

Televisión y televidentes: cinco décadas que pudieron ser diferentes

GUILLERMO OROZCO GÓMEZ

La “verdadera” historia de la televisión en México está aún por escribirse.¹

Las historias que han circulado recientemente como libros, financiadas e incluso prolongadas por el mismo Emilio Azcárraga Jean, actual presidente de Televisa,² aportan datos y fechas, nombres y acontecimientos, tanto de algunos personajes como de la programación, los acuerdos y las concesiones, información valiosa y útil en sí misma, necesaria para avanzar en una interpretación más de fondo y comprender el fenómeno televisivo mexicano; sin embargo, adolecen de una enorme parcialidad y un recalcitrante reduccionismo. Los televidentes no están, ¡no estamos presentes! Pareciera que no existimos. Las alianzas de los consorcios televisivos con el poder, con el PRI a lo largo de su existencia, también brillan por su ausencia. Aparece entonces una televisión forjada por sí misma, por sus intrépidos precursores, que ha llegado a ser lo que es sólo por obra y gracia de sus visionarios y aguerridos empresarios, como insistentemente, y “a pesar de todo” se calificó al Tigre, Emilio Azcárraga Milmo, al momento de su muerte, en 1997.

La linealidad de estas historias, su latente sentido de ¡miren lectores todo lo que ha sido y hecho la televisión en México!, y su perspectiva

marcadamente unilateral, siempre “desde allá”, desde la televisión, la empresa, la programación, desde el poder, si algo dejan en claro es la urgencia de una historia integral y crítica, “desde acá”, desde los otros, los televidentes. Una historia que sea más dialéctica, que muestre las múltiples vicisitudes, negociaciones y aun enfrentamientos entre un bando y otro; una historia, en fin, sociopolítica, cultural, económica y comunicacional que permita entender más a fondo lo que la presencia de la televisión ha significado en la cultura, la democracia, las aspiraciones, la educación, las visiones, las ambiciones, los gustos y la construcción de ciudadanía de los mexicanos.

Que en gran parte los mexicanos nos hayamos hecho televidentes “a la Televisa”, ni duda cabe. Pero si esto es un resultado constatable, no ha sido por la suerte ni porque en este país nos tocó vivir. Ha sido, en primer lugar, porque el Estado no nos dejó alternativas, porque no se alió con nosotros, sino con ellos, los dueños de las televisoras. En segundo lugar, porque las estrategias usadas para impulsar las opciones que hemos intentado construir ya en tres diferentes sexenios, por ejemplo, de una nueva legislación de los medios o sobre una regulación del derecho a

Profesor-investigador del
Departamento de Estudios
sobre la Comunicación Social,
Universidad de Guadalajara



Cronología mínima de la televisión mexicana

1988

ECO

El 1 de septiembre nace el primer sistema de noticias en español: ECO, con programación en vivo y vía satélite, las veinticuatro horas del día.

1989

Multivisión

El 1 de septiembre inicia operaciones MVS Multivisión, enfocada a la venta de servicios al suscriptor a través de la televisión de paga y el sistema MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System) en la banda de superultra alta frecuencia.

1990

Tres Padres

El 29 de enero inicia operaciones el centro transmisor de Televisa, ubicado en el cerro conocido como pico Tres Padres, en el norte de la ciudad; desde donde se difunden actualmente las señales de los canales 2, 4, 5 y 9 al área metropolitana de la ciudad de México.

1990

Televisión digital de alta definición

Las empresas Televisa y NHK (Japón) realizan la primera transmisión mundial de televisión digital de alta definición (HDTV) entre dos estaciones terrestres.

1993

Televisión Azteca

En julio, un grupo de inversionistas adquiere el paquete de medios de comunicación subastados por el gobierno federal, en el que se incluyen los canales 7 y 13 de televisión. El 2 de agosto del mismo año inician operaciones como TV Azteca.

la información, han conllevado miopía por parte de los partidos opositores que las han enarbolado, siempre empeñados en hacer "acuerdos de cúpula", sin las bases, pero sobre todo porque se han topado con el poderoso binomio gobierno-televisoras, que desde su fuerza han desbaratado o abortado las diversas iniciativas. Como dijo el mismo Ricardo Salinas Pliego, presidente de TV Azteca, en 1996, cuando estaba en su apogeo la "guerra de las televisoras": "... porque Televisa no está acostumbrada a perder" y, habría que añadir, TV Azteca tampoco, como también lo expresó el mismo Salinas Pliego: "A nosotros nos gusta entrar para ganar".³

