Carlos E. 2005. “La televisión de alta definición.” *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, no. 92, 66-71.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057424010>.
- Cubillos Vergara, María C. 2014. “Mujeres en el papel: representaciones de la mujer en el discurso de la moda, 1960-1970.” *Historia y Sociedad*, no. 26, 209-236.
<https://doi.org/10.15446/hys.n26.44504>.
- Deleuze, Gilles. 1989. “¿Qué es un dispositivo?” En *Michel Foucault, filósofo*, 155-163. Barcelona: Gedisa.
- Delis Hill, Daniel. 2002. *Advertising to the American Woman, 1900-1999*. Columbus: Ohio State University Press.
- Diccionario Jurídico Mexicano. 1988. “Instituciones.” En *Diccionario Jurídico Mexicano*, 1745-1748. México: Porrúa/UNAM.
- Dinsdale, Alfred. 1928. “Televisión 1873-1927.” *Television: The World's First Television Journal* 1, no. 2 (marzo): 10-12. <https://dgrtc.segob.gob.mx/es/DGRTC/Historia>.
- Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía. n.d. “La DGRTC a través del tiempo.” Gobierno de México. <https://dgrtc.segob.gob.mx/es/DGRTC/Historia>.
- Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía. s.f. “Radio, Televisión y Cinematografía.” Gobierno de México. Acceso 29 enero del 2025.
<https://dgrtc.segob.gob.mx/es/DGRTC/Historia>.
- Dondo, Pancho. 2007. “Cinzano: 250 años de construcción de marca.” Adlatina.
<https://www.adlatina.com/articulo.php?slug=/publicidad/cinzano-250-a%C3%B1os-de-construcci%C3%B3n-de-marca>.
- Duby, George. 2003. *Historia de las mujeres Siglo XX*. 4th ed. Vol. V. Madrid: Taurus.
- Dunlap, Orrin E. 1932. *The Outlook for Television*. New York: HARPER & BROTHERS PUBLISHERS. https://www.earlytelevision.org/pdf/outlook_fortelevision_dunlap.pdf.
- Duran Juárez, Juan M., y Sergio Reséndiz Torres. n.d. “Las transformaciones de la economía tradicional, 1940-1980.” En *Historia General de Michoacán*, coordinado por Enrique Florescano, 209-245. Vol. IV. Morelia: Gobierno del Estado de Michoacán /Instituto Michoacano de Cultura.
- Esquivel Moreno, Arturo. 2024. “La evolución del salario mínimo en México.” CONARH.
<https://conarh.com.mx/blog/la-evolucion-del-salario-minimo-en-mexico>.

- Esteinou Madrid, Javier. 1999. "Medios de Comunicación y democracia en México al final del siglo XX." En *La construcción de las Instituciones para la Democracia en América Latina*, 153-185. Ciudad de México: Instituto Federal Electoral.
- Esteinou Madrid, Javier. 2008. "¿Por qué defender los medios de comunicación públicos en México?" *Razón y Palabra* 13, no. 65 (noviembre-diciembre).
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520724014>.
- Esteinou Madrid, Javier. 2009. "El origen ético moral de la crisis del modelo de la economía basura." *Mediaciones. Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación*, no. 5, 123-174.
- Esteinou Madrid, Javier. 2009. *24 años del Sistema Michoacano de Radio y Televisión*, Simposio de los medios públicos en la era de la digitalización. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Esteinou Madrid, Javier. 2011. "La televisión salvaje." *Veredas*, no. 22, 11-32.
- Esteinou Madrid, Javier. 2013. "Las industrias electrónicas de difusión colectiva y el monopolio de la violencia simbólica." En *Comunicación, cultura y violencia*, coordinado por Marta Rizo García y Vivian Romeu Aldaya, 79-102. Barcelona: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Estrada, Cristopher. 2005. "Sistemas de comunicación y empresas mediáticas en Centroamérica." *Comunicación y Sociedad*, no. 4 (julio-diciembre), 199-205.
- Everson, George. 1949. *The story of television The Life of Philo T. Farnsworth*. Estados Unidos de América: Norton and Company/INC.
- Fernández, Claudia, y Andrew Paxman. 2021. *El tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Fernández, José L. 1989. Entrevista con el licenciado José Luis Fernández, gerente del Canal 13 de Michoacán. Morelia, Michoacán: Oficinas Generales del Canal 13 de Michoacán en Avenida Ventura Puente, 999 quinto piso Edificio Géminis Colonia del Empleado.
- Fernández Christilieb, Fátima. 1985. "El derecho a la información." En *México, hoy*, coordinado por Pablo González Casanova y Enrique Florescano, 337-339. México: Siglo XXI.
- Fernández Meza, Juan A. 2010. "*Fallas de origen*". *Historia del encuentro entre la sociedad y la televisión mexicanas*, Tesis para obtener el título de Licenciado en Historia. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Facultad de Filosofía y Letras/Colegio de Historia.
- Fernández Ruiz, Jorge. 1997. "La descentralización administrativa." En *Panorama del derecho mexicano. Derecho administrativo*, 35-55. México: McGraw-Hill/Serie Jurídica.
- Fernández Ruiz, Jorge, y María G. Fernández Ruiz. 2023. "La administración pública descentralizada." En *Derecho administrativo del Estado de Coahuila*, coordinado por Jorge Fernández Ruiz y María G. Fernández Ruiz, 139-148. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Instituto de Investigaciones Jurídicas.

