



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

TELEVISION Y SUS POLITICAS CULTURALES:
EL CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORANEO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
ELIZABETH GAZCON CERDA

ASESOR: MTRO. EFRAIN PEREZ ESPINO

MEXICO, D. F.

1995

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

**A MIS PADRES
POR SU AMOR
Y APOYO**

**A MIS HERMANOS
POR SU AYUDA
Y SU CARIÑO**

**A MIS FAMILIARES
Y AMIGOS**

**A TODOS MIS MAESTROS
POR SU DEDICACION Y
ENSEÑANZAS**

**AL JURADO
MTRA. NEDELIA ANTIGA TRUJILLO
MTRA. LUCIA ALVAREZ ENRIQUEZ
MTRA. IRENE HERNER REISS
MTRO. ROBERTO FERNANDEZ IGLESIAS
MTRO. EFRAIN PEREZ ESPINO
POR SUS CONSEJOS Y
COMPRENSION**

INDICE

INTRODUCCION	6
--------------------	---

CAPITULO I

MARCO TEORICO	10
Cultura y su relación con los medios de comunicación	11
Industria Cultural	21
Política Cultural	28

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LA POLITICA CULTURAL DE TELEvisa	38
Televisa en la promoción cultural (radio y televisión)	39
Los Museos	50
Museo Rufino Tamayo	53
Azcárraga vs Rufino Tamayo	60

CAPITULO III

CREACION DEL CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORANEO	64
Centro de Internacional de Prensa	65
Inauguración del Centro Cultural Arte Contemporáneo	70
Funcionamiento del Centro Cultural Arte Contemporáneo	74

CAPITULO IV

LOS CONTENIDOS DEL CENTRO CULTURAL Y SUS POLITICAS	79
Las exposiciones	83
Los artistas	87
Los temas y las corrientes	90
CONCLUSIONES	93

APENDICE

APENDICE 1

Entre artistas dos posiciones contrarias: participación interesada.

Aportación saludable	101
----------------------------	-----

APENDICE 2

Televisa se apropio del Museo Tamayo: Olga	105
--	-----

APENDICE 3

Televisa devolvió el Museo Tamayo y evitó el escándalo;

ahora la SEP deberá mantenerlo	107
--------------------------------------	-----

APENDICE 4

Demanda del artista Luis Barragán	111
---	-----

BIBLIOGRAFIA	114
---------------------------	------------

INTRODUCCION

El estudio de la política cultural de uno de los museos más importantes de la ciudad de México, por su tamaño, ubicación y por lo que representa, El Centro Cultural Arte Contemporáneo es con el fin de examinar las formas y expresiones culturales e ideológicas sustentadas por el grupo Televisa del cual depende. Este museo está ligado al monopolio televisivo en México pues es parte de la Fundación Cultural Televisa A. C.

El mundo de las comunicaciones en México tiene un nombre: Televisa, S.A. a pesar de las leyes antimonopólicas escritas en la constitución mexicana es sabido que el consorcio tiene ingerencia en todos los medios de comunicación nacionales. Es una fábrica creadora y transmisora de mensajes.

Televisa, como grupo, abarca campos dedicados a la difusión de la cultura, tanto a través de programas de radio y televisión, como por medio de la promoción de libros, museos y en general obras artísticas; es ésta una de las empresas más grandes dentro de los medios de comunicación mundial, por lo tanto, es interesante conocer su política para llevar a cabo tal difusión.

El interés de la investigación está estrechamente unido a la importancia que los miembros de la sociedad mexicana conceden de manera consciente o inconsciente al consorcio Televisa, ya que éste con sus distintos canales penetra en la mente de millones de mexicanos e influye directamente en la creación de ideologías.

También es importante la función del museo como entidad que expresa los conceptos de cultura de la iniciativa privada en general y de Televisa en particular porque ésta empresa ha incursionado en un campo que antiguamente estaba en manos del sector público. Es decir, la política cultural en México ha dejado de ser responsabilidad exclusiva del Estado, por los mismos requerimientos de la sociedad que busca mejor difusión de las diferentes formas de expresión culturales de todos los grupos y regiones del país.