EL PASADO RECIENTE: TELEVISIÓN Y ELECCIONES

El protagonismo crecientemente agresivo de la televisión comercial mexicana en la contienda electoral, y en general en la política nacional, ha sido un hecho palpable y ampliamente sentido por el electorado-televidente, aunque quizá poco comprendido en todas sus dimensiones y consecuencias. El escenario y tiempo mexicanos, efervescentes y amplificados como nunca en tiempos de campaña, se encontraron particularmente "calentados" y acelerados por la televisión y soportados por todos los demás medios de información. Si algo distinguió a la política mexicana particularizada en la lucha electoral, fue su dependencia de lo mediático. Si algo caracterizó a la televisión comercial fue su explícito protagonismo político-partidista. Ambos fenómenos, entremezclados e históricamente explicables, pero en particular contextualizados en la etapa de campaña, propiciaron su "estallamiento". Una explosión mayor con algunas implosiones menores, tanto de los discursos, los géneros y los formatos televisivos, como de los dichos, los gestos, los estilos y las ambiciones de los candidatos. Todo esto enmarcado

y potenciado por la mercadotecnia y la seducción del "poder de la imagen y la imagen del poder", que se disparó en todas direcciones, con y sin rumbo claro, con y sin control de sus protagonistas particulares.

LA TELEVISIÓN EN LA POLÍTICA

En un escenario nacional, políticamente cada vez más fragmentado y a la vez cruzado, apaciguado y contenido por tendencias históricas pesadas de autoritarismo, corrupción y oportunismo político de los gobernantes en turno, que se entremezclaron de manera caprichosa y se hicieron evidentes ante los ojos de los electores-televidentes, la televisión comercial mexicana, a la vez que sirvió para amplificarlas e incrustarlas más allá de sus pantallas, ha contribuido de modo significativo a la desinformación y despolitización galopante de la sociedad mexicana, y ha agudizado tendencias tradicionales de pasividad y conformismo como nunca antes, a la vez que inaugurado un protagonismo abiertamente partidista en la política nacional.

Desbordando aun los mínimos de ética y profesionalismo, la televisión comercial, siempre querida y protegida del poder, no ha perdido oportunidad, salvo excepciones, como la transmisión del video sobre la matanza de Aguas Blancas, de censurar, manipular, mentir, ocultar, resaltar a su antojo y tergiversar acontecimientos nacionales y locales, cuando ha considerado que hacerlo era imprescindible para salvaguardar su alianza con el gobierno. Si bien ésta ha tenido que matizarse y refrendarse cada sexenio, siempre ha salido fortalecida, aun a pesar de la tristemente famosa "guerra de las televisoras" protagonizada dentro y fuera de la pantalla por Televisa y TV Azteca. Guerra hasta cierto punto ficticia, pero sin duda efímera, ya que en las transmisiones del asesina-

to del conductor Paco Stanley, durante 1999, se hizo "garras", ante la consigna común de culpar y denostar al gobierno perredista de la ciudad de México. Los televidentes no sólo apreciamos el mismo tipo de "cargada televisiva", tanto entre los "televisos" como entre los "aztecos", sino una insólita fraternidad entre sus conductores, que, olvidando la guerra en la que andaban, fueron capaces hasta de pasarse con reciprocidad los micrófonos, en su celo por informar "eficaz y oportunamente" a la teleaudiencia. ¡Claro!, antes de las elecciones del 2 de julio algunas cabezas rodaron, como la del patriarca de la información, Zabludovski, a quien empujaron a quitarse del aire no porque haya traicionado su fidelidad a su empresa, ni mucho menos al régimen, del que fue siempre uno de sus más audaces y confiables pregoneros e incondicionales, sino porque los nuevos tiempos requerían otros estilos, y ¿otras caras?, que además de lo político, garantizaran también lo mercadotécnico y atrajeran más audiencias.⁴ El encumbramiento de López Dóriga al púlpito informativo, así como en su momento el de Javier Alatorre, constituyen hechos específicos de una nueva etapa "posmoderna" del protagonismo político televisivo.

