

Una historia entrelazada sobre la llegada de la televisión a México y Colombia (1950-1955)

*Laura Camila Ramírez Bonilla**

Recibido el 10 de septiembre de 2019; aceptado el 03 de febrero de 2020

RESUMEN

El objetivo de este artículo es exponer enlaces, contradicciones e influjos en torno a la llegada de la televisión a Colombia y México, en la década de los cincuenta. Se sostendrá que en dicho proceso histórico es evidente una dimensión global, que permite reconstruir relatos entrelazados. Tal carácter se puede exponer en cinco ámbitos: la naturaleza misma de la televisión; los proyectos políticos y económicos que enmarcaron la instalación; las expectativas que la prensa expandió sobre el tema; el tinte nacionalista de los gobiernos de la época, la prensa y los propietarios de concesiones; y los referentes internacionales, las influencias y los intercambios con otros países. Para rastrear la globalidad de este fenómeno, esta investigación acudió a fuentes primarias y bibliografía especializada. Se resaltaron las experiencias de cada país, desde sus rasgos particulares, pero sobre todo, sus coincidencias. Desde el antagonismo de los modelos televisivos adoptados en México (privado) y Colombia (público), los lectores se encontrarán con una historia cruzada entre dos estudios de casos, más que con una tabla de comparación.

Palabras clave: televisión, México, Colombia, nacionalismo, tecnología y política.

* Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, México, Correo electrónico: laura.ramirez@ibero.mx, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6147-8567>.

The beginning of television in Mexico and Colombia (1950-1955), an intertwined History

ABSTRACT

This article examines links, contradictions, and impacts around the arrival of television in Colombia and Mexico in the 1950s. It will be argued that a global dimension is perceivable in this historical process. This approach allows for the reconstruction of interwoven histories. This argument is developed through five subjects: 1. The nature of television; 2. The political and economic projects implied in its installation; 3. The press expectations regarding the event; 4. The nationalistic approach that governments had towards the beginning of television, and the beneficiaries of the concessions; 5. The international models, influences, and exchanges. In order to grasp the global scope of this phenomenon, this research considers a wide variety of sources and bibliography. The article focuses on each country's experience; without disregard the uniqueness of each case, however, the emphasis is on the similarities between countries. Considering the opposite broadcast models adopted in Mexico (private) and Colombia (public), readers of this article will find an interwoven history of television, instead of a simple comparison table.

Key words: television, Mexico, Colombia, nationalism, technology and politics.

El propósito de este artículo es evidenciar enlaces, contradicciones e influencias, algunas espontáneas, otras conscientes, en torno a la llegada de la televisión a México y Colombia. El ejercicio pone en diálogo temáticas y contextos de dos países que optaron por sistemas televisivos antagónicos: uno privado-comercial (México) y otro público-cultural (Colombia). En otras palabras, se trata de un esfuerzo por revisar dos procesos históricos desde una perspectiva cruzada, que entrelace las trayectorias y controvierta la experiencia como algo circunscrito, exclusivamente, a los límites nacionales. Con sus matices respectivos, estamos ante una narrativa de encuentros y desencuentros. América Latina se expone aquí como un espacio de itinerarios divergentes y al mismo tiempo conectados, que lee coyunturas globales en clave interna, observa la región y sus influjos, coincide y discrepa. En ese marco, la "excepcionalidad" de cada experiencia se relativiza, mientras que las semejanzas cohabitan y en ocasiones se reafirman con las diferencias.

Esta investigación comprueba que ante la aparición de la televisión, un medio de comunicación audiovisual, masivo y doméstico, los casos de Mé-

xico y Colombia respondieron 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, finalmente, prospectos de liderazgos regionales que se empezaron a materializar con el afán industrializador de la época. Lo de México y Colombia es una secuencia, más o menos encadenada, de hechos e ideas que remiten a una historia entrelazada de la televisión.

Bajo esa pauta, y contrario a las percepciones más superficiales, los antecedentes no fueron inmediatos en el tiempo ni tampoco los esquemas para la instalación respondieron a “fórmulas mágicas” o “modelos únicos”. Los adelantos tecnológicos que permitieron la transmisión de imágenes en movimiento a la distancia y la fabricación de receptores para el consumo público datan de la década de 1840, cuando Alexander Bain anunció la telegrafía visual.¹ De sus hallazgos y sucesivos experimentos en laboratorios, tanto con el sistema mecánico (discos de Nipkow) como eléctrico (iconoscopio de Zworykin), se realizaron las primeras pruebas públicas en 1926, en Londres. El camino que recorrieron en paralelo los trabajos de John Logie Baird para la British Broadcasting Corporation (BBC); Mac Gee y Electric and Musical Industries (EMI); Bell Telephone Company y las exhibiciones públicas de 1927 en Estados Unidos; y la arrasadora Radio Corporation of America (RCA) y sus experimentos con una emisora desde el edificio Empire State de Nueva York, reflejaron el dinamismo de la innovación tecnológica y sus potenciales de desarrollo industrial. Los avances no pararon hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial. Ni los influjos del régimen nazi, pionero en el medio desde 1935 y las primeras transmisiones desde Berlín, lograron evitar la desaceleración de los hallazgos. Con los años, el inicio de la Guerra Fría consolidó a Estados Unidos como cabeza incuestionable del sistema televisivo mundial, con un modelo comercial de explotación privada, en

¹ Para llegar a este punto, después de los trabajos de Bain y otros científicos, tres fueron los hallazgos tecnológicos más relevantes para la televisión: primero, la invención del disco de Nipkow, entre 1884 y 1888 por Paul Nipkow. Segundo, en la década de 1890, Ferdinand Braun desarrolló el tubo catódico que hizo posible la transmisión ilimitada de puntos y la descomposición de la imagen. Y tercero, John Logie Baird realizó la primera transmisión eléctrica de una imagen en movimiento, el 15 de enero de 1926, mediante el uso de dos discos: un receptor y un emisor, unidos a un mismo eje y separados dos metros de distancia. Téllez, *Veinticinco años de televisión...*, pp. 11-13, Pierre y Tudesq, *Historia de la radio y la televisión*, Cap. VI.

contraste con el esquema británico, basado en el cobro de un impuesto especial para el financiamiento y la administración pública.²

Tomando como base lo anterior, y producto de una investigación histórica, este artículo plantea que hubo una dimensión internacional en la llegada y estabilización de la televisión en países como México y Colombia. Dicho carácter se puede evidenciar en cinco planos, que en su orden, presentaremos en este artículo: primero, la naturaleza de la televisión como un medio que alteró las percepciones de tiempo y espacio, ofreció la ilusión de reducir distancias y obtener inmediatez en la comunicación de un mensaje. Por primera vez, la audiencia se consideró a sí misma como testigo ocular de hechos ocurridos en otro espacio físico, en el momento mismo en que tenían lugar, sin necesidad de moverse de casa. Segundo, la percepción de expectativa y conmoción que la prensa expandió sobre la llegada de la televisión, frente a una realidad de desconocimiento y difícil capacidad adquisitiva de la audiencia para obtener la tecnología recién llegada. Tercero, los planes políticos y económicos que en cada país justificaron y ejecutaron la instalación del nuevo medio de comunicación, con intereses en diálogo y tensión entre sectores comerciales y estatales. Cuatro, el tinte nacionalista, que desde las particularidades de cada proyecto y el modelo adoptado —estatal o privado—, asumieron los gobiernos de la época, la prensa y los actores involucrados con la ejecución exitosa del sistema televisivo. Y quinto, los influjos y referentes internacionales que fueron relevantes en el proceso, tanto en lo tecnológico como en la definición de una función social, comercial o política del medio.