Además en el análisis de la política cultural del Centro Cultural Arte Contemporáneo se contempla el estudio de la relación medios de

comunicación-cultura y la forma en que se influyen mutuamente.

Porque la cultura y el arte han llegado a un punto en donde los medios de comunicación se confunden con ellos y viceversa pues los medios forman ya parte del arte. Los medios de comunicación masiva son los principales elementos del desarrollo de la cultura de masas y han contribuido a la industrialización del arte.

Desde el antecedente inmediato al Centro Cultural que fue el Museo de Arte Moderno Rufino Tamayo manejado por la misma Fundación Cultural Televisa la promoción artística jugó un papel importante que llegó a límites de la comercialización.

El por qué de la decisión de los directivos de la corporación Televisa de incursionar en el ámbito de la cultura superior a través de un museo tiene finalidades que van más allá de lo cultural.

Televisa y su Fundación Cultural sustentan formas y expresiones estéticas que han creado una política cultural con intereses y efectos sociales e ideológicos pero también económicos.

El desarrollo de la investigación se inicia con un estudio sobre la cultura y su relación con los medios de comunicación, para ello es importante en primer lugar tratar de identificar el problema conceptual en el que está inmerso el término cultura.

A continuación se tratan aspectos específicos en el estudio de la cultura como algunas consideraciones sobre la industria cultural, su historia, su desarrollo y sus implicaciones. Y para concluir el marco teórico en el cual se basa éste análisis se plantean aspectos de los tipos de políticas culturales existentes.

En el segundo capítulo se muestran como antecedentes de la política cultural de Televisa cuatro temas: el primero es la promoción cultural de Televisa, en una breve historia, a través de la radio y la televisión; el segundo se refiere al Museo Rufino Tamayo, el cual también dependió de la Fundación Cultural Televisa y abrió la crítica ante la mancuerna Estado-Iniciativa privada en el

manejo de la vida cultural en la nación; el tercero es una continuación de la historia del Museo Tamayo en el momento de la ruptura entre Emilio Azcárraga y Rufino Tamayo y el consecuente paso del manejo del museo al sector público como antecedente inmediato a la creación del Centro Cultural Arte Contemporáneo. Esto servirá para identificar los motivos de su nacimiento y su vínculo con la televisión privada.

La creación del Centro Cultural Arte Contemporáneo ocupa el tercer capítulo, el cual contiene la información de lo que fue el Centro de Prensa del Mundial, edificio que posteriormente ocupó el Centro Cultural; la inauguración del mismo y su funcionamiento. Todo ello para conocer la organización del Centro Cultural Arte Contemporáneo y su política cultural que será revisada en cuarto capítulo.

En este cuarto capítulo se revisan las exposiciones, las corrientes, los contenidos y los autores promovidos por el Centro Cultural Arte Contemporáneo con el fin de identificar su política cultural y conocer los efectos del papel de promoción artística del grupo Televisa.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

CULTURA Y SU RELACION CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Estudiar la relación entre cultura y medios de comunicación implica de entrada un problema conceptual. Ya que ambos términos son en sí mismos tema de debate, por ello la necesidad original de revisarlos por separado.

Aunque las distintas definiciones de la cultura tienen mucho en común las diferencias de enfoque llevan a entenderla en varios sentidos de acuerdo a los fines del autor y a la corriente de la cual sea partidario.

Hay quienes definen al concepto cultura como todo aquello que realiza el hombre, y en el otro extremo están quienes la reducen a los actos artísticos o intelectuales.