Desde la cobertura de la insurgencia zapatista en 1994, hasta la del programa *Abuso de poder I y II*, producidos y transmitidos por TV Azteca en junio de 2000 en contra del procurador perredista capitalino, Samuel del Villar, y pasando por la cobertura televisiva del caso Stanley, en 1999, en la que se pidió de manera abierta renunciar a Cuauhtémoc Cárdenas, y del movimiento estudiantil que llevó al paro a la UNAM, en el que se condenó a los estudiantes por ser "socialmente peligrosos" (sólo por citar un par de casos ejemplares), la intervención de TV Azteca en la vida pública del

país y su agresividad en la difusión de una posición maniqueísta, autoritaria, sesgadamente gobiernista y feroz y crítica de la oposición y en especial del gobierno capitalino, al que hasta la responsabilidad por las inundaciones en el Estado de México se le cargaron, la ubicó como la televisora más beligerante. Convirtiéndose en juez de estos acontecimientos y en impugnadora y hasta fiscal de ellos, TV Azteca en tiempos

de campaña contrastó con Televisa, que optó por abandonar la beligerancia en aras de un mayor tecnicismo en sus noticiarios. Así, la pinza de la "mediación televisiva" en el escenario nacional pareció cerrarse. Aquellos televidentes que no soportaran el espectáculo de Alatorre, podían cambiar de canal y ver a López Dóriga, que con estilo más mesurado y renovada táctica política les iba a informar sobre "la misma gata, pero revolcada" de modo más sofisticado.



Fotografía/MONTSERRAT FABIOLA RAMOS RENTERIA



Cronología mínima de la televisión mexicana

1993

Satélite Solidaridad I

El 19 de noviembre se envía al espacio el tercer satélite mexicano Solidaridad I, que sustituye al Morelos I, desde la Guyana Francesa.

1994

Satélite Solidaridad II

El 7 de octubre se envía al espacio el satélite mexicano Solidaridad II, desde la Guyana Francesa, a bordo de un cohete Ariane.

1994

Canal 40

El 5 de diciembre inicia transmisiones de prueba. El 19 de diciembre comienza el servicio noticioso denominado Telenoticias. El 19 de octubre de 1995 transmite diecinueve horas diarias.

1995

Ley Federal de Telecomunicaciones

El 6 de junio se publica en el *Diario Oficial de la Federación* la Ley Federal de Telecomunicaciones, cuyo objetivo es regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico de las redes de telecomunicaciones y de la comunicación vía satélite.

1997

Reglamento de la Comunicación Vía Satélite

El 1 de agosto se publica en el *Diario Oficial de la Federación* el Reglamento de la Comunicación Vía Satélite.

1998

Televisión digital de alta definición

Del 22 al 25 de enero, Televisa, junto con el Comité de Sistemas Avanzados de Televisión (ATSC), lleva a cabo la primera transmisión en vivo de televisión digital de alta definición y transmite por primera vez un partido de fútbol.

Fuente: José Luis Torres Olmos, http://www.televisa.com.mx/gts/doc_hist_tv.htm

LA POLÍTICA EN LA TELEVISIÓN

Mientras la televisión desbordó a la política, ésta se desbordó en la televisión.

La "televisación" de lo político no sólo ha implicado "ponerle imágenes" a los discursos electorales o cubrir los actos de campaña, o transmitir simples anuncios publicitarios, como se había hecho en otras ocasiones similares, sino que ha conllevado, sobre todo, la construcción de "realidades televisivas", ficcionales y dramatizadas, en las que a partir de asociaciones intencionadas entre "pedazos informativos" sacados de dichos y actos de los candidatos, se montaron múltiples metáforas tendientes a favorecer o a destruir, no a argumentar o a persuadir.

Sobre la metáfora mediáticamente construida de que Fox es un mexicano bronco, un macho, capaz de enfrentarse y ganarle a quien se le ponga enfrente, apuntalada con su indumentaria, su personalidad varonil y sus palabrotas y gesticulaciones obscenas, muy cerca al 2 de julio de 2000 los panistas montaron otra metáfora más audaz y mordaz que todas las producidas en campaña, por la cual se presentó a un Labastida "mañoso", de dudosa identidad sexual, en uno de los últimos anuncios publicitarios. La verosimilitud de éstos, a su vez, se construyó a partir del acto priista proselitista con el espectáculo *chippendale* que tuvo lugar a mediados de junio de 2000 en el ya lastimosamente célebre Chimalhuacán, Estado de México, y de "imágenes de archivo" en las que aparece un dudoso fortachón Labastida que abraza con efusividad a sus colegas de partido y los levanta de las nalgas. De esta manera, la contienda electoral, y con ella la política, rebasaron cualquier prospectiva científica, y se anclaron en un canibalismo simbólico, televisivo, sin precedentes.