Para rastrear la globalidad y entrecruces de este fenómeno, esta investigación acudió a fuentes primarias (hemerografía y Archivo General de la Nación) y bibliografía especializada. Así, se resaltaron las experiencias de cada país, desde sus rasgos particulares, sin forzar la información a la definición taxativa de similitudes y diferencias. El lector se encontrará aquí con un diálogo entre dos estudios de casos, más que con una tabla de comparación.

MIRAR EL MUNDO DESDE CASA

“La televisión es una ventana del mundo que se asoma a la sala de los hogares colombianos”, señaló la revista *Cromos* en enero de 1959, mostrando la fotografía de un grupo de personas sentadas en el piso ante un telereceptor encendido. El enunciado, complejo en su aparente obviedad, no sólo aludía

² Pierre y Tudesq, *Historia de la radio y la televisión*, Cap. VI. Smith, *Television an International history*, pp. 11-15.

al espacio físico donde se instaló el aparato electrónico en la vida cotidiana de los ciudadanos: la sala de la casa, sino a la dialéctica que implicaba presenciar el mundo, “el afuera”, manteniéndose en “el adentro”.³



Figura 1. Fotografía de gente viendo televisión, 1959. “La televisión es una ventana del mundo que se asoma a la sala de los hogares colombianos”. Fuente: *Cromos*, Colombia, 19 de enero de 1959.

En cuanto al espacio físico, se hacía referencia a la condición doméstica del medio.⁴ Integrarse a los domicilios de las familias —en su diversidad de

³ Yépez, *Contra la Tele-Visión*, p. 11 y 15. Una metáfora similar es usada por Monsiváis, “Lo entretenido y lo aburrido. La televisión y las tablas de la ley”. p. 214.

⁴ Briggs, “Television in the home and family”, pp. 109-121.

circunstancias— implicó un vínculo directo con sus hábitos, intereses, horarios, consumos, valores y reglas. En otras palabras, la televisión se asumió —en pleno— bajo la noción de “estar en casa”.⁵ “Todo lo podremos ver en nuestro aparato televisor, sentados tranquilamente en un cómodo sillón, sin mover un solo pie”, explicó la revista *Radiolandia* a sus lectores, en 1949, a casi un año de que se inaugurara el medio en la Ciudad de México.⁶ La idea, pese a la precariedad del proyecto, se convirtió en el gran atractivo para el público y elemento diferenciador frente a otros medios de comunicación y espectáculos de la época. A finales de los cuarenta, pocos sabían cómo y para qué serviría la nueva tecnología. Menos aún eran conscientes de que en pocos años, éste se convertiría en el más reciente “miembro de la familia”.

La expectativa de *Radiolandia* (1949) en México guarda relación con la fotografía de *Cromos*, en Colombia, diez años después (1959), cuando el medio ya contaba con estabilidad comercial y técnica. Sin necesidad de acudir al desplazamiento físico, el sistema hacía posible el contacto con el exterior, otras culturas, otros paisajes, otras formas de vida, para muchos inalcanzables, incluso, inimaginables. El principio básico de la televisión se expresaba así sin reservas: la transmisión y recepción, a la distancia, de imágenes en movimiento combinadas con sonido. Desde su fase de laboratorio, en los años veinte del siglo pasado, se trazó ese cometido.⁷ *Radiolandia* (1949) lo planteó en términos de aquél que se asoma al exterior: “todo lo podremos ver en nuestro aparato”, mientras que curiosamente, *Cromos* (1959) exaltó al artefacto que le permitía al “exterior” acercarse al “interior”: “es una ventana del mundo que se asoma a la sala”. Sin más, se trataba de una dialéctica. Las dos lecturas ponían en evidencia que la interacción con el medio remitía a una mirada mutua, que modificaba tanto al interior como al exterior.

Para Silverstone, la televisión logra introducir a los domicilios, lugar de lo privado en la contemporaneidad, “noticias del mundo que se desarrollan más allá de la puerta de entrada, proveerá narrativas e imágenes que se ofrecen a procesos de identificación, apaciguamiento o frustración, reforzará los lazos de la casa con el vecindario y la comunidad, y alojará de manera cada vez más firme a la casa en un mundo doméstico más privatizado y mercantilizado”.⁸ Desde esta perspectiva, no parecía exagerar la tienda departamen-

⁵ Heller, “¿Dónde estamos en casa?”, p. 153.

⁶ “Evolución de la televisión en México”, *Radiolandia*, México, 2 de diciembre de 1949.

⁷ Véase “Television for the home”, *Popular Mechanics Magazine*, Estados Unidos, abril de 1928, pp. 1-3. Esta revista se encuentra en línea en el portal de Google Books, https://books.google.com.mx/books?id=vd4DAAAAMBAJ&pg=PA529&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false, consultada el 23 de mayo de 2015.

⁸ Silverstone, *Televisión...*, p. 91.

tal, *El Palacio de Hierro*, cuando el 1 de septiembre de 1950, el día en que se inauguró la televisión en México, señaló en un anuncio publicitario: “Ya puede ser su hogar el escenario de cualquier espectáculo”.⁹

La naturaleza de la televisión estaba ligada, desde su concepción misma, a la dualidad, y ¿por qué no?, a la paradoja. Por principio, se trataba de un dispositivo que permitía acercar en la distancia. Esta condición de base supuso una noción implícita de globalidad, en tanto capacidad de interacción y conciencia del exterior, en su dimensión y posibilidades de intercambio. Pero al mismo tiempo, implicó una simplificación del espacio y el tiempo. El globo se alcanza desde la inmovilidad. El nuevo medio hacía aprehensible la distancia mediante la metáfora de la ventana. La ilusión de cercanía se concretaba entonces, mientras la posibilidad de ser testigo ocular de lo acontecido daba al espectador un rol definido. Si a la experiencia se le sumaba la oportunidad de presenciar en tiempo real —en vivo y en directo— lo ocurrido en “el afuera”, la relación con el tiempo se hacía singular. No había ya lugar a esperas. Al decir de Pérez, la televisión tenía la facilidad, incluso, de domesticar el exterior y convertirlo en un elemento más del hogar.¹⁰

LA FIEBRE DE LA TELEVISIÓN

Tanto en México como en Colombia, la instalación de la televisión fue presentada al “gran público” como el acontecimiento tecnológico del momento. Los fabricantes y los publicistas no escatimaron en elogios. “¡Ya está aquí la televisión!”,¹¹ dijo *Philco* en Colombia, “Ya llegó a México la maravilla del siglo”,¹² señaló *RCA Victor*. “Por primera vez en Colombia la satisfacción de un anhelo. ¡TELEVISIÓN...!”, indicó *Dumont* en un anuncio a color en *Cromos*.¹³ La noción de ser los “primeros” fue usada por los fabricantes para resaltar la posición de liderazgo en el mercado: “RCA presenta por primera vez en México sus maravillosos receptores!! [...] *RCA Victor*... primera en televisión”.¹⁴ El recién llegado se mostraba como absoluta novedad. La prensa siguió el tono de entusiasmo, aunque sin reflejar los matices y las diferencias del “gran público” y disparidad existente entre los aparatos receptores y la capacidad de adquisición de la mayoría de la población.