Así por ejemplo el concepto cultura desde el punto de vista antropológico es dado como "lo que no es naturaleza, todo lo producido por todos los hombres sin importar el grado de complejidad y desarrollo alcanzado".¹ Sin embargo a lo largo de la historia filosófica ha surgido una gran diversidad de escuelas interesadas en el estudio de la cultura:

"ha sido abordada como código o sistema de reglas por la antropología estructural, como ideología y concepción del mundo por la tradición marxista; como 'sistema cognitivo y evaluativo' por algunos exponentes de la demología italiana de inspiración gramsciana; como modelo o 'pauta de compartimiento' por los culturalistas; como 'esquemas interiorizados de percepción, de valoración y de acción' por la sociología de Bourdieu; y en fin, como 'sistema modelante secundario' susceptible de tipologización por la semiótica soviética de la cultura".²

(1) García Canclini, Nestor, *Las culturas populares en el capitalismo*, La Habana, Ed. Casa de las Américas, 1982, p. 21.

(2) Giménez Montiel, Gilberto, *La teoría y el análisis de la cultura*, Guadalajara Jalisco, Ed. Universidad de Guadalajara, 1987, p. 33.

Todos estos enfoques son complementarios entre sí ya que reconocen la naturaleza semiótica de la cultura; por lo tanto el concepto semiótico es más indicado para definir a la cultura.

En una primera concepción la semiótica define a la cultura como un conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad. En donde los símbolos recubren el grupo de los procesos sociales de significación y comunicación.

Estos procesos presentan una problemática que es a su vez la problemática de la cultura. Por un lado en los códigos sociales existen articulaciones de signos en diferentes niveles como reglas o combinaciones entre signos. Y por otro lado en la producción del sentido se dan representaciones o visiones del mundo pasado (pre-construidos culturales o "capitales simbólicos") y del mundo presente como la actualización, invención o innovación. Por ello los sistemas simbólicos son al mismo tiempo representaciones (modelos de) y orientaciones para la acción (modelos para). De ahí que el símbolo y, por lo tanto, la cultura, aparte de ser un significado producido poro ser descifrado es un instrumento de intervención sobre el mundo y un dispositivo de poder.

Al tomar en cuenta el movimiento de interrelación dinámica entre los aspectos arriba mencionados el concepto de cultura se amplía para quedar como un proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos (en su doble acepción de representación y de orientación y para el comportamiento) en la práctica individual y colectiva, a partir de un capital simbólico socialmente poseído e individualmente incorporado.

PROCESOS CULTURALES

El proceso cultural representa las relaciones de producción pero también las reproduce, transforma e inventa. Intervenir en un modelo simbólico puede hacerse a nivel personal en el supuesto de que exista la

cultura individual, sin embargo, ésta es sólo una muestra del grupo social, por ello cada uno de los elementos que la componen debe ser situado en relación a lo que define la estructura del conjunto.

Entonces es necesario hablar de la cultura como un proceso en el que intervienen varias personas, denominada cultura colectiva o de sociedad, la cual varía según la época y el lugar. Características también aplicables a la cultura universal, aunque ésta es más "un concepto límite referencial, que pretende definir y englobar o todo el vasto conglomerado de prácticas, tecnologías, creencias e instituciones que la humanidad ha creado en el transcurso de su devenir histórico".³

Esto significa que la cultura universal puede admitir un elemento cultural de manera similar en distintas estructuras de la sociedad, pero en cada una será aceptado, reelaborado o ignorado de acuerdo a las bases sociales prevalecientes.

De igual manera la cultura nacional es heterogénea, por el simple hecho de la gran diversidad de prácticas culturales llevadas a cabo en el interior de cada país. Por ello lo que se ha adoptado como cultura nacional es en realidad una cultura oficial integrada por elementos culturales formales como la ciencia y el arte.

Esta cultura oficial, también llamada estatal, pretende ser la cultura total y general de las distintas clases sociales al ser institucionalizada a través de varios medios incluyendo a los de comunicación masiva.

De ahí que en cada país exista una cultura dominante que no siempre es la más representativa de la población, sino un simple reflejo de las diversas expresiones culturales de ésta, retomadas por los grupos de poder político y económico.