- Fisher, David E., y Marshall J. Fisher. 1996. *TUBE The Invention of Television*. San Diego: A Harvest Book/Harcourt Brace & Company.
- Flores Ramírez, Antonio. 1960. “El radio y la televisión ante una nueva ley.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 12 de febrero de 1960, 14.
- Flores Sandoval, Patricio. 2011. *Semblanza Histórica SITATYR*. México: SITATYR. https://www.sitatyr.org.mx/wp-content/uploads/2023/04/ac749b_4d3d965bd6e44a3786d3e480b7d52940.pdf.
- Foucault, Michel. 1969. *L'Archéologie du savoir*. Paris: Gallimard.
- Foucault, Michel. 1975. *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris: Gallimard.
- Foucault, Michel. 1999. “Los intelectuales y el poder.” En *Estrategias de poder*, 106-115. Obras esenciales ed. Vol. II. Barcelona: Paidós.
- Fuentes Berain, Rossana, y Julio Juárez Gámiz. 2008. *Medios e Interés Público*. D.F: CULTURA DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS.
- GACETA UNAM. 2020. “El consumo y la publicidad en México durante el siglo XX.” GACETA UNAM. <https://www.gaceta.unam.mx/el-consumo-y-la-publicidad-en-mexico-durante-el-siglo-xx/>
- García Jurado, Roberto. 2005. “B. Guy Peters, El nuevo" institucionalismo. Teoría institucional en ciencia política, Barcelona, Gadisa, 2003, 254 pp.” *Estudios Políticos* 8, no. 4 (enero-abril): 217-220. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=426439532012>.
- García Moreno, Victor C. 1992. “EL INTEL SAT.” En *Derecho De La Propiedad Industrial E Intelectual*, 515-548. México: Universidad Nacional Autónoma de México Ciudad Universitaria/ Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Gay, Aquiles, y Lidia Samar. 2007. *El diseño industrial en la historia*. Argentina: Ediciones tec.
- Gobierno del Estado de Nuevo León. 2024. “Invita Museo del Noreste a conocer los orígenes de la televisión en Monterrey.” Gobierno del Estado de Nuevo León. <https://www.nl.gob.mx/boletines-comunicados-y-avisos/invita-museo-del-noreste-conocer-los-origenes-de-la-television-en>.
- Goldstein, Norm. 1991. *The History of Television*. New York: Associated Press.
- Gómez García, Rodrigo. 2005. “La Industria Cinematográfica Mexicana 1992-2003.” *Estudios sobre la Cultura Contemporáneas* XI, no. 22 (diciembre): 249-273.
- González, Luis. 1989. “El disfrute de la vida en la actualidad.” En *Historia General de Michoacán*, coordinado por Enrique Florescano, 275-302. Vol. IV. México: Gobierno del Estado de Michoacán/ Instituto Michoacano de Cultura.
- González De Bustamante, Celeste. 2015. “*Muy Buenas Noches*”: México, Televisión y la Guerra Fría. Traducido por Jan Roth Kanarski. D. F: Fondo de Cultura Económica.

- González Reyna, Susana. 1989. "Medios de comunicación y sistemas informativos en México." En *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, coordinado por Karin Bohmann, 187-191. México: Alianza Editorial Mexicana y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- González Victoria, Rosa M., y Rosa M. Valles Ruiz. 2015. *La primera vez que vi televisión. Medios, vida cotidiana y memoria colectiva*. D.F: Porrúa.
- González y González, Fernando, y Alicia Sotomayor. 1989. *Historia de la televisión mexicana*. Ciudad de México: Agrupación de Iniciadores de la Televisión.
- Gorostiza, Jorge. 2019. *El intruso electrónico. La TV en el espacio arquitectónico*. España: Newcastle Ediciones.
- Guadarrama Rico, Luis A. 1999. "Géneros Televisivos en México. Un Paseo por la Geografía de Cuatro Décadas." *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales* 6, no. 19 (mayo-agosto): 179-205.
- Habermas, Jürgen. 1989. *El discurso filosófico de la modernidad*. Madrid: Taurus.
- Heidegger, Martín. 1997. "La pregunta por la técnica." En *Filosofía, ciencia y técnica*, 111-148. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- Hernández Díaz, Gustavo. 2008. *Las tres «T» de la comunicación en Venezuela, Televisión, teoría y televidentes*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Hernández Díaz, Jaime. 1989. "Factores de modernización de la economía michoacana, 1940-1980." En *Historia General de Michoacán*, coordinado por Enrique Florescano, 247-274. Vol. IV. México: Gobierno del Estado de Michoacán /Instituto Michoacano de Cultura.
- Hernández Lomelí, Francisco. 1992. "Televisa en España." *Comunicación y sociedad*, no. 16-17 (septiembre), 75-104.
- Hernández Lomelí, Francisco. 2004. *Innovaciones en la industria mexicana de la televisión*, Tesis que para obtener el grado de Doctor en Ciencias Sociales. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara/ Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades/ División de Estos y Sociedad/Doctorado en Ciencias Sociales.
- Hernández Lomelí, Francisco. 2004. "Reseña de Historias de la televisión en América Latina de Guillermo Orozco." *Comunicación y Sociedad*, no. 1 (enero-junio), 183-190.
- Hernández Lomelí, Francisco. 2006. "Lazos familiares y redes de negocios. Biografía de Emilio Azcárraga Vidaurreta." *Comunicación y Sociedad Departamentos de Estudios de la Comunicación Social*, no. 6 (julio-diciembre), 183-187.
- Hernández Lomelí, Francisco. 2006. "Reseña de "Emilio Azcárraga Vidaurreta. Bosquejo biográfico de María del Carmen Olivares Arriaga."" *Comunicación y Sociedad*, no. 6 (julio-diciembre), 183-187.

- Hernández Lomelí, Francisco. 2020. *Guillermo González Camarena y la televisión a color: La innovación interrumpida*. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara / CUCSH.
- Hernández Lomelí, Francisco, y Guillermo Orozco Lomelí. 2007. “Usos sociales de la televisión en México.” En *Televisiones en México, un recuento histórico*, 77-84. Guadalajara, Jalisco: Universidad de Guadalajara / CUCSH.
- Herrera Gómez, Manuel, y Jaime M. Castillo Antonio. 2004. “Generación y transformación de las instituciones sociales; los procesos morfoestáticos y los procesos morfogenéticos.” *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, no. 107, 49-87. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99717665004>.
- Hilmes, Michele. 2007. *Only Connect: A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Wisconsin: Cengage Learning.
- Hobsbawm, Eric. 1998. “La muerte de la Vanguardia: Las artes después de 1950.” En *Historia del siglo XX*, 493. Argentina: Grijalbo/Crítica.
- Hobsbawm, Erik. 1995. *The Age of Extremes: A History of the World*. London: Abacus book.
- Hornedo, Eduardo. 1962. “Ventajas de la televisión.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 16 de agosto de 1962, 3 y 13.
- Huerta-Wong, Juan E., y Rodrigo Gómez García. 2013. “Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. Concentration and diversity of mass media and telecommunications in Mexico.” *Comunicación y Sociedad*, no. 19 (enero-junio), 113-152.
- INEGI. 1960. “Michoacán Viviendas y ocupantes, por municipio, según material predominante en muros o paredes y características de la vivienda,” VIII Censo General de Población 1960. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/1960/>.
- INEGI. 1970. “Michoacán número de viviendas y de ocupantes, por municipio, según diversas características de la vivienda,” IX Censo General de Población 1970. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/1970/>.
- INEGI. 1998. *Estadísticas Históricas de México*. Vol. I. México: INEGI.
- Instituto de Investigaciones Históricas. 2022. “Coloquio: Historia de la televisión en México.” UNAM-Históricas.” UNAM-Históricas. https://www.youtube.com/watch?v=hb4Pz4sGybs&list=RDCMUC5jArIvMFBNDAEct474iueA&start_radio=1&t=2s.
- Jason, Mittell. 2009. *Television and American Culture*. Oxford: Oxford University Press.
- Johnson, Jim. 1988. “Mixing Humans and Nonhumans Together: The Sociology of a Door-Closer.” *Social Problems* 35 (3): 298–310. <https://doi.org/10.2307/800624>.
- Kenney, Martin, y Richard Florida. 2003. “The Shifting Value Chain. The Television Industry in North America.” En *Locating Global Advantage Industry Dynamics in the International*