⁹ 1 de septiembre de 1950. Fuente: *Novedades*, México, 13 de agosto de 1950.

¹⁰ Pérez, “La domesticación de la “tele”: usos del televisor en la vida cotidiana. Mar del Plata (Argentina), 1960-1970”, p. 87.

¹¹ Anuncio publicitario *Philco*, *El Espectador*, Bogotá, 11 de junio de 1954.

¹² Anuncio publicitario *RCA Victor*, *Novedades*, Ciudad de México, 16 de agosto de 1950.

¹³ Anuncio publicitario *Dumont*, *Cromos*, Bogotá, 14 de junio de 1954.

¹⁴ Anuncio publicitario *RCA Victor*, *Novedades*, Ciudad de México, 12 de agosto de 1950.

Ausente de análisis, el periódico *Novedades* de México resumió el interés de los ciudadanos en una expresión: “fiebre de televisión”, misma que años después usó el columnista colombiano Álvaro Monroy en el diario *El Espectador* para retratar la noche de la inauguración. Si bien el interés del público fue en aumento ante la llegada de telerreceptores a los comercios, la instalación de enormes antenas en edificios emblemáticos —el de la Lotería Nacional en la Ciudad de México y el del Hospital Militar en Bogotá— y los anuncios de las primeras pruebas y exhibiciones, no es posible medir cuantitativamente la expectativa de la sociedad ante el acontecimiento. El periódico *Novedades* ratificó este optimismo haciendo un llamado a los fabricantes de televisores, *General Electric* y *RCA Victor*, para que enviaran pronto sus equipos a México: “pues es incontenible el interés del público por tener su aparato de televisión”.¹⁵ A dos meses de la primera emisión oficial el mismo periódico expresó: “En todas partes se habla del tema. Hemos llegado al clímax para experimentar la emoción suprema. [...] Sí, en México reina la fiebre televisora. Por doquier está la gente ansiosa de conocer detalles de la aplicación de este sensacional invento”.¹⁶ El reportaje podía considerarse una propaganda que nutría los intereses del propietario del periódico, Rómulo O’Farrill, que meses atrás había ganado la concesión estatal para operar la primera estación de televisión del país: Canal 4.

En Colombia, con antelación al 13 de junio de 1954, el gobierno del general Gustavo Rojas Pinilla distribuyó alrededor de mil quinientos televisores en lugares públicos de Bogotá, Manizales y en menor proporción, Medellín.¹⁷ La prensa publicó avisos clasificados para informar sobre la disponibilidad, en calidad de préstamo, de estos aparatos en “almacenes, hoteles y clubes”.¹⁸ Era evidente para el gobierno que las salas de las casas no iban a ser el lugar donde la mayoría de espectadores sintonizarían las primeras transmisiones. Obtener un televisor familiar o personal era un acto de lujo. Monroy no escatimó en elogios a la hora de narrar la experiencia de la inauguración: “Con el primer programa de anoche se ha despertado ‘Fiebre de Televisión’”.¹⁹ En su relato, los aspectos técnicos eran el mayor motivo de impacto: “[...] ha entrado por la puerta grande. La claridad y precisión

¹⁵ “Asombrosa transmisión”, *Novedades*, Ciudad de México, 7 de agosto de 1950.

¹⁶ “La fiebre de la televisión”, *Novedades*, Ciudad de México, 4 de julio de 1950.

¹⁷ “El equipo de televisión de Colombia el primero de su clase, dice ‘Visión’”, *El Espectador*, Bogotá, 7 de junio de 1954; Álvaro Monroy, “Con el primer programa de anoche se ha despertado ‘Fiebre de Televisión’”, *El Espectador*, Bogotá, 14 de junio de 1954, p. 9.

¹⁸ Anuncio publicitario de la Radiodifusora Nacional, *El Espectador*, Bogotá, 4 de junio de 1954.

¹⁹ Monroy, Álvaro, “Con el primer programa de anoche se ha despertado ‘Fiebre de Televisión’”, *El Espectador*, Bogotá, 14 de junio de 1954, p. 9.

con que salió al aire anoche, constituye un anticipo de grandes augurios”. La idea de que la población en su totalidad estaba atenta al “gran día” fue uno de los ejes de su narración: “[...] Ni siquiera la lluvia fue superior a la curiosidad de los bogotanos, [...] para presenciar el maravilloso y nuevo espectáculo”.²⁰

No descartamos que *Novedades* (México) o *El Espectador* (Colombia) hayan sobredimensionado la atracción de la población por el nuevo invento. Es curioso que otros periódicos de la época no hayan registrado el mismo nivel de expectación. El interés publicitario de *Novedades* salta a la vista por sus referencias a O’Farrill y a los fabricantes de televisores, motor del éxito comercial del medio. No obstante, al entrevistar a televidentes que en efecto presenciaron los primeros años de emisiones, es notorio el asombro y la fascinación: “Era emocionante. Muy raro al mismo tiempo. Como el cine, pero en las casas”, señala una entrevistada en Bogotá.²¹ “Al principio no entendía lo que estaba sucediendo, porque la familia estaba muy emocionada. Yo pensé era un mueble más cuando lo trajeron. Fue hasta la noche cuando la familia se reunió en la sala, todos con la mirada atenta a esa caja”, recordó de su niñez otro entrevistado en México.²²

DOS PROYECTOS POLÍTICOS Y ECONÓMICOS

El sistema televisivo, tanto en México como en Colombia, surgió en un contexto político y social de ruptura. En otras palabras, coincidió con gobiernos con sellos distintivos particulares, estilos de gestión y prioridades diferentes —aunque no antagonicos— a administraciones anteriores. En los dos países, la modernización se entendió y se redujo a dos procesos dominantes: el desarrollismo y la industrialización.

El 31 de agosto de 1950, en las instalaciones del Jockey Club, el gabinete de Miguel Alemán Valdez fue invitado de honor a la inauguración de la primera planta de televisión de México.²³ Todo estaba dispuesto para que al día siguiente, 1 de septiembre, la XHTV, Canal 4, llevara a cabo la primera transmisión al público, con la lectura del IV Informe de gobierno de Alemán, en la Cámara de Diputados. Para una emisión de cinco horas y ante la

²⁰ “La televisión en plena calle de Bogotá anoche”, *El Espectador*, Bogotá, 14 de junio de 1954, p. 9.

²¹ Entrevista a María Nubia Méndez, septiembre 10 de 2014, Bogotá. Mujer (1948). Realizada por Laura Camila Ramírez.

²² Entrevista a Yamil Abbud Neme, octubre 24 de 2018, Ciudad de México. Hombre (1951). Realizada por Nicole Abbud.

²³ “Se inaugura hoy en México, la televisión”, *Novedades*, Ciudad de México, 31 de agosto de 1950.

escasa presencia de televisores en la capital del país,²⁴ la administración dispuso de aparatos receptores en algunos lugares públicos. El acto político —ritual de la Presidencia de la República— dio acta de nacimiento al sistema privado y comercial de televisión en México. Un par de meses después, la señal de la XEW-TV, Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, empezó transmisiones de prueba, desde los estudios de la radiodifusora con el mismo nombre.²⁵ En marzo siguiente, con la emisión de un partido de béisbol desde el parque Delta, en la Ciudad de México, aparecieron las proyecciones continuas. Finalmente, el 18 de agosto de 1952, la tercera cadena televisiva, Canal 5, inició actividades bajo el liderazgo del ingeniero Guillermo González Camarena, propietario de la concesión.