La política en la televisión no sólo se empobreció al aceptar la lógica mercadotécnica de la publicidad, sino que ha tenido un deterioro mayor que raya en su degeneración total, al abandonar lo racional de la doctrina partidaria, para pasar a la apelación emocional del electorado-espectador e ir terminando hasta en la excitación de su erotismo. En unas cuantas semanas la política "a la mexicana" del siglo XXI ha superado con creces la atrevida teoría del politólogo italiano, Giovanni Sartori, que postula que la televisión está propiciando un retroceso de la humanidad por el cual el *Homo sapiens* va regresando a su anterior estado de *Homo videns*, ya que los candidatos mexicanos en la recta final de la contienda electoral le hicieron retroceder aún más allá de este último, al asumir e interpelar al elector-televidente también como *Homo eróticus*.

Pareciera que en ese mutuo estallamiento de la televisión y la política mexicanas no hubo límites, pues (casi) todos se transgredieron, pero tampoco hubo ninguna instancia o normativa posible a la cual haber apelado con éxito.

EL PASADO REMOTO, SIEMPRE PRESENTE
Mirada históricamente, la televisión comercial mexicana existe y ha llegado a ser de la manera en que la vemos y padecemos debido a su permanente alianza con el PRI y con sus presidentes en turno, que desde su nacimiento y a lo largo de sus cincuenta años de "milagroso" desarrollo, le han facilitado consolidarse al amparo de políticas financieras favorables a sus intereses expansivos y monopolísticos y a la ausencia de otras políticas culturales y de comunicación, que de manera sistemática se han bloqueado, y que le han permitido a la televisión evadir posibles controles, legales y ciudadanos, para normar sus transmisiones. El fracaso reciente y reiterativo de la iniciativa promovida por legisladores panistas en la Cámara de Diputados por

regular los medios y el derecho a la información, que la televisión calificó de "ley mordaza", y que por tercera vez consecutiva fue objeto de carpetazo, mostró no sólo la fusión entre el poder político establecido, el PRI y los magnates de la televisión, así como los demás medios, sino una voluntad "suprema" de no "moverle" a una situación ventajosa para las empresas mediáticas y el gobierno, pero vergonzosamente impune e insultante para los televidentes.

La meteórica y efectiva consolidación de Televisa como una empresa multinacional y como uno de los dos más grandes oligopolios audiovisuales latinoamericanos no ha sido entonces ni casual ni gratuita, sino fabricada y alentada de modo intermitente por presidentes priistas, como Echeverría cuando logró convencer a fusionarse a la emergente televisión de Monterrey, que en los setenta amenazaba con competir "de a veras" con Telesistema Mexicano y ponía en peligro la clásica alianza del presidente Miguel Alemán con esta empresa. Garantizado temporalmente un único interlocutor televisivo para la imagen presidencial y la política nacional, con los años, sin embargo, el nuevo "monstruo televisivo", fortalecido y más vivo que antes, dio algunos coletazos y mostró su osadía en el manejo independiente de la imagen política, sobre todo en la etapa de las revoluciones centroamericanas, al sostener y difundir una perspectiva diferente a la presidencial sobre los acontecimientos en esos países, lo que llevó al presidente López Portillo a poner un contrapeso con la creación del Sistema Nacional Imevisión, con sus múltiples televisoras regionales, otro gran dispositivo mediático, que no obstante sus pretensiones, después tuvo que sucumbir ante la embestida de las políticas de ahorro y debilitamiento del Estado impuestas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional. Fue el presidente

Carlos Salinas quien parece haber captado que era tiempo de "abrir para cerrar y mantener", por lo que capitalizó priístamente la inevitable venta de Imevisión al sector privado en una nueva empresa, TV Azteca, que congénitamente estuviera también, como en su momento lo estuvo Telesistema Mexicano, atada en los aspectos financiero y político al gobierno priista mexicano, y en particular a la Presidencia.

Cincuenta años de televisión comercial en México (cumplidos el 31 de agosto de 2000) invitan más que a celebrar, a repensar y sobre todo a investigar y difundir lo que esas otras historias oficialistas o serviles de la televisión comercial en México han ocultado al excluir ciertos sucesos y al narrar siempre sólo algunos acontecimientos como hechos históricamente necesarios, en secuencias lineales y ascendentes, en



Fotografía/MONTSEERAT FABIOLA RAMOS RENTERIA

las que se destacan los grandes logros de los magnates de la televisión o el progreso ininterrumpido que la industria televisiva ha tenido a lo largo de los años, o las innovaciones técnicas y programáticas introducidas —que siempre han dado de que hablar— o la competitividad nacional o internacional que han alcanzado algunos de sus programas o series más característicos, como las telenovelas, ¡tan nuestras!