Economy, coordinado por Martin Kenney, 83-110. Stanford: Stanford University Press.
<https://www.sup.org/books/business/locating-global-advantage>.

Knight, Jack. 1992. *Instituciones y conflicto social*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kuyucu, Mihalís. 2020. "Television and Advertising: The History of TV advertising from and industrial look." *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal* 06, no. 29 (marzo): 258-262. <https://orcid.org/0000-0002-1931-6844>.

Leff, Enrique. 1985. "La dependencia científico-tecnológica y desarrollo económico." En *México, hoy*, coordinado por Pablo González Casanova and Enrique Florescano, 266-285. México: Siglo XXI Editores.

León, Salvador de. 2011. "Comunicación pública, transición política y periodismo en México: el caso de Aguascalientes." *Comunicación y Sociedad*, no. 15 (enero-junio), 43-69.

Lizárraga Salas, Frambel. 2009. "Reseña de La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)" de Florence Toussaint Alcaráz (coord.)." *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* LI, no. 206 (mayo-agosto): 199-202.

Lozoya, Jorge A. 1974. "La TV Estatal En México: Notas Sobre Un Intento." *Foro Internacional* 14 14 (3): 402-420. <http://www.jstor.org/stable/27754102>.

Magoun, Alexander B. 2007. *Television: The Life Story of a Technology*. Connecticut: GREENWOOD PRESS.

Maldonado Pérez, Claudia Y. 2009. *Historia de la televisión Mexiquense y análisis de su programación*, Tesis que para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Comunicación Política. D.F: Universidad Nacional Autónoma de México.

Mamoulían, Rouben, dir. 1941. "Blood and sand [Sangre y Arena]." Disc EN-0041-009(1) /000. Morelia, Michoacán: 20th Century Studios, 1984. Sistema Michoacano de Radio y Televisión.

Mancillas Bazán, Celia. 1999. "Reseña de "La tercera mujer. Permanencia y revolución de lo femenino" de Gilles Lipovetsky." *Economía, Sociedad y Territorio* II, no. 6 (julio-diciembre,): 331-339.

March, James G., y Johan P. Olsen. 1984. "The New Institutionalism: Organizational Factors in Political Life." *The American Political Science Review*, no. 3 (septiembre), 734-749.

March, James G., y Johan P. Olsen. 1997. *El redescubrimiento de las instituciones. La base organizativa de la política*. México: Fondo de Cultura Económica.

Marcuse, Herbert. 1993. *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: PLANETA-AGOSTINI.

Marshall, Paul. 2011. *Inventing Television: Transnational Networks of Cooperation and Rivalry, 1870-1936*. Manchester: Faculty of Life Sciences.

- Marshall, Ricardo. 1995. *The Golden Age of Television*. Nueva York: Smithmark.
<https://archive.org/details/goldenageoftelev0000mars>.
- Matute Aguirre, Álvaro. 2011. “De la tecnología al orden doméstico en el México de la posguerra.” En *Historia de la vida cotidiana. Siglo XX. La imagen, ¿espejo de vida ?*, coordinado por Aurelio De los Reyes, 157-176. México: COLMEX-FCE.
- Mayo, John, Emile McAnany, y Steve Klees. 1972. *The Mexican Telesecundaria: a cost-effectiveness analysis*. Stanford: Stanford University/ Institute for Communication Research.
- Mclean, Donald F. 2022. “Before “True Television”: Investigating John Logie Baird’s 1925 Original Television Apparatus.” *PROCEEDINGS OF THE IEEE* 110, no. 6 (mayo): 807-819. <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=9779318>.
- “Mechanical TV Sets of the 20s and 30s.” n.d. Early Television Museum. Accessed agosto 06, 2024. <https://www.earlytelevision.org/mechanical.html>.
- Mejía, Fernando, y Ximena Rojas. n.d. “El televisor en los años 60, el motivo de las reuniones familiares en México.” México Desconocido. Acceso octubre 28, 2024. <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-televisor-en-los-anos-60.html>.
- Mejía Barquera, Fernando. 1989. “50 años de la televisión comercial en México (1934-1984) /cronología.” En *Televisa el quinto poder*, 19-40. México: Claves Latinoamericanas.
- Mejía Barquera, Fernando, ed. 1989. *Televisa el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas.
- Mejía Barquera, Fernando. 2006. “Historia mínima de la televisión mexicana.” WordPress. <https://hsienko0.wordpress.com/2006/11/21/historia-minima-de-la-televison-mexicana/>.
- Menéndez Alarcón, Antonio V. 1992. *Power and Television in Latin America: The Dominican Case*. Indianápolis: Praeger.
- Mercado Chavez, Silvia, y Luis E. Del Río de Hoyos. 1988. *Transmisión de datos vía el Satélite Morelos I*, Tesis que para obtener el título de Ingeniero Mecánico Electricista. México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Facultad de Ingeniería, UNAM.
- Meyer, John W., y Brian Rowan. 1977. “Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony.” *American Journal of Sociology* 83, no. 2 (septiembre): 340-363.
- Meyer, Lorenzo. 2003. “Estados Unidos: de la vecindad distante a la proximidad difícil.” En *Una historia contemporánea de México*, coordinado por Lorenzo Meyer y Ilán Bizberg, 111-118. Vol. 1. México: Océano.
- Michel, Manuel. 1994. “Televisión ¿ventana al mundo o caja idiota?” En *Una nueva cultura de la imagen, Ensayos sobre cine y televisión*, 97-115. México: Universidad Nacional Autónoma de México/ Universidad Autónoma Metropolitana/ Juan Pablos, Editor.
- Mihály, Dénes V. 2023. *Die Elektrische Fernsehen Und Das Telehor*. 2nd ed. Alemania: de Gruyter.