La noche del domingo, 13 de junio de 1954, el Canal 8, en Bogotá, y el Canal 10, en Manizales, proyectaron la primera emisión de televisión en Colombia. El día elegido conmemoraba el primer año del golpe militar que había llevado al general Gustavo Rojas Pinilla a la presidencia. Como proyecto de gobierno, no era extraño que el mandatario fuera la primera persona en aparecer a cuadro e inaugurar el medio. A cargo de la Dirección de Información y Propaganda del Estado (DIPE), dependencia de la Presidencia de la República, el sistema se definió como público, de difusión cultural y educativa.²⁶ No obstante, desbordado en lo financiero y tecnológico, a partir de 1956 se optó por un modelo mixto.²⁷

El balance era ambiguo. A escasos dos años, el sistema de televisión en México ya contaba con tres canales de emisión, con dueños diferentes, en ausencia de una ley que reglamentara la industria.²⁸ De dicho modelo, en tan sólo cinco años se pasó a un monopolio económico. En 1955, Emilio Azcárraga Vidaurreta compró los dos canales en competencia y conformó Tele-sistema Mexicano S.A. (Televisa desde 1973, con la adición de Canal 8 de Monterrey). No son menores tampoco los cambios prematuros del caso colombiano. De una apuesta cultural y educativa, en manos exclusivas del

²⁴ González habla de 500 aparatos de televisión, pero no se halló certeza en la cifra. González y González, *Historia de la Televisión Mexicana*, p. 59.

²⁵ Azcárraga Vidaurreta era además accionista mayoritario de los estudios cinematográficos Churubusco-Azteca, a la cabeza de la producción fílmica del país, y propietario de la XEW y la XEQ en radio.

²⁶ El interés de Rojas en una televisión educativa y cultural al servicio de las clases populares, según Uribe, no fue otra cosa que la réplica de las estrategias que el cinematógrafo ya había implementado frente al tema. Uribe, “Del cinematógrafo a la televisión educativa”, p. 47.

²⁷ Esta periodización es sugerida por la tesis de grado de Lina Ramírez. Ramírez, *El establecimiento de la televisión en Bogotá: un proyecto político y cultural auspiciado por el gobierno de Rojas Pinilla (1953-1956)*, pp. 57-83. Para los primeros experimentos comerciales véase INRAVISIÓN, *Historia de una travesía: Cuarenta años de la televisión en Colombia*, p. 35.

²⁸ Hernández, “Obstáculos para la TV comercial”, p. 149.

Estado, con un alto componente propagandista, el sistema optó por una estructura mixta que permitió el arriendo de horarios televisivos a realizadores privados. Bajo este esquema, en 1963 se creó el Instituto Nacional para la Radio y la Televisión (INRAVISIÓN), entidad oficial encargada de la regulación del medio hasta 2004.

Ahora bien, ¿en qué coinciden México y Colombia frente a la implementación del sistema televisivo? El desarrollismo, como teoría económica o como política de crecimiento capitalista, alterna al liberalismo,²⁹ acompañó el discurso que justificó la entrada del medio de comunicación. Entonces se entendió como un proyecto productivo, redituable e inaplazable en el esquema de modernización nacional. En los dos países, la variable económica exigió ponerse en sintonía con los más importantes adelantos técnicos e industriales del mundo. Independientemente de que el modelo fuera público o privado, el argumento del desarrollo primó como motor del proceso. La instalación de la televisión no se convirtió en un objetivo único, sino en uno de los muchos que el Estado —mexicano o colombiano— de la época se vio abocado a perseguir para consolidar el “pacto industrializador”. Hablamos de una compleja red de obras de infraestructura, creación de organismos reguladores, canalización de fondos para la industria y promoción de la inversión privada —sobre todo en el caso de México.

Loeza señala que, entre 1949 y 1958, el PIB de México aumentó a una tasa anual promedio de 6.6%, el incremento per cápita llegó al 3.5% anual y el sector agrícola registró una tasa de crecimiento del 6% al año.³⁰ El período coincidió con un inédito aumento de la población, a una tasa del 3.1% anual, y el desplazamiento paulatino de los mexicanos a las grandes urbes.³¹ A principios de la década de 1960, por primera vez, más del 50% de la población empezó a habitar en ciudades.

Las cifras de Colombia se distanciaron del acelerado ritmo mexicano, no por eso dejaron de ser positivas. Entre 1945 y 1980, el PIB de Colombia aumentó a un promedio anual de 5.1%, con una producción por habitante del 2.3% por año. Con lapsos de desaceleración, el sector agropecuario redujo su participación en la economía, abriendo espacios a la industria manufacturera y al sector servicios. Igualmente, y con un mayor intervencionismo de Estado para la década de 1950, el crecimiento demográfico se aceleró, con

²⁹ Bresser-Pereira, “La nueva teoría desarrollista: una síntesis”, p. 49.

³⁰ Loeza, “Modernización autoritaria a la sombra de la superpotencia, 1944-1968”, pp. 394-396.

³¹ Rodríguez, “Secretos de la idiosincrasia. Urbanización y cambio cultural en México, 1950-1970”, p. 24. Las cifras de Rodríguez Kuri fueron calculadas a partir del texto *El desarrollo urbano de México* de Luis Unikel.

una tasa promedio de 2.7% anual, récord hasta entonces. Para 1964, más de la mitad de los colombianos vivían en zonas urbanas.³²

Ahora bien, en México la expectativa modernizadora de la “tele” estuvo atada a la inversión privada. De hecho, para revistas como *Club 16 mm* sólo dicho sector podía garantizar el éxito del proyecto. “Con empresas de esta índole, es con las que se engrandecen las naciones, y con las que aseguran su prosperidad económica”,³³ señaló exaltando la iniciativa de Rómulo O’Farril, un mes antes de inaugurado el sistema. En esa perspectiva, la proyección comercial se mostró más promisorio que la cultural y educativa que planteó el discurso del general Gustavo Rojas Pinilla en Colombia. Al respecto, *Club 16 mm* indicó: “La televisión vendrá a ser un eficaz coadyuvante en la mejoría de la economía de nuestra capital, ya que ella será causa de una nueva y grande derrama de dinero que llegará a muchos hogares capitalinos”. La confianza en el proyecto sobrestimaba el potencial de cambio de la nueva tecnología y su capacidad de penetración inmediata: “no en una sola clase social o de un grupo aislado, sino lo mismo a la casa del artista, que del técnico, del obrero o del oficinista”.³⁴

La iniciativa privada fue incluso satanizada en los primeros años de la televisión del general Rojas Pinilla en Colombia. “...En varios países se han podido apreciar los defectos de una Televisión comercial, organizada a base de programas en los que el mal gusto y el pésimo contenido corren parejos”, indicaba el *Boletín de Programas*, órgano de difusión de la Radiodifusora Nacional, tres meses antes de la inauguración del medio.³⁵ Y ante el rumor de una posible intervención de privados, Fernando Gómez Agudelo, joven director de la Radiodifusora, expresó: “El presidente de la república no quiere por ahora televisión comercial. Además ¿cómo expedir licencias cuando aún no se ha dictado una reglamentación sobre el particular?”.³⁶ La estatalidad del sistema era su sello particular, aunque representara un esfuerzo financiero más allá de las capacidades de un Estado como el de Colombia. Lo cierto es que con el nuevo invento, “lo que hasta ahora había sido explotado por la propaganda comercial en beneficio de unos pocos”, podía llegar al gran público, ávido de instrucción educativa y cultural, según sus palabras.³⁷

³² Ocampo, Historia económica de Colombia, pp. 232-233.