(3) Pérez Espino, Efraín, *Los Motivos de Televisa, El proyecto cultural de Xeq Canal 9*. Cuaderno de Investigación Social núm. 22 Instituto de Investigaciones Sociales UNAM México, 1991, p. 14

En la cultura oficial existe un elemento que pretende asimilar por un lado a la cultura transnacional y por otro a la cultura popular. La primera es una cultura hegemónica que proviene del centro y que tiene como fin un "proceso de nivelación cultural", así llamado por Hamelink,⁴ el cual consiste en promover valores y símbolos, dados como absolutos, que representan los intereses de la metrópoli y que crean dependencia cultural. La segunda es la expresión de la identidad de los grupos sociales dominados.

IDENTIDAD CULTURAL

Los procesos simbólicos dinamizados se hallan sujetos a una lógica de distinciones, oposiciones y diferencias, uno de cuyos mayores efectos es la constitución de identidades sociales.

Una de las funciones de la cultura es la de clasificar, categorizar, denominar, distribuir y ordenar la realidad desde el punto de vista de un "nosotros" relativamente homogéneo que se contrapone a "los otros". "La identidad social se define y se reafirma en la diferencia".⁵

Es decir, la identidad, es la percepción colectiva de un grupo más o menos homogéneo en oposición a quienes están fuera del grupo en función del reconocimiento de caracteres, marcas y rasgos compartidos que también funcionan como signos y como memoria colectiva común.

La identidad constituye un hecho simbólico total, construido en y por el discurso social común, porque sólo puede ser efecto de representaciones y creencias condicionadas de manera social e histórica y supone un percibirse y un ser percibido que existe sobre todo en virtud del reconocimiento de los otros.

(4) Hamelink, Cress J., *La aldea transnacional. El papel de los Trusts en la comunicación mundial*, Madrid, Ed. Gustavo Gili, 1981, p. 204

(5) Gimenez, Gilberto, *Op. Cit.*, p. 39

En resumen poseer una determinada identidad implica conocerse y reconocerse como tal.

LA COMUNICACION Y SUS MEDIOS

Una vez definido el concepto cultura queda por definir el término comunicación antes de relacionarlos.

La comunicación como concepto abstracto tiene el problema de la limitación en cuanto a las dimensiones del término. Una definición generalizada y ampliamente aceptada habla de la comunicación como una interacción social por medio de mensajes que pueden codificarse de manera formal, conjuntos de simbólicos o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura. En sí la comunicación es el acto o proceso de transmisión de información, ideas, emociones, o habilidades, mediante símbolos, palabras, imágenes, etc.

La comunicación es un acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea, porque la comunicación se produce toda vez que las personas atribuyen significado a la conducta relacionada con un mensaje.

Para una delimitación en el estudio de la comunicación es útil el marco multidimensional de niveles de actividad dividido en tres sistemas: el intrapersonal, el interpersonal y el sociocultural.

El sistema intrapersonal de comunicación se concentra en la dinámica de la experiencia para cada una de las partes, es decir, la comunicación tiene lugar dentro del individuo.

El segundo sistema desemboca en la comunicación interpersonal para la cual es necesario la interacción de por lo menos dos individuos que se transmitan mensajes cara a cara.

Y por último en el sistema sociocultural se examina la dinámica de la

comunicación según es influida por pautas de conducta de la situación, sociales, institucionales y definidas de manera cultural.

Aunque éstos sistemas tienen diferente campo de actuación los tres cuentan con los elementos básicos de la comunicación según el modelo de Lasswell: Quién dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto. En donde el quién es el emisor o codificador de símbolos e ideas, las cuales son enviadas a través de una vía o canal, hasta el receptor quien se encarga de decodificarlo.