- Moguel, Carmen. 2007. "Sociedad, familia y medios de comunicación de masas: jalones para su revisión." *HAOL*, no. 13, 193-197.
- Monsiváis, Carlos. 1981. "Lo entretenido y lo aburrido, La televisión y las tablas de la ley." *Universidad de México*, no. 510, 21-28.
- Morales Barba, Marco A. 2008. *Transparencia y medios de comunicación*. Distrito Federal: infodf.
- Moreno, Julio. 2003. *Yankee don't go home!: Mexican nationalism, American business culture, and the shaping of modern Mexico, 1920-1950*. North Carolina: The University of North Carolina Press /Press Books.
- Moreno-Brid, Juan C., Stefanie Garry, y Luis Á. Monroy-Gómez-Franco. 2014. "El Salario Mínimo en México." *Economía UNAM* 11 (33): 78-92.
- Mortimore, M., H. Romijn, S. Lall, M. Ariff, J. Carrillo, y S. Yong Yew. 2000. "The color TV receiver industry." En *Interregional Project on the Impact of Transnational Corporations of Industrial Restructuring in Developing Countries. Mexican Case Study*, 43-80. Ginebra: UNCTAD.
- Murray, Susan, y Laurie Ouellette. 2009. *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York: New York University Press.
- Nardo, Don. 2010. *The History of Television*. New York: WORLD HISTORY.
- Navarro Casillas, Ana M. 2003. "Interacción entre las familias y la televisión. El sentido que las familias otorgan a los referentes televisivos." *Caleidoscopio*, no. 13, 143-163.
- Novo, Salvador. 1994. *La vida en México durante el periodo presidencial de Miguel Alemán*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Novo, Salvador. 1997. *La vida en México en el periodo presidencial de Adolfo Ruiz Cortines*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Núñez Alonso, Alejandro. 1953. "Televisión contra la cultura." *La Voz de Michoacán*, 5 de diciembre de 1953, 5.
- Olivares Arriaga, Marial del C. 2002. *Emilio Azcárraga Vidaurreta: bosquejo biográfico*. Ciudad Victoria: Universidad Autónoma de Tamaulipas, Instituto de Investigaciones Históricas.
- Orozco, Guillermo. 2002. "La Televisión en México." En *Historia de la televisión en América Latina*, 203-215. Barcelona: gedisa.
- Orozco, Guillermo, y Toby Miller. 2017. "La Televisión más allá de sí misma en América Latina." *Comunicación y Sociedad*, no. 30 (septiembre-diciembre,), 107-127.
- Ortega Pizarro, Fernando. 1984. "Aprueba un nuevo intento de contener los prejuicios de Televisa, objetan los publicistas el proyecto de reglamento sanitario de publicidad." *Proceso* 404-413, no. 412 (septiembre): 12-14.

- Osorio Zarur, Antonio E. 1996. *El modelo de televisión adoptado en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Osorio Zarur, Antonio E. 1996. “La televisión comercial mexicana.” En *El modelo de televisión adoptado en México*, 31-51. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- OTI (Organización de Televisión Iberoamericana). 1991. *1971-1991 Veinte años trabajando para 500, 000, 000 de telespectadores*. México: OTI.
- Ovando, Francisco X. 1986. *Discurso de bienvenida a los participantes de la primera reunión de televisoras estatales realizada en agosto de 1986*. Centro de convenciones de Morelia: Archivo del Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Padilla de la Torre, María R. 2007. “Una nueva socialité llegó: historia de la recepción televisiva en la ciudad de Aguascalientes.” *Comunicación y Sociedad*, no. 7 (enero-junio), 101-128.
- Pages Llergo, Jose. 1959. “Televisión: Monstruo sin frenos.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 22 de noviembre de 1959, 3-11.
- Palazzesi, Ariel, y Lisandro Pardo. 2010. “Disco de Nipkow: TV mecánica (1884) – NeoTeo.” NeoTeo. <https://www.neoteo.com/disco-de-nipkow-tv-mecanica-1884/>.
- Palomares, Justino N. 1966. “Radio y televisión como tutoras de la inmoralidad.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 23 de diciembre de 1966.
- Patiño Ferrer, Porfirio. 1998. *La televisión en Morelia: Análisis de la programación de contenidos de los canales 2 y 13 de Michoacán*, Tesina para obtener el grado de licenciado en comunicación. México: Facultad de ciencias políticas/Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pelta, Raquel. 2012. “El nuevo ángel del hogar Electrodomésticos y publicidad (1880-1960).” *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias* 6 (especial): 117-146. http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEP.2012.v6.40640.
- Pérez Sanjuán, Olga. 2008. *Detrás de la Cámara Historia de la Televisión y de sus cincuenta años en España*. España: Foro histórico de las telecomunicaciones/Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación.
- Pérez Yuste, Antonio. 2006. “BAIRD Y JENKINS: PIONEROS DE LA TELEVISIÓN MECÁNICA.” *Antena de Telecomunicación*, no. 116 (diciembre), 71-73.
- Pérez Yuste, Antonio. 2007. “Zworykin y Farnsworth pioneros de la televisión electrónica.” *Antena de telecomunicación*, no. 167 (marzo), 63-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4708186>.
- Peters, B. G. 2001. “Las instituciones políticas: lo viejo y lo nuevo.” *Nuevo Manual de Ciencia Política* 1:304-325.
- Philco Chile. 2019. “Historia de Philco.” Philco Chile. <https://www.philcochile.com/innovation/historia-de-philco/>.