³³ “Televisión”, *Club 16 mm*, Ciudad de México, julio-agosto de 1950.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ “Televisión cultural desde el 13 de junio”, *Boletín de programas*, Bogotá, marzo de 1954.

³⁶ “Por ahora no habrá TV comercial en el país”, *El Espectador*, Bogotá, 23 de junio de 1954, p. 12.

³⁷ “Apartes de las palabras pronunciadas por el Director de la Emisora, Fernando Gómez Agudelo, el 1° de febrero, 14° aniversario de su fundación”, *Boletín de programas*, Bogotá, marzo de 1954.

Es diciente que, desde la misma base desarrollista, el resultado ante el modelo televisivo haya sido tan diferente. La comprensión contextualizada de la televisión, como fenómeno multivarial, nos remite en Colombia a una dictadura militar y en México a la estabilización de un régimen político de partido único. En los dos casos el carácter del poder político determinó el modelo y la función del medio. El esquema estatal colombiano respondió al personalismo político del régimen, empeñado en una empresa alfabetizadora que, con ímpetu de difundir la nueva tecnología a todo el territorio nacional, terminó diseñando un sistema de propaganda política. Por su parte, el modelo mixto, que se fortaleció y reguló con la transición política de la dictadura (1953-1957) a la democracia —mediante el inicio del pacto bipartidista denominado Frente Nacional (1958)—, respondió a la pretensión del Estado de mantener el control, sin asumir toda la carga económica y productiva demandada por el medio. En contraste, el alemanismo partió de un genuino interés estatal que cedió, poco a poco, la iniciativa a la empresa privada. No se trataba de ingenuidad. Su gobierno, catalogado por Loaeza con la etiqueta de “modernización autoritaria”, construyó una compleja rama de relaciones con el nuevo medio. Lejos de aceptar la implementación de un sistema estatal, al estilo de la BBC de Londres, como lo recomendaba el informe del escritor Salvador Novo y Guillermo González Camarena,³⁸ pagado por el mismo Estado, otorgó las tres concesiones televisivas a privados. La presencia de su familia en la industria (Telesistema), el crecimiento de importantes conglomerados de medios —con participación en cine, radio, prensa y televisión— y los vigorosos vínculos de Azcárraga con la Presidencia de la República y el Partido Revolucionario Institucional (PRI) explican, en parte, esta forma subterránea de hacer presencia, manteniendo el esquema privado³⁹.

La contraposición de modelos nos remite al rol del Estado, la función social del medio y el impacto político y económico. En ese proceso, no deja de llamar la atención que un Estado fuerte, que concentraba el poder en una estructura partidista sólida —PRI a partir de 1946—, haya accedido a que el monopolio televisivo fuera privado.⁴⁰ ¿Por qué la intervención estatal se limitó al arbitraje y no al dominio de la instalación y el desarrollo de un

³⁸ Novo, Salvador, *La Televisión (Informe)*, Ciudad de México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 1948.

³⁹ Paxman y Fernández plantean que Miguel Alemán Velasco, hijo de Miguel Alemán Valdez, actuó como mediador entre los Azcárraga y los O’Farrill en el manejo de la compañía conjunta de televisión. En 1991, se dio a conocer que la familia Alemán tenía el 18% del esquema accionario de Televisa. Véase Paxman y Fernández, *El tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*.

⁴⁰ Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas de información en México*, p. 104.

nuevo medio de comunicación con un futuro aparentemente “promisorio”? En contraste, ¿por qué un Estado en plena inestabilidad institucional, como el colombiano, con un régimen político de transición, que terminó en una dictadura militar, encontró en un proyecto como la televisión un motivo de fortaleza —prioritario?

EL LIDERAZGO REGIONAL Y EL NACIONALISMO TECNOLÓGICO: MÉXICO

A un día de que la XHTV-Canal 4 saliera al aire en México, su propietario, señaló ante representantes del gobierno, medios de comunicación y empresarios:

Este suceso, como ya hemos informado, reviste una gran significación para nuestro país, por ser la primera planta que se instala en la América Latina, y la más moderna en el mundo. Debe considerarse que las ya existentes en los Estados Unidos y aun las que operan en Inglaterra y Francia, no poseen las innovaciones que se han introducido a la televisión en los últimos tiempos”.⁴¹

El argumento ya era conocido. El 12 de julio, el mismo Rómulo O’Farrill, al presentar a la prensa la primera unidad móvil de su estación televisiva, con tecnología de la empresa estadounidense *RCA Victor*, recalcó ante el regente del Distrito Federal, Fernando Casas Alemán, que con estos equipos México se ponía a la cabeza de todos los avances técnicos de la televisión latinoamericana.⁴² La transmisión de cirugías, desde el Hospital Militar, como piloto de la tecnología, días previos a la inauguración del medio, estuvo adornada de alusiones en el mismo tenor.⁴³

La exaltación a la hazaña regional se reforzó con los rumores que traía la televisión a color. Un acertijo tecnológico que, al parecer, México podía develar antes que cualquier otro país. “Quizá sea México, el primer país que cuente con TV a colores naturales, que como dice Camarena, es la verdadera televisión”, indicó *Radiolandia* en diciembre de 1949.⁴⁴ Al tiempo que explicaba el mecanismo técnico, el informe mostraba el ingenio de Guillermo

⁴¹ Discurso de O’Farrill, el 31 de agosto de 1950, transcrito en: Mejía, *Historia de la Radio y la Televisión*, p. 183.

⁴² “La unidad móvil”, *Novedades*, Ciudad de México, 13 de julio de 1950.

⁴³ “Preparativos de grandes pruebas”, *Novedades*, Ciudad de México, 11 de agosto de 1950; “Transmisión de operaciones por televisión”, *Novedades*, Ciudad de México, 18 de agosto de 1950.

⁴⁴ “Evolución de la televisión en México”, *Radiolandia*, Ciudad de México, 2 de diciembre de 1949.

González Camarena como gran orgullo mexicano. Adelantarse a países desarrollados suponía un valor agregado al proyecto.⁴⁵ El “consenso nacionalista” con el que Loaeza describe este período se manifestó también en la etapa experimental y de implementación del sistema televisivo en México. En ese sentido, establece lo nacional como único, propio y ejemplo a seguir.⁴⁶

En efecto, México se estaba posicionando como pionero regional en el sector de las telecomunicaciones. En el mismo año, le siguieron los pasos Brasil y Cuba, y antes de 1954, cuando se instaló el medio en Colombia, Argentina, Chile, República Dominicana y Venezuela habían hecho lo propio. “En ningún otro país se ha debutado con tan magnífico éxito”.⁴⁷ Aunque en menor intensidad, el orgullo nacional también afloró en los reportes de prensa en Colombia. La tentación a magnificar la proeza técnica revelaba, en parte, el peso que representó para estos gobiernos —y en menor medida sus países— la instalación del sistema.