LA OTRA HISTORIA

Leyendo entre líneas, ¡para algo han de servirnos las historias inocuas!, el primer momento en que nuestra televisión pudo haber sido diferente fue en sus orígenes.

Está documentado que una de las primeras transmisiones de televisión en blanco y negro se hizo con fines educativos, durante la celebración de la Asamblea de Cirujanos en la ciudad de México en 1948. Fue una operación quirúrgica en circuito cerrado. En 1949 se hace una segunda transmisión de otra operación quirúrgica, pero esta vez en colores. Se cuenta también que el tapatío Guillermo González Camarena, ingeniero y precursor de la tecnología electrónica en México, fue el encargado de hacerlas posibles. Lo que nunca se ha documentado es por qué el Estado mexicano, y en particular la SEP, no siguió apoyando al ingeniero para el desarrollo de una televisión educativa en el país. Por otra parte, y esto también ha quedado consignado “por ahí”, el presidente Miguel Alemán Velasco envió al ingeniero González Camarena y al poeta Salvador Novo por el mundo para estudiar los tipos de sistemas televisivos de otros países y traer recomendaciones para el sistema mexicano por instaurarse en 1950. Las recomendaciones, en síntesis, consistían en poner en marcha un sistema de televisión de servicio público. No obstante, el presidente Alemán se decidió por un sistema de televisión privada, concesionada a un grupo de empresarios, del cual, después se supo, él fue uno de los principales accionistas.

Lo que significó este nacimiento fue una “alianza perversa” entre la televisión y el poder, disimulada con la orientación mercadotécnica del sistema televisivo. La frase del Tigre al respecto ilustra esta situación: “En Televisa somos priistas y el que no lo sea, que se vaya”.⁵

Como comentó en 1997 el doctor Pablo Latapf: “... a pesar de todos los problemas de la sociedad mexicana, yo creo que con una televisión que tomara distancia del poder se hubiera podido contribuir a educarla mejor”.⁶

El segundo momento en que la televisión mexicana pudo haber sido diferente fue a principios de los setenta, durante el sexenio del presidente Luis Echeverría, cuando éste intervino para acabar con la competencia entre las dos empresas. González Camarena se había asociado a un grupo de Monterrey y habían comenzado las transmisiones de canal 8 (de donde salió el famoso Chavo), que amenazaba el monopolio del entonces Telesistema Mexicano de los Alemán y los Azcárraga. Entonces vino su insólita fusión en 1971, en lo que hoy todos conocemos como Televisa. Así, resulta erróneo considerar al sistema televisivo mexicano como similar al de Estados Unidos, cuya principal característica ha sido su competitividad.

Otra televisión muy distinta hubiéramos tenido los mexicanos si desde los setenta se hubiera dado una real competencia entre diferentes consorcios televisivos, lo cual hubiera redundado en una mejor programación, en más innovaciones y creatividad para ganar *rating*, en un mayor respeto a las teleaudiencias, además de que el consorcio Televisa quizá no hubiera podido consolidarse como el oligopolio de comunicación que es actualmente, y contra el cual distintos sectores de televidentes nos hemos enfrentado, todavía sin el éxito deseable.

Un tercer momento clave en la historia televisiva mexicana fue la venta del Sistema Nacional Imevisión, propiedad del gobierno mexicano, en 1993. Si bien se convocó a un concurso para su licitación, nunca trascendió información con respecto a los proyectos televisivos que los contendientes presentaron y sobre los cuales al parecer se tomó la decisión de venderlo a Salinas Pliego, para iniciar lo que hoy es TV Azteca. ¡Farsa, sainete y drama!⁷ fue esta licitación, que desperdició la oportunidad histórica de contar con un proyecto televisivo, aun privado, pero distinto al de Televisa —y por supuesto muy diferente al naciente de TV Azteca—, ya que —otra vez— se prefirió la seguridad de la alianza, amarrada hasta con un préstamo del mismo hermano del entonces presidente Carlos Salinas al actual presidente de TV Azteca.