- Pérez, Pedro. 1986. "La población y el estudio de lo urbano-regional en América Latina, revisión de los aportes del PISPAL." *Revisión de los aportes del PISPAL. PISPAL El Colegio de México* 2, no. 2 (enero-abril): 17-18.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8221966>.
- Quallenberg Menkes, Ian. 2012. "La diferencia entre tecnología y ciencia." *Iberoforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana* VII (14): 231-255.
- Quigley, Elizabeth. 2016. "Emmy for Scottish TV pioneer Alexander Bain." BBC.
<https://www.bbc.com/news/uk-scotland-35103773>.
- Rabinbach, Anson. 1990. "From Idleness to Fatigue." En *The human motor*, 19-42. United States of America: BasicBooks.
- Rabinovitz, Lauren. 1994. *Points of Resistance: Women, Power & Politics in the New York Avant-garde Cinema*. Illinois: University of Illinois Press.
- Radio Corporation of America. 1931. *Annual Report for the Year 1930*, Reporte Anual para el año 1930. N.p.: Radio Corporation of America. <https://www.worldradiohistory.com/Archive-Station-Albums/Networks/NBC-Annual-Reports/RCA-Annual-Report-1930.pdf>.
- Ramírez Bonilla, Laura C. 2017. "Moralización y catolicismo al arribo de la televisión." En *Ciudad de México y Bogotá 1950-1965*. Ciudad de México: Colegio de México / Centro de Estudios Históricos.
- Ramírez Bonilla, Laura C. 2017. *Moralización y Catolicismo Al Arribo De La Televisión: Ciudad De México y Bogotá, 1950-1965*. México: Colegio de México/Centro de Estudios Históricos.
- Ramírez Bonilla, Laura C. 2019. "Television Reception and Technological Convergence in the 1950s: The Case of Mexico City." En *The Future of Television: convergencia de contenido y tecnología*, coordinado por Ioannis Deliyannis. Grecia: GENERIC. 0.5772/intechopen.75322.
- Ramírez Bonilla, Laura C. 2020. "Una historia entrelazada sobre la llegada de la televisión a México y Colombia (1950-1955)." *Revista de Historia de América*, no. 159 (julio-diciembre), 137-159. <https://doi.org/10.35424/rha.159.2020.486>.
- Ramis, Mariano. 1934. "El iconoscópio de Zworykin | IDIS." Proyecto IDIS.
<https://proyectoidis.org/el-iconoscopio-de-zworykin/>.
- Rebeil Correa, María A., Carlos Melgarejo, y Alberto Rojas Zamorano. 1986. *Investigación de auditorio*, Investigación de auditorio y definir el perfil de la audiencia del Canal 2 de Morelia. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Reglamento de programación y promoción del Sistema Michoacano de Radio y Televisión. n.d. En *Caja 1*. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Rockwell, Rick, y Janus Noreene. 2003. *Media Power in Central America*. Illinois: Urbana: University of Illinois Press.

- Rodríguez Herrejón, Guillermo F. 2011. *La introducción del automóvil a Morelia / análisis socio-técnico*, Tesis para obtener el grado de Licenciado en Historia. Morelia, Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/ Facultad de Historia.
- Rodríguez Herrejón, Guillermo F. 2013. *La introducción del automóvil a Morelia Análisis socio-técnico*. Morelia, Michoacán: H. Ayuntamiento de Morelia/Dirección del Archivo General, Histórico y Museo de la Ciudad.
- Rodríguez Herrejón, Guillermo F. 2022. *Videojuegos y cultura de masas a finales del siglo XX: Un ejemplo a través de su introducción en dos ciudades de América Latina: Morelia y Valparaíso de 1985 a 2000*. Morelia, Michoacán: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Facultad de Historia.
- Rodríguez Martín, Nuria, y Jesús Miras Araujo. s.f. ““La más útil joya del hogar”: La promoción de los primeros electrodomésticos en España, 1900-1936.” *Aportes: Revista de historia contemporánea*, no. 36, 183-213.
<https://www.revistaaportes.com/index.php/aportes/article/view/663/350>.
- Roldán Vilorio, José. 2006. *Nikola Tesla el hombre que iluminó el mundo*, Exposición en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales (José Abascal 2, Madrid) Dirigida al gran inventor Nikola Tesla. España: ACTA.
- Rothstein, Bo. 2001. “Las instituciones políticas: una visión general.” *Nuevo manual de ciencia política* 1:199-246.
- Rubio, Jimena. 2017. “Organismos descentralizados en el Estado nacional: ¿administración centralizada por otros medios?” *Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento*, no. 176.
- Ruiz de la Herrán, J. 2005. “Guillermo González Camarena.” En *Ciencia y tecnología en México en el siglo XXI, BIOGRAFÍAS DE PERSONAJES ILUSTRES*, coordinado por Georgina Viesca López, 111-126. 1st ed. Vol. IV. México: Secretaría de Educación Pública/Academia Mexicana de Ciencias/Consejo Consultivo de Ciencias de la Presidencia de la República/Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Ruiz Magaña, Elva E., y Carmen P. Ortega Varela. 1995. “La Morelia de fin del milenio.” En *Morelia, Patrimonio Cultural de la Humanidad*, coordinado por Silvia Figueroa. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Gobierno del Estado de Michoacán/Ayuntamiento de Morelia.
- Sabato, Jorge A., y Michael Mackenzie. 1982. *La producción de tecnología autónoma transnacional*. D.F: ILET/Nueva Imagen.
- Sacristan Romero, Francisco. 2005. “Satélites de comunicación.” *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, no. 091, 64-71.
- Salvador, Novo. 1997. *La vida en México en el periodo presidencial de Adolfo López Mateos*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