En el caso mexicano, incluso el empresariado acudió al sentimiento nacional para competir por las concesiones televisivas. En una carta del 27 de octubre de 1948, el ingeniero González Camarena le pidió al presidente Alemán no dejar el nuevo medio en poder de extranjeros, no sólo por el riesgo que representaban sus prácticas “desleales” en los negocios, sino por el merecido reconocimiento que le debía el gobierno a los propios mexicanos que, con inventiva y financiación, habían apostado a este proyecto. Sin más preámbulos, González Camarena instaba a que la concesión fuera adjudicada al “mejor técnico de América” —él—: “que es mexicano, con capital mexicano y para mexicanos”.⁴⁸

El liderazgo regional de México en la materia aportó un matiz “nacionalistas” al contexto. La “doctrina de la mexicanidad”,⁴⁹ que mostraba a un país monumental y altivo,⁵⁰ se glorificaba con el mérito de haber sido el primero en Latinoamérica en traer la televisión. De manera subsidiaria, las posibilidades de tener televisión a color “hecha en México”, reforzaba el signo patriota del discurso.

⁴⁵ “Televisión”, *Radiolandia*, Ciudad de México, 25 de noviembre de 1949.

⁴⁶ Loaeza, *Clases medias y política en México*, p. 133.

⁴⁷ “Con magnífico éxito se inauguró anoche la televisión en Bogotá”, *El Tiempo*, Bogotá, 14 de junio de 1954, p. 1.

⁴⁸ AGN - México, FP, Miguel Alemán Valdés, caja 523, carpeta 14. (523/14): Cartas de representantes de Radio-Televisión de México S.A. al presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Miguel Alemán Valdés, México DF, 27 de octubre de 1948.

⁴⁹ Pérez Montfort, “La cultura”, p. 322.

⁵⁰ *Ibid.*, p. 273.

LA EXPANSIÓN LOCAL Y EL NACIONALISMO ALFABETIZADOR: COLOMBIA

Los mensajes de optimismo y confianza en el futuro de bienestar colectivo que traería la televisión tomaron acentos distintos en cada país. Al tener un carácter eminentemente público, en Colombia la tecnificación que significaba la televisión fue presentada —y justificada— por el gobierno como complemento educativo y cultural. Fernando Gómez Agudelo, desde la Radiodifusora Nacional, ratificó este énfasis: “Colombia es uno de los primeros países del mundo que utiliza la televisión para el servicio exclusivo del adelanto cultural y material de la Nación”. Con un cierto signo de superioridad moral, el discurso tildaba como perjudicial el sistema comercial. El sentido modernizante de la televisión estaba ligado a la exaltación de los rasgos nacionales —la nación bajo el régimen militar— y la posibilidad de ampliar la cobertura educativa.⁵¹

Durante el primer año de actividades, los dos planos, tanto el educativo como el del fomento cultural de la nación, estuvieron concentrados en al menos cinco temas prioritarios: la alfabetización de adolescentes y adultos; el nuevo esfuerzo pedagógico que representaban los medios audio-visuales; una “educación para las masas colombianas”; la instrucción técnica y profesionalizante de campesinos y obreros y la divulgación cultural, que emitía tanto piezas de folclor popular como óperas, teatro universal y obras literarias.⁵² “Esta sola cooperación de la TV en la batalla contra el analfabetismo y en pro de la dignidad humana, bastaría para justificar su implantación en el medio colombiano”, argumentaba el *Boletín de Programas*, al explicar las razones de la millonaria inversión económica que representaba el montaje del sistema.⁵³

Esta concepción sobre la función de la televisión tuvo también un tono nacionalista, que advirtió en cada mejora técnica y administrativa un acto por la patria. La idea de “cruzar el territorio nacional”⁵⁴ mediante la señal televisiva imponía una imagen de integración —geográfica y política—, como tarea inconclusa e inaplazable, por un lado, y un matiz popular que

⁵¹ “Apartes de las palabras pronunciadas por el Director de la Emisora, Fernando Gómez Agudelo, el 1° de febrero, 14° aniversario de su fundación”, *Boletín de programas*, Bogotá, marzo de 1954.

⁵² “Televisión”, *Boletín de programas*, Bogotá, marzo de 1954; “En el decimoquinto aniversario de Radiodifusora Nacional”, *Boletín de programas*, Bogotá, febrero de 1955.

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ “En el decimoquinto aniversario de Radiodifusora Nacional”, *Boletín de programas*, Bogotá, febrero de 1955.

prometía, por otro, que los beneficios⁵⁵ del medio “desbordaran el circunscrito espacio vital de las clases privilegiadas, para extenderse económicamente a las menos favorecidas”.⁵⁶ El gobierno de las Fuerzas Armadas se comprometía a llevar a “todos los colombianos”, sin excepción, “un mensaje audio-visual de la cultura y la educación, baluarte indispensable en la conquista del mayor anhelo de todo colombiano: HACER PATRIA”.⁵⁷ En ese marco, insertar a Colombia en un contexto de modernización que le equiparara con otros países de la zona, era un paso natural en el proyecto, motivo de orgullo para todos los nacionales. “El patriótico interés del señor presidente se cristaliza en su anhelo fervoroso de lograr para la radiodifusión y la televisión colombianas un primer puesto continental”,⁵⁸ ratificó el oficialista *Boletín de Programas*.

Ahora bien, el esquema de Rojas, en contraste con México, era antagónico. El medio partía de una consolidación interna, de expansión local, para mostrarse hacia fuera como ejemplo. En el camino, el desdén al modelo privado-comercial primaba sobre la factibilidad de una empresa de la magnitud que planteaba el régimen, de alta exigencia tecnológica, industrial y cultural. Pero no era para menos. Requería de una antítesis que justificara la originalidad y esencia de su propuesta. El discurso adquirió ingredientes nacionalistas que justificaron la impronta y dimensión del proyecto y elementos propagandísticos que explicaron la celeridad del montaje y su primacía —sobre otros.

REFERENTES E INFLUENCIAS EXTERNAS

En 1947, tres años antes de la instalación de la televisión en México, *Radiolandia* manifestó su admiración por los avances del medio en países desarrollados. El progreso en cuestión se verificaba en hechos precisos: los experimentos con filtros para la televisión a color, el abaratamiento y el crecimiento de la demanda de telerreceptores, una audiencia promedio de un millón de personas en Estados Unidos, la presencia de la National Broadcasting Corporation (NBC) en seis ciudades de ese país y la inauguración de dos estaciones de transmisión, propiedad de la productora fílmica *Paramount*. La revista consideraba que cuando disminuyeran los costos de

⁵⁵ El discurso oficial habla de: “imponderables influjos bienhechores”, indica el *Boletín de Programas*.

⁵⁶ “La televisión: una realidad cultural”, *Boletín de programas*, Bogotá, marzo de 1955.

⁵⁷ Las mayúsculas son originales del texto. “En el decimoquinto aniversario de Radiodifusora Nacional”, *Boletín de programas*, Bogotá, febrero de 1955.