Por lo tanto el canal es "un medio físico-ambiental que hace posible la transmisión de una información, o de un mensaje".⁶ Una clasificación de los canales o medios de comunicación los separa en informales y formales. Los informales son redes de comunicación interpersonal erigidas en torno de la interacción cara a cara de personas con intereses o propósitos comunes. Y los formales se caracterizan por estar bien organizados, basados en un conjunto estable de reglas y funcionarios que cumplen roles definidos. Pero lo más importante es su función como medios autorizados al servir como patrón para comparar los relatos atribuidos a todas las demás fuentes. En cualquier sociedad los canales formales se identifican con los medios masivos.

Los medios de comunicación masiva son aquellos "dispositivos técnicos

(6) Pío E. Ricci Bitti y Bruna Zani, *La comunicación como proceso social*, Ed. Grijalbo, México, 1990, p. 41

por intermedio de los cuales tiene lugar la comunicación de masa"⁷ que a su vez es un proceso de comunicación dirigido a auditorios grandes, heterogéneos y anónimos, ya que a través de estos medios que forman parte del sistema sociocultural, antes mencionado, se fomenta la cultura de masas, la cual es una "sedimentación de las formas del saber, patrones de cultura, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre masa".⁸

La masa es la totalidad social receptora de mensajes "omnibus", es decir, la estructura social tipificada por un predominio de la información sobre la comunicación en sus esquemas transmisores del saber.

"Si toda información es masificante, es porque su carga de significaciones tiende a estabilizarse en el nivel del uno-para-todos (omnibus) es decir, de lo impersonal en sus contenidos para no tener que ser selectiva en sus alcances, ya que el receptor no es ahora un interlocutor sino uno-de-tantos mudos oyentes".⁹

Uno de los efectos o consecuencias de la comunicación de masas en la sociedad es el hecho de frenar el cambio social al limitar la crítica y fomentar el conformismo en la interpretación.

Los medios de comunicación unifican a la sociedad por medio de normas comunes, valores y experiencias compartidas, pero al mismo tiempo reducen la creatividad por la visión estandarizada de la cultura; aunque, dice De Fleur,¹⁰ el responder a los mensajes de los medios de comunicación masiva depende de la estructura psicológica del receptor.

(7) Blake, Read H. y Haroldsen, Edwin O., *Taxonomía de conceptos de la comunicación*, México, Ed. Nuevo Mar. 1ra. edición 1977 reedición 1980 p. 17

(8) Pascual, Antonio y Toussaint, Florence. *Cultura de masa y comunicación*. Citados por Margarita Guerra en "Cuadernos de Ciencias de la Comunicación" 2 sem. V. VII. México, Universidad Nacional Autónoma de México, p. 25

(9) *Idem*.

(10) Véase De Fleur, Melvin L. y Ball-Rokeach, Sandra, *Teorías de la comunicación de masas*, 4 Ed. México, Paidós 1987

Pero sin duda estos medios contribuyen a la expansión en masa de los valores culturales y artísticos, y en cierto grado a su conservación. Hasta es probable, dice Ladislav Gawlik¹¹, que el desarrollo de los medios de comunicación masiva contribuya a la cristalización de nuevos géneros artísticos o incluso a la aparición de nuevas ramas de arte, como ha ocurrido con el cine.

Según Armand Matterlart¹² los medios de comunicación han tenido como función principal la de masificar un modelo de utilización de tiempo libre. La mayor parte de sus contenidos ha girado alrededor de la llamada cultura de masas que se define esencialmente por ser una cultura del ocio.

Es posible decir que en la cultura existe un "micromedio",¹³ creador de ideas, formas u obras nuevas que pertenece a una capa social que, aunque pertenece a la humanidad en su conjunto, se distingue en forma tajante.

Su contrario, el "macromedio", es un producto de los medios de comunicación de masas que reúne a los consumidores y fabricantes de mensajes, dispersados en toda una serie de canales.

A pesar de que los individuos creadores son el primer eslabón en la cadena cultural no pueden escaparse de pertenecer a la masa, porque están bañados en los mismos hechos culturales de los demás.