- Sánchez Ruiz, Enrique E. 1991. "Hacia una cronología de la televisión mexicana." *Comunicación y Sociedad*, no. 10-11 (septiembre-abril), 235-262.
- Sánchez Zambrano, Diego F. 2009. "Análisis de la evolución de los artículos de audio y video a partir de la propuesta de modelado del diseño." *Umbral Científico*, no. 15, 94-101. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30415144011>.
- Sartori, Giovanni. 1998. *Homo Videns*. Buenos Aires: Taurus.
- Segovia Alonso, Ana I. 2012. "Estados Unidos: una transición enmarañada en un complejo mercado televisivo." En *La televisión digital terrestre: experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*, coordinado por Luis A. Albornoz y Maria T. García Leiva. Buenos Aires: Crujía.
- Servicio de Investigación y Análisis, Dirección y Cámara de diputados. 2006. "IV informe de gobierno 149 Miguel Alemán Valdés." En *Informes presidenciales: Miguel Alemán Valdés*, 149-192. D.F: Servicio de Investigación y Análisis, Dirección y Cámara de diputados.
- Servín, Manuel, y Zacarías Malacara. 2020. "Guillermo González Camarena, ¿Inventor de la televisión en color?" En *NC NOTICIAS*, 25-29. Vol. 20. León, Guanajuato: CIO Unidad de Aguascalientes Edición Especial.
- Shepsle, Kenneth A., y Mark S. Bonchek. 2005. *Las fórmulas de la política. Instituciones, racionalidad y comportamiento*. México: Taurus-CIDE.
- Sierra García, Antonio. 2013. "Configuración de la Revista Hoy." *Interpretextos* 10 (Verano): 53-72.
- Sinclair, John. 2000. "El desarrollo de los medios en el Tercer Mundo": Televisión, "dependencia", e "imperialismo de los medios". En *Televisión: comunicación global y regionalización*, 39-52. Guadalajara, Jalisco: gedisa editorial.
- Sistema de Información Cultural. 2003. "Radio, televisión y prensa escrita." En *Atlas de infraestructura cultural de México*, 165-190. Distrito Federal: Conaculta/Sistema de Información Cultural.
- Smith, Anthony. 1995. *Television An International History*. Oxford: Oxford Univesity Press.
- Sosenski, Susana. 2014. "La comercialización de la paternidad en la publicidad gráfica mexicana (1930-1960)." *Estudios de historia moderna y contemporánea de México*, no. 48, 69-111. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-03482015000200008#nota.
- Sosenski, Susana, y Paula López. 2012. "El niño consumidor: una construcción publicitaria de mediados de siglo XX." En *Caballero Ciudadanos inesperados. Espacios de formación de la ciudadanía ayer y hoy*, coordinado por Ariadna Acevedo, 197-222. México: El Colegio de México.

- Sosenski, Susana, y Ricardo López León. 2015. "La construcción visual de la felicidad y la convivencia familiar en México: los anuncios publicitarios en la prensa gráfica (1930-1970)." *Secuencia*, no. 92 (mayo-agosto), 193-225.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/secu/n92/n92a8.pdf>.
- Stearns, Peter N. 2006. *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*. New York: Routledge.
- Sterling, Christopher, y John M. Kittross. 1990. *Stay Tuned A History of American Broadcasting*. 2nd ed. Estados Unidos de América: Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Sterling, Christopher, y John M. Kittross. 2001. *Stay Tuned A History of American Broadcasting*. 3rd ed. United State: Routledge.
- Street, John. 2011. *Mass Media, Politics and Democracy*. 2nd ed. England: Macmillan International Higher Education/Red Globe Press.
- Stuart Hobson, Dorothy, Andrew Lowe, y Paul Willis. 2005. *Culture, Media, Language Working Papers in Cultural Studies*. London: Routledge/Centre for Contemporary Cultural Studies.
- Suarez, Luis. 1992. *Alejo Peralta. Un patrón sin patrones*. México: Grijalbo.
- Televisa. 2019. "HISTORIA El inicio de una gran empresa." Televisa.
<https://www.televisa.com/corporativo/historia>.
- Torres Espinosa, Eduardo. 2015. "El nuevo institucionalismo: ¿hacia un nuevo paradigma?" *Estudios Políticos* 9, no. 34 (enero-abril): 117-137.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=426439555005>.
- Torrónes Fuentes, Pamela. 2023. *El conflicto entre Luis Echeverría y los concesionarios de la televisión (1968-1976)*, Tesina para obtener el grado de Licenciada en Historia. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Facultad de Filosofía y Letras/Colegio de Historia.
- Toussaint, Florence. 2015. "La televisión de Estados Unidos en Español." *Revista Mexicana De Ciencias Políticas y Sociales* 157, no. 39 (mayo): 61-74.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1994.157.49869>.
- Toussaint Alcaráz, Florence. 2007. "Historia y Políticas de Televisión Pública en México." *Redes*, no. 5, 217-240.
- Toussaint Alcaráz, Florence. 2009. "Historia y políticas de televisión pública en México." *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* LI, no. 206 (mayo-agosto): 105-118.
- Toussaint Alcaraz, Florence V. 1984. "Movimientos en la comunicación estatal." *Proceso* 404-413, no. 409 (septiembre): 62-63.
- Vandendorpe, Florence. 1999. "Un cadre plus normatif qu'il n'y paraît: les pratiques funéraires." *Hermès. Cognition, communication, politique*, no. 25, 199-205.

- Vargas Uribe, Guillermo. 2008. *Urbanización y configuración territorial Valladolid-Morelia*. México: Morevallado.
- Velasco Lorenzo, Maria G. 2000. *Apuntes para una historia de la televisión en México*, Tesina para obtener el grado de Licenciatura en Sociología. D.F: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa/ División de Ciencias Sociales y Humanidades /Coordinación de Sociología.
- Vergara Leyton, Enrique, Liliana de Simone, Paula Armstrong, y Diego Quiroz. 2020. "Publicidad y representación de la mujer en revistas femeninas: una aproximación al caso de revista Eva." *Revista 180*, no. 46, 15-25. [http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-46.\(2020\).art-669](http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-46.(2020).art-669).
- Vidal Bonifaz, Francisco J. 2019. "De Telesistema Mexicanos a Televisa (1955-1972)." En *Historia Económica de la formación y consolidación del monopolio de la televisión abierta en México.*, 127-163. México: Universidad Nacional Autónoma de México/Programa de posgrado en Economía/Facultad de Economía/División de Estudios de Posgrado.
- Weber, Max. 1904. *La ética protestante y el espíritu del capitalismo (1905)*. Coordinado por Francisco G. Villegas M. 2019th ed. Alemania: Fondo de Cultura Económica.
- Wilkinson, Kenton T., y Alex M. Saragoza. 2012. "Cuando potencias hegemónicas riñen: Televisa vs. Univision Communications vista a través de una lente de gestión de medios." *Global Media Journal* 09 (18): 16-34. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68724519002>.
- Williams, Raymon. 1975. *Television: Technology and Cultural Form*. New York: SCHOCKEN BOOKS.
- Williams, Trevor I. 2006. "Comunicación eléctrica." En *Historia de la tecnología*, 436-465. Vol. V. México: Siglo XXI.