⁵⁸ “Junio trece 1953-1954”, *Boletín de programas*, Bogotá, junio de 1954, p. 1.

los televisores, el entusiasmo por adquirirlos sería incontenible: “será impotente la forma como se vendan los aparatos de televisión”.⁵⁹ Sin parangones, el referente principal era Estados Unidos, y entre mitos y realidades, sectores de la prensa mexicana soñaban con la pronta llegada de “la nueva maravilla” –al decir de *Radiolandia*.⁶⁰

“En México, pronto seremos testigos de la capacidad increíble de desarrollo que tiene este nuevo medio [...]”, indicó Luis Gurza para *Novedades*, aludiendo también a Estados Unidos. Desde su análisis, los empresarios mexicanos tenían asegurada su inversión: “algunas estadísticas pueden dar idea de la magnitud fantástica a que ha llegado. [...] los capitales dedicados a la naciente industria de la televisión superan en 1,280 millones de dólares a los de la cimentada industria cinematográfica”.⁶¹ Este tipo de menciones se repitieron en *Radiolandia*: “Es la industria de más rápido crecimiento en el vecino del Norte”. No era gratuito que estas notas antecederan no sólo la inauguración del medio, sino la asignación de concesiones privadas para su explotación. La experiencia estadounidense fue un modelo a seguir.

“En un futuro próximo la TV estará en todos los rincones de Estados Unidos”, señalaba un artículo de Juan Kahan, quien destacaba la variedad de la programación y artistas en pantalla. Indicaba incluso que en poco tiempo los expertos preveían la creación de una “cadena internacional de televisión” entre Estados Unidos, México y Canadá, así como la transmisión de imágenes a color.⁶² En las fuentes consultadas, sólo el ingeniero González Camarena se mostró escéptico de estas experiencias: “Algunos han visto con indiferencia o error la Televisión en México porque piensan inmediatamente en imitar a EEUU, y sería muy lamentable que también aparecieran en la televisión ‘churros’ como en el cine”.⁶³ Tiempo después, Rómulo O’Farrill se decantaría por tecnología estadounidense para equipar su primera planta de televisión en México.⁶⁴

Si la iniciativa privada en México miraba a Estados Unidos, la cabeza del régimen militar en Colombia miró inicialmente a Europa y, en lo personal, evocó el año 1936, cuando en calidad de mayor, Rojas Pinilla fue llevado a las Olimpiadas de Berlín, para experimentar el funcionamiento de un nuevo

⁵⁹ “Televisión”, *Radiolandia*, México, 30 de diciembre de 1947.

⁶⁰ “La nueva maravilla: televisión”, *Radiolandia*, Ciudad de México, 30 de septiembre de 1949.

⁶¹ “La televisión no reemplazará ni a la radio ni al cine”, *Novedades*, Ciudad de México, 8 de julio de 1950.

⁶² Juan Kahan, “Televisión”, *Radiolandia*, Ciudad de México, 25 de noviembre de 1949.

⁶³ “Interesantes declaraciones del Ingeniero González Camarena”, *Radiolandia*, Ciudad de México, 23 de diciembre de 1949.

⁶⁴ “La unidad móvil”, *Novedades*, Ciudad de México, 13 de julio de 1950.

medio de comunicación instalado por el gobierno nazi.⁶⁵ Al parecer, el militar no sólo quedó admirado con la televisión, sino que manifestó la urgencia de llevarla a Colombia. Al año siguiente, en 1937, ingenieros alemanes visitaron el país para estudiar las condiciones topográficas y físicas del territorio en el escenario de un futuro sistema televisivo.⁶⁶ A su llegada al poder, Rojas materializó su deseo de 1936, priorizando el montaje del medio como eje de su política de modernización.

En tiempo récord, Jorge Luis Arango Jaramillo y Fernando Gómez Agudelo lograron la misión asignada por la presidencia. El primero de ellos viajó a Alemania a conseguir los equipos de Siemens & Halske para la operación tecnológica y el segundo se encargó, entre otras muchas cosas, de contactar en el Massachusetts Institute of Technology (MIT) a los expertos que determinaron la implementación del proyecto en la geografía colombiana.⁶⁷ La aventura técnica parecía mayúscula. La instalación tuvo que concretarse en menos de un año. Siete técnicos cubanos, entre los que se encontraban sonidistas, camarógrafos y luminotécnicos, se encargaron de poner en funcionamiento los estudios de transmisión,⁶⁸ mientras los ingenieros alemanes ayudaron a instalar parte de las colosales antenas en lugares recónditos del país. Todo parecía listo para empezar. La unidad móvil, marca *Dumont* —traída de Estados Unidos—, inició labores en junio de 1954 en Bogotá.⁶⁹ La impronta extranjera fue una realidad.

CONSIDERACIONES FINALES: EN LA DIFERENCIA, LA SIMILITUD

¿Sin Estado no habría televisión? ¿De qué Estados estamos hablando para México y Colombia en los años cincuenta? ¿El modelo de Estado determinó el modelo de televisión? La instalación del sistema televisivo en Colombia dependió, exclusivamente, del monopolio estatal. El montaje fue una política dirigida desde la Presidencia de la República, prioritaria para el gobierno militar. Entre decisiones categóricas y ejecución aceleradas, incluso por encima de conductos regulares de la administración pública, el proyecto tenía una idea clara del uso político y la función social del medio. No hay que perder de vista al tipo de régimen político que asume el proceso. Aunque se tratara de una dictadura militar con consensos políticos amplios en su

⁶⁵ Ramírez, “El establecimiento de la televisión en Bogotá...”, p. 21.

⁶⁶ Téllez, *Veinticinco años de televisión Colombiana*, pp. 19-20.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 22; Morales, “Crónica del nacimiento...”, p. 5. (Documento sin publicar).

⁶⁸ Téllez, *Veinticinco años de televisión...*, pp. 25 y 27.

⁶⁹ “El equipo de televisión de Colombia el primero de su clase, dice “Visión”, *El Espectador*, Bogotá, 7 de junio de 1954.

primer año de actividad, su estilo de gestión tendió al personalismo. El autoritarismo fue evidente en el uso propagandístico del medio. Sin embargo, es preciso reconocer que el carácter educativo y cultural le aportó al sistema un poder creativo único, con mayor recursividad y apertura, de impacto social y menores presiones comerciales, que el caso de México.⁷⁰

En contraste con Colombia, las decisiones políticas en México se postergaron por años, pese a que el tema no era indiferente para el gobierno de Alemán. Desde 1947, la prensa especialista externó inquietudes puntuales por el retraso e identificó en la empresa privada la única alternativa viable para concretar el proyecto. Ahora bien, comisionar a Salvador Novo y a Guillermo González Camarena, en 1947, para que estudiaran la factibilidad y recomendaran un modelo a adoptar, demostró un interés genuino del gobierno en el sistema televisivo. Por lo mismo, no dejó de producir incertidumbre que las decisiones se hicieran esperar. Sólo hasta 1950 hubo luz verde, con un enfoque contrario al sugerido por los estudios contratados por el mismo Estado, en predilección por la vía comercial. En Alemán fue latente un interés por el tema, pero no un discurso propio, reiterativo, que hablara de la función y los objetivos del nuevo medio. Que la inauguración se produjera con la emisión del IV informe de gobierno, sin embargo, reiteró los enlaces con el Estado. Que años más tarde, el hijo del expresidente, Miguel Alemán Velasco, fuera socio y presentador de Telesistema Mexicano S.A., confirmó los enlaces con la iniciativa privada.