En 1993, cuando arrancó TV Azteca, un gran sector de los televidentes ya estábamos hartos de las violaciones a nuestro derecho a la información y a nuestra sana y creativa diversión perpetradas por Televisa y sus pregoneros, y una nueva empresa con un proyecto televisivo fresco e independiente (al estilo de CNI, canal 40) hubiera imposibilitado no sólo seguir en la “cargada” televisiva, sino hasta hubiera facilitado una alternancia en el poder más anticipada. A este respecto, el candidato panista en 1994, Diego Fernández de Cevallos, quien perdió la elección frente al actual presidente Zedillo, dijo en 1997: “A mí no me ganó la elección Zedillo, me la ganaron el presidente Salinas, Pronasol y Televisa”.⁸ Y habría que agregar también que en mucho el fracaso del PRD en las recientes elecciones presidenciales se debió a la campaña difamatoria que contra ese partido y sus personajes orquestó incisivamente TV Azteca, hasta llegar a las calumnias y a la “invención de acontecimientos”, sobre todo a partir de las transmisiones del asesinato de Paco Stanley, en junio de 1999.

DE LOS "TELEVIDENTES DEL TIGRE" A LOS DEL 2000

Cinco décadas de televisión y televidentes en México, a pesar de todas las contingencias históricas, han permitido un gran aprendizaje: el único límite real al poder desbocado de la televisión y sus aliados somos los televidentes.

La coyuntura política y televisiva actual se nos presenta promisorio para una transformación de fondo de nuestro sistema televisivo. La mera posibilidad de una alternancia en el poder hizo que Televisa se desembarazara de sus emisarios priistas accionistas ya desde antes de la contienda electoral, y ahora está apostando a la innovación y a la creatividad, al "profesionalismo", como sustento de su funcionamiento y competitividad frente a las otras televisoras. La confirmación de la alternancia a partir del 2 de julio de 2000, puso a TV Azteca en una "posición incómoda", ya que desde su origen ha estado dependiente financiera y política-mente del PRI. Desde allá, entonces, se abren posibilidades. Desde acá, el camino por recorrer, sin embargo, no es sencillo y requiere una enorme voluntad, decisión y organización de diferentes sectores políticos, sociales, culturales, educativos y académicos.

El grito de los asistentes al cierre de campaña de Cuauhtémoc Cárdenas en el zócalo capitalino: "¡Que muera TV Azteca!" muestra un cambio en la percepción de la televisión que renueva la esperanza en que un amplio sector de televidentes estamos dispuestos a entrarle a una transformación radical de nuestra diversión e información.

Frente a ese grito colectivo, qué lejos está la comprensión del Tigre, cuando decía: "México es un país de una clase modesta, muy jodida, que no va a salir de jodida. Para la televisión es obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil [...] los

ricos pueden hacer muchas cosas que los diviertan, pero la clase modesta, que es una clase fabulosa y digna, no tiene ninguna otra manera de acceder a una distracción más que a la televisión".⁹

Tal parece que esa clase "jodida, pero fabulosa y digna" se ha cansado de la televisión que hemos tenido. Es ahora o nunca cuando hay que capitalizar ese cansancio y estructurarlo productivamente a través de una estrategia múltiple, que incluya lo jurídico: una nueva legislación sobre los medios; lo social: una contraloría ciudadana sobre los medios; lo educativo: una política de uso de medios para la educación y sobre todo una educación de los televidentes como tales, entre otras muchas opciones. Hay que tener presente que como televidentes no nacimos, nos hacemos, o nos dejamos hacer, pero siempre podemos ser de otra manera.

NOTAS

¹ Algunas partes de este texto fueron publicadas por separado y consecutivamente entre junio y agosto de 2000 en el periódico *Público*.

² M. A. Sánchez de Armas (coord.), *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, tomos I y II, México, Editorial *Revista Mexicana de Comunicación*/Televisa, 1998 y 1999.

³ *Proceso*, núm. 104.

⁴ Guillermo Orozco, "Ni buena ni mala noticia", *Público*, Guadalajara, sección Tema, p. 5, de abril de 2000.

⁵ *Proceso*, núm. 1216.

⁶ *Proceso*, núm. 106.

⁷ Así titulé mi colaboración en la columna Audiencias de la *Revista Mexicana de Comunicación*, México, mayo-junio, 1993.

⁸ *Proceso*, núm. 1068.

⁹ *Proceso*, núm. 1068.



Fotografía/MONTSERRAT FABIOLA RAMOS RENTERIA