Los productos de la cultura: ideas o formas, pasan a través de un intermediario o mediador de la fuente a la masa y del micromedio al macromedio. Se convierten en productos empleados por los medios masivos,

(11) Ladislav Gawlik, "Los artistas creadores e intérpretes y los medios de comunicación de masa en Checoslovaquia" en Anverre Ari, et al., *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México/UNESCO, París 1ra. Ed. 1982 p. 145

(12) Matterlart, Armand, *La cultura como empresa multinacional*, México, 3ra. Ed. Ediciones Era, 1979. p. 60

(13) Moles, Abraham, *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires, Pida, 1978, p.324

creando un subconjunto social en el que la creatividad deja de aplicarse a las ideas mismas, para hacerlo en la manera de expresarlas.

Ayudados por los medios de comunicación masiva los mensajes de los creadores se convierten en mercancías con el fin de llegar al público.

Para Edgar Morin¹⁴ existe una cultura "Kitsch" ligada a los medios masivos y una cultura de sociedad intelectual, cuyas exigencias son más grandes que nunca frente a las capacidades del espíritu humano, que conduce hacia una microsociedad especializada, segregada, que poco a poco toma conciencia de sí misma y constituye sus instituciones especializadas extrayéndolas de las instituciones de masa pero adoptándolas a sus propias necesidades.

Así, los museos de arte han nacido por una necesidad de la llamada sociedad intelectual quienes basan su creación en los conceptos de la cultura "superior" o de élite, los cuales están constituidos por los conocimientos, valores y costumbres con los que la burguesía pretende "alcanzar el estado de hombre ilustrado, dedicado al perfeccionamiento de sí mismo".¹⁵

En el concepto de cultura elitista, menciona Capriles, "es necesario introducir el evidente carácter de clase con que surge esta idea de cultura, que va a absorber las humanidades clásicas, pero también las ideas filosófico-políticas de la Ilustración y aún las buenas maneras y la educación mundana".¹⁶

Como resultado tenemos una cultura de masas en cuyo ámbito un proletario consume modelos culturales burgueses creyéndolos una expresión

(14) *Ibid* p.319

(15) Capriles, Oswaldo "Comunicación y cultura en el reino del Big Brother" *Nueva sociedad*, núm 71 marzo-abril de 1984, p.51

(16) *Idem*

autónoma propia, y por otro lado, una cultura burguesa (como sinónimo de superior) identifica en la cultura de masas una subcultura con la que nada la une, sin advertir que las matrices de la cultura de masas siguen siendo las de la cultura superior.

La cultura es un proceso que conlleva una interrelación económica, política y social. Para formar parte de una cultura es necesario conocer no sólo el presente de una sociedad, sino toda su historia, ya que las ideas culturales cambian continuamente, están en proceso, a través de la socialización que transmite conocimientos y comunicación.

La simbiosis entre medios de comunicación y cultura depende del contexto social general y puede orientarse en el sentido de una nivelación cultural del pueblo, una simplificación de sus necesidades espirituales y una mayor pasividad en la aceptación de los valores culturales, así como el modo de pasar el tiempo libre o por el contrario puede crear una amplia base para una cultura polifacética y más profunda entre el hombre y el arte, sin la reducción de la participación creadora del pueblo en la vida social y cultural.

El grado de la democratización de la cultura, esto es de la riqueza de los valores culturales que hasta la fecha se han puesto al alcance del público y que éste ha adoptado, es el requisito previo e indispensable para una buena y eficaz actuación de los medios de comunicación de masas, en particular de sus programas artísticos y culturales.

INDUSTRIA CULTURAL

Ya en 1940 filósofos como Max Horkheimer y Theodor Adorno¹⁷ distinguían a la cultura moderna por su importante dimensión Industrial, su capacidad de Impacto político-económico y su difusión en el plano mundial.