Establecer conexiones del contexto con el medio de comunicación permite captar su dimensión histórica. La instalación de la televisión no es un hecho aislado de las sociedades contemporáneas de occidente. No sólo hay una memoria que de alguna manera conmemora el hecho, sino una historia que se puede reconstruir en relación con el momento político, cultural, económico y social de la época. De hecho, no se comprende sin dichos vínculos. En ese marco, el plano de reconstrucción se complejiza cuando se hace latente la globalidad del fenómeno y las referencias constantes a espacios geográficos que superan los límites nacionales.

La televisión, en su carácter y mecanismo de funcionamiento, implicó una idea del exterior, tanto por facilitar los contactos del ciudadano común con imágenes, sonidos y conceptos de un otro que habitaba “afuera”, desde la distancia, como por erigir discursos propios frente a ese “afuera”. El medio fue producto de influjos con nacionalidades diversas, en lo tecnológico, jurídico, empresarial, artístico, cultural, político y socioeconómico. Casi en

⁷⁰ Para profundizar en aspectos de la programación televisiva de la época, ver el Capítulo 2 de la tesis doctoral de la autora: *Moralización y catolicismo al arribo de la televisión. Ciudad de México y Bogotá (1950-1965)*, Ciudad de México: El Colegio de México, 2017.

paralelo, estos dos países confluyeron en la decisión política de instalar un nuevo medio de comunicación, al tiempo que experimentaron estrategias distintas de poner en marcha el proyecto, con resultados antagónicos, por un lado, y patrones similares, por otro. La expectativa de unos, el escepticismo de otros, el nacionalismo, el sentido de cercanía, la ilusión de inmediatez, la técnica y la importación de equipos, entre otros factores, permitieron poner en diálogo un modelo privado-comercial de televisión, inspirado en Estados Unidos, con otro estatal, basado en el personalismo político de una dictadura. Es reiterativa una idea de globalidad en el proceso. No tanto porque en varios países se registre el hecho puntual de instalar la televisión en la década de 1950, sino por lo que representa dicho medio en tanto instrumento de difusión-conexión mundial y por las inevitables interacciones internacionales que se requirieron para hacer realidad su presencia. Los actores y las trayectorias definen signos de cambio propios y diversos, mientras que las visiones compartidas se manifiestan, la mayor de las veces, sin que exista una mutua conciencia del otro. No por eso se elimina la posibilidad de reconstruir historias entrelazadas, sujetas a la convergencia y las discrepancias.

Con la instalación de la televisión podemos hablar de un fenómeno global, que adquirió, igualmente, formas singulares en los espacios locales. La expansión en distintas latitudes, los alcances y las transformaciones, hicieron de la aparición del medio un hecho determinante en los modos de vida de las sociedades contemporáneas. El perfil de cada proceso supuso un diálogo con lo interno y lo externo, con una visión propia del momento socioeconómico, político y cultural, así como las trayectorias internacionales que este “recién llegado” ya había recorrido.

HEMEROGRAFÍA

PERIÓDICOS Y REVISTAS. COLOMBIA

El Espectador, 1954, 1955, 1960, 1969.

El Tiempo, 1954-1960.

Revista Cromos, 1954-1965.

Boletín de Programas, 1954-1960.

PERIÓDICOS Y REVISTAS. MÉXICO

Novedades, 1949-1962.

Radiolandia, 1949-1952.

Club 16 mmm, 1947-1950.

REVISTAS. ESTADOS UNIDOS

Popular Mechanics Magazine, no. 4, vol. 49, abril 1928.

AGN-MÉXICO-FP

Archivo General de la Nación, México – Fondo de Presidentes.

FUENTES SECUNDARIAS

- Bohmann, Karin, *Medios de comunicación y sistemas de información en México*, Ciudad de México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1989.
- Bresser-Pereira, Luiz Carlos, “La nueva teoría desarrollista: una síntesis”, *Journal of Economic Literature*, Economía UNAM, vol. 14 núm. 40, enero-abril, 2017, p. 49.
- Briggs, Susan, “Television in the home and family”, en Smith, *Television, an International History*, 1998, pp. 109-121.
- González y González, Fernando y Alicia Sotomayor, *Historia de la televisión mexicana*, Ciudad de México, Agrupación de Iniciadores de la Televisión, 1989.
- Heller, Agnes, “¿Dónde estamos en casa?”, en Heller, *Una revisión de las teorías de las necesidades*, 1996, pp. 123-159.
- Hernández, Francisco, “Obstáculos para la TV comercial”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 28, 1996, pp. 147-172.
- INRAVISIÓN, *Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia*, Bogotá, Instituto Nacional para la Radio y la Televisión, 1994.
- Loaeza, Soledad, “Modernización autoritaria a la sombra de la superpotencia”, en García, Erik *et al*, *Historia General de México Ilustrada: Volumen II*, El Colegio de México, 2010, pp. 332-385
- Loaeza, Soledad. *Clases medias y política en México. La querrela escolar*, Ciudad de México, El Colegio de México, 1988.
- Mejía Prieto, Jorge, *Historia de la radio y la televisión en México*, Ciudad de México, Editores Asociados, 1972.
- Monsiváis, Carlos, “Lo entretenido y lo aburrido. La televisión y las tablas de la ley”, en Monsiváis, *Aires de Familia, cultura y sociedad en América Latina*, 2000, pp. 211-254.
- Morales, Teresa, “Crónica del nacimiento de la TV en Colombia”, Bogotá. Documento de memorias personales de la autora sin publicar.
- Novo, Salvador, *La Televisión (Informe)*, Ciudad de México, Instituto Nacional de Bellas Artes, 1948.
- Ocampo, José Antonio, *Historia económica de Colombia*, Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 2015.

- Paxman, Claudia y Andrew Fernández, *El tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, México, Raya en el Agua-Grijalbo, 2000.
- Pérez Montfort, Ricardo, “La cultura”, en Hernández Alicia (coord.), *México: Mirando hacia dentro. 1930-1960, tomo 4*, Editorial Taurus, México, 2012, pp. 271-345.
- Pérez, Inés, “La domesticación de la “tele”: usos del televisor en la vida cotidiana. Mar del Plata (Argentina), 1960-1970”, p. 87.
- Pierre, Albert y Andre-Jean Tudesq, *Historia de la radio y la televisión*, Ciudad de México, Fondo de Cultura Económica, 2012.
- Ramírez, Laura Camila, “Moralización y catolicismo al arribo de la televisión. Ciudad de México y Bogotá (1950-1965)”, tesis para optar por el título de doctora en Historia, Ciudad de México, El Colegio de México, 2017.
- Ramírez, Lina, “El establecimiento de la televisión en Bogotá: un proyecto político y cultural auspiciado por el gobierno de Rojas Pinilla (1953-1956)”, tesis de pregrado en Historia, Bogotá, Universidad de los Andes, 2000.
- Rodríguez Kuri, Ariel, “Secretos de la idiosincrasia. Urbanización y cambio cultural en México, 1950-1970”, en Rodríguez Kuri, *Ciudades mexicanas del siglo xx. Siete estudios históricos*, 2009, pp. 19-57.
- Silverstone, Roger, *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu editores, 1994.
- Téllez, Hernando, *Veinticinco años de televisión colombiana*, RTI ediciones, Bogotá, 1979.
- Yépez, Heriberto, *Contra la Tele-Visión*, Ciudad de México, Tumbona ediciones, Ciudad de México, 2010.