Hemerografía

- Cantú, Raúl. 1955. “Éxitos y fracasos de la televisión en nuestro país, eficiencia técnica y espectáculo mediocre. Originalidad de Humberto Tamayo en “el programa de un solo hombre.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 27 de agosto de 1955, 5.
- Cárdenas Solórzano, Cuauhtémoc. 1984. “IV informe de gobierno del Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, 29 de septiembre de 1984.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 30 de septiembre de 1984, 25b.
- Cárdenas Solórzano, Cuauhtémoc. 1985. “V informe de gobierno del Ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, 29 de septiembre de 1985.” *La Voz de Michoacán*, 30 de septiembre de 1985, 16.
- Continental Press Service. 1963. “Aparatos de televisión para ciegos.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 31 de octubre de 1963, 10.
- Dalgue. 1969. “La TV es un arma de dos filos.” *La Voz de Michoacán* (Morelia), 19 de junio de 1969, 15.
- Diario Oficial Diario Oficial del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos*. 1960. “Ley Federal del Radio y Televisión.” 19 de enero de 1960. https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lvgc/LVGC_ref16_19ene60_ima.pdf.
- Diario Oficial Órgano del Gobierno Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos*. 1979. “Reglamento del Servicio de televisión por cable.” 18 de enero de 1979. https://ruedadelafortuna.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/dof_1979_01_18-ley-cable.pdf.
- El Universal*. 1999. “González Camarena, padre de la TV a color.” 1999. <https://archivo.eluniversal.com.mx/espectaculos/2861.html>.
- Excélsior*. 2017. “El nacimiento de la televisión pública en México.” 2017. <https://www.excelsior.com.mx/global/2017/06/25/1171704>.
- Galarza, Gerardo. 1984. “Toda la televisión estatal en manos del director del Instituto.” Coordinado por Julio S. García. *Proceso*, (agosto), 24.
- Heraldo de Michoacán*. 1963. 9 de abril de 1963, 2.
- Heraldo de Michoacán*. 1963. 24 de abril de 1963, 1.
- Heraldo de Michoacán*. 1964. 25 de abril de 1964, 2.
- Heraldo de Michoacán*. 1966. 20 de noviembre de 1966, 4.
- Heraldo de Michoacán*. 1966. 18 de diciembre de 1966, 3.
- Heraldo de Michoacán*. 1966. 25 de diciembre de 1966, [03].

Heraldo de Michoacán. 1967. 13 de agosto de 1967, 4.

Heraldo de Michoacán. 1968. 15 de marzo de 1968, 4.

La Voz de Michoacán. 1951. 30 de junio de 1951, 7.

La voz de Michoacán. 1952. 20 de diciembre de 1952, 3.

La Voz de Michoacán. 1953. 3 de mayo de 1953, 1-2.

La Voz de Michoacán. 1953. 19 de junio de 1953, 1.

La Voz de Michoacán. 1954. 19 de diciembre de 1954.

La voz de Michoacán. 1956. 22 de junio de 1956, 3.

La voz de Michoacán. 1956. 27 de junio de 1956, 7.

La voz de Michoacán. 1956. 28 de junio de 1956, 7.

La voz de Michoacán. 1956. 1 de julio de 1956, 5.

La Voz de Michoacán. 1956. 28 de julio de 1956, 3.

La Voz de Michoacán. 1956. 14 de octubre de 1956, 6.

La Voz de Michoacán. 1956. 28 de octubre de 1956, 4.

La voz de Michoacán. 1959. 10 de marzo de 1959, 9.

La Voz de Michoacán. 1959. “Quedó listo el proyecto de la ley de radio y televisión.” 7 de octubre de 1959, 1-9.

La Voz de Michoacán. 1959. “Programas de adaptación de películas para la educación.” 5 de noviembre de 1959, 5.

La Voz de Michoacán. 1960. “Se extienden las estaciones repetidoras de TV en el país.” 6 de febrero de 1960, 4.

La Voz de Michoacán. 1960. “Aumenta el número de estaciones televisoras.” 14 de febrero de 1960, 12.

La Voz de Michoacán. 1960. “Suplemento, la voz de Michoacán, la voz del pueblo chicha periódico y la TV al servicio de usted.” 26 de septiembre de 1960, 1.

La Voz de Michoacán. 1960. “La Radio y la Televisión, Factores para la Elevación Cultural de Nuestro Pueblo.” 4 de octubre de 1960, 5.

La Voz de Michoacán. 1961. 28 de junio de 1961, 4.

La Voz de Michoacán. 1962. 27 de junio de 1962, 13.

La Voz de Michoacán. 1962. "Editorial; El "Telstar" y las Comunicaciones Espaciales." 15 de julio de 1962, 3.

La Voz de Michoacán. 1963. 19 de diciembre de 1963, 9.

La Voz de Michoacán. 1963. 14 de agosto de 1963, 11.

La Voz de Michoacán. 1964. "Estudia en el uso de televisión para programas educativos, más de 2 millones de alumnos podrían recibir su enseñanza por este sistema." mayo 1, 1964, 5 y 12.

La Voz de Michoacán. 1964. "Los medios de información en la era espacial." 3 de junio de 1964, 11.

La Voz de Michoacán. 1964. "México, sede del seminario de televisión educativa." 20 de junio de 1964, 2.

La Voz de Michoacán. 1964. 21 de abril de 1964, 9.

La Voz de Michoacán. 1964. 30 de abril de 1964, 7.

La Voz de Michoacán. 1965. 14 de diciembre de 1965, 3.

La Voz de Michoacán. 1965. "La educación televisada." 10 de agosto de 1965.

La Voz de Michoacán. 1966. 15 de julio de 1966, 4.

La Voz de Michoacán. 1966. 15 de septiembre de 1966, 5.

La Voz de Michoacán. 1966. "Radio y televisión como tutoras de la inmoralidad." 23 de diciembre de 1966.

La Voz de Michoacán. 1967. 3 de mayo de 1967, 9.

La Voz de Michoacán. 1967. 9 de diciembre de 1967, 3.

La Voz de Michoacán. 1967. 15 de abril de 1967, 1.

La Voz de Michoacán. 1967. "Sección Comercial de Aniversario de La Opera S.A." 15 de abril de 1967, 1.

La Voz de Michoacán. 1984. "Llegaron ya a Morelia las antenas parabólicas." 29 de febrero de 1984, 7.

La Voz de Michoacán. 1984. 30 de septiembre de 1984, 12.

La Voz de Michoacán. 1984. "Sistema Michoacano de radio y televisión, canal 2 Morelia, programación domingo 30 de septiembre de 1984." 30 de septiembre de 1984, 12.

La Voz de Michoacán. 1985. 29 de septiembre de 1985.

La Voz de Michoacán, segunda sección. 1967. 18 de abril de 1967, 6.

- Marrentes, Pablo. 1983. Entrevista para la revista *Proceso*.
- Mola Mediz de, Loret. 1954. "Horizonte: Televisión y la vida." *La Voz de Michoacán* (Morelia), 4 de febrero de 1954, 4.
- Nosotras Decimos: Suplemento de La Voz de Michoacán*. 1958. "La radio y la televisión, elementos de la vida moderna." 15 de septiembre de 1958.
- Nosotras Decimos: Suplemento de la Voz de Michoacán*. 1960. 1 de mayo de 1960, [5].
- Nosotras Decimos Suplemento Dominical de la Voz de Michoacán*. 1956. "Un maravilloso invento: la televisión." 26 de febrero de 1956.
- Noticias*. 1964. 11 de enero de 1964, 4.
- Noticias*. 1969. 4 de marzo de 1969, 4.
- Noticias*. 1969. 25 de abril de 1969, 5.
- Noticias*. 1970. 6 de marzo de 1970, 7.
- Periódico Oficial del Estado de Aguascalientes*. 1987. "Ley que crea el organismo público descentralizado radio y televisión de Aguascalientes." 11 de enero de 1987.
- Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo*. 1981. "Acuerdo Administrativo por medio del cual se crea la Dirección de Radio, Cine y Televisión, como dependencia del Ejecutivo del Estado." 10 de diciembre de 1981.
- Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo*. 1984. "Decreto Administrativo- Mediante el cual se crea el Sistema Michoacano de Radio y Televisión como Organismo Público Descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio." 12 de julio de 1984.
- The Times*. 1926. "The Televisor. Successful Test of New Apparatus." 28 de enero de 1926.
- Villaseñor Chávez, José. 1984. "La Nueva Ópera, Negociación Comercial que Supera el Medio Siglo de Vida." *La Voz de Michoacán Sección de Finanzas y Negocios* (Morelia), 19 de septiembre de 1984, 5.

Audiovisuales

- Algo sobre....* 1985. Episodio 7 y 8, “Vertebrados, Piel de león y Salamandra.” Disc ED-009-017. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 21 de octubre de 1985.
- Érase que era.* 1984. Episodio 1, “Los hijos del capitán Grant.” Disco EN-0024-003/014. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 6 de noviembre de 1984.
- Érase que era.* 1984. Episodio 2, “Un domingo feliz.” Disc EN-0024-003/016. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 6 de noviembre de 1984.
- Érase que era.* 1984. Episodio 3, “El ruiseñor chino.” Disco EN-0024-003/014. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 6 de noviembre de 1984.
- Érase que era.* 1984. Episodio 4, “Los tres pelos del diablo.” Disco EN-0024-003/017. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 6 de noviembre de 1984.
- Fases.* 1984. Episodio 4, “Qué es un ave, y Aves de granja.” Disco ED-0015-004/017. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 13 de noviembre de 1984.
- Fases.* 1984. Episodio 10, “La orquesta sinfónica, Técnica del pincel oriental.” Disc ED-0015-010/017. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 15 de noviembre de 1984.
- Fases.* 1984. Episodio 1, “La revolución industrial en China.” Disco ED-0015-001/017. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 23 de noviembre de 1984.
- Fases.* 1984. Episodio 2, “Conocimiento de las hojas y los hongos.” Disco ED-0015-002/017. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 26 de noviembre de 1984.
- Gassol, Alberto, dir. 1985. *Conoce a tu vecino*. Episodio 5. Disc EN 0055-005/012. Morelia: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. *Hablando de música*. 1985. Episode 9, “Arturo Castro Jr. Y Daniel Riobos Jr. II.” Disco EN-0020-010/010. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire, 17 de octubre de 1985.
- Juan sin miedo.* 1985. Episodio 1 y 2, “La cueva del dragón, El castillo encantado.” Disc EN--0003-001/048. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión, 1985. Al aire 3 de diciembre de 1985.
- Morelia de Ayer y Hoy.* 2008. Episode Especial, “24 Aniversario del SMRTV.” Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 3 de octubre de 2008.
- Navarro, Fidela. 2009. *24 años del Sistema Michoacano de Radio y Televisión*, Simposio de los medios públicos en la era de la digitalización. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión.

- Noches de cine*. 1941. Episodio 1, “Sangre y arena.” Disc EN-0041-009(1)/000. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión, 1984. Al aire 3 noviembre 1984.
- Rincones de México*. 1985. Episodio 1, “Chiapas.” Disc ED-0017-001/007. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 16 de octubre de 1985.
- Saitô, Hiroshi, dir. 1985. Episode 1 y 2, “La abeja Maya.” Disc EN-0023-001/052. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 19 de abril de 1985.
- Sistema Michoacano de Radio y Televisión, dir. 2009. *Simposio de los medios públicos en la era de la digitalización*. “24 años del Sistema Michoacano de Radio y Televisión.” Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Sistema Michoacano de radio y televisión, dir. 2012. *Historia del Sistema Michoacano de Radio y Televisión*. “Sm 28 años siendo la radio y la tele de todos.” Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Al aire 18 de septiembre de 2012. <https://www.youtube.com/watch?v=RnC8QCWcerw&t=9s>.
- Solórzano, Javier. 2009. *24 años del Sistema Michoacano de Radio y Televisión*, Simposio de los medios públicos en la era de la digitalización. Morelia, Michoacán. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión.
- Villaseñor Kuri, Rafael, dir. 1983. “Una Pura y Dos con Sal.” Disco EN - 0099 -001/041. Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de Radio y Televisión, 1985. Al aire 14 de mayo de 1985.
- Villegas, Enrique. 2024. *Entrevista con el subdirector de Televisión, Enrique Villegas*, Entrevista realizada en el Sistema Michoacano de Radio y Televisión. Compilado por Tobías Gómez. Morelia, Michoacán: SMRTV.
- Yo me acuerdo que...* 2024. “Así inició el SMRTV.” Morelia, Michoacán: Sistema Michoacano de radio y televisión: Todo el Sistema al Pueblo, septiembre. Al aire 28 de septiembre de 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=Z85lhm2P7CA>.