Los pueblos antiguos se caracterizaban en su producción por el predominio del producto único o de serie muy pequeña y por la continuidad de una tecnología de artesanías. Con el florecimiento de la electrónica y los medios masivos de comunicación progresivamente fueron quedando ocultos o marginados los mensajes culturales que no revestían la forma de mercancías dotadas ante todo de un valor de intercambio económico o de medios de presión complejos sobre la opinión pública. Makaminan Makagiansar¹⁸ encuentra en la base de la transformación cultural a la producción en masa de mensajes y símbolos.

En general existe "una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios Industriales y comerciales, es decir, en serie aplicando una estrategia de tipo económico en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural".¹⁹

En realidad el estudio de las industrias culturales no es tan fácil porque sus productos tienen un valor simbólico y estético no valorable económicamente por lo que es difícil analizar el modo en que adquieren valor mercantil.

Por otro lado la crítica de arte se refiere en esencia al punto de vista estético, remite a los valores o al deleite del individuo y no al modo de

(17) Horkheimer y Adorno citados en Anverre, Ari, et al., *op. cit.* p.9

(18) Makaminan Makagiansar citado en Anverre, Ari et al., *op. cit.* p. 7

(19) Anverre Ari, et al., *op. cit.* p. 21

fabricación y de comercialización.

De inicio los productos culturales no son iguales. Debemos distinguir entre los productos culturales de consumo de carácter duradero y los servicios que de ellos se derivan. Esta distinción se basa en el hecho de que los consumidores utilizan bienes de capital como instrumentos o medios de producción, en combinación con los que pueden aportar otros flujos de servicios que a continuación son consumidos.

En la economía de la cultura que, según Albert Breton²⁰, es la descripción y análisis de las características observables de la demanda y la oferta, así como de su interrelación en las diversas industrias que componen el sector cultural, los productos culturales propiamente dichos son la economía de la producción del flujo de servicios, la distinción entre esto y las existencias de capital a veces es difusa, por ejemplo una película y sus imágenes.

La vida cultural se compone de dos fenómenos, según Agustín Girard,²¹
1.- la vida cultural de la población en lo que se refiere al tiempo que se dedicaba a ella, al instrumental "cultural" de las familias y al consumo de productos "culturales". Y 2.- La clara percepción por los poderes públicos de la necesidad de explicitar o de aplicar una política cultural racional.

Makaminan divide a la industria cultural en dos tipos: en la primera la creación, mayormente artesanías, es objeto de un número muy grande de reproducciones gracias a procedimientos industriales y al empleo de máquinas; en la segunda el propio acto creador implica desde el primer momento un instrumental pesado.

La primera fase de producción de la industria cultural abarca el trabajo

(20) Breton, Albert, "Introducción a una economía de la cultura: un enfoque liberal" en Anverre, Ari, et al, *op. cit.* p. 46

(21) Girard, Agustín, "Las industrias culturales: ¿obstáculo o nueva oportunidad para el desarrollo cultural?" en Anverre, Ari, et al, *op. cit.* p. 25

del creador y la responsabilidad del editor o del programador, así como la fabricación material del producto, y la segunda donde se da la comercialización comprende la promoción al producto (publicidad), la distribución al por mayor y la venta al detalle.

Otras fases son las de exportación, importación y el archivado que incluye la rentabilidad a largo plazo.

Este mismo autor señala como problema esencial de los modos de producción de las industrias culturales a la propiedad y al control de los medios de producción y a los circuitos de distribución, así como la tendencia a la concentración e internacionalización de las empresas más representativas, sin dejar afuera a la sujeción de los creadores a las reglas del mercado, o a una política de persuasión declarada de los usuarios.

"Industria Cultural" no quiere decir industrialización de la cultura, ni todas las "industrias culturales" son culturales, aunque exista prefabricación de ciertas piezas, el talento del creador, y el sentido de la relación con el público, son únicos y no reproducibles. Aunque el producto cultural sea una mercancía desde el punto de vista de su promoción, distribución y venta, no es una mercancía como las demás.

La diferencia entre la industria cultural y otros sectores que se dedican a la fabricación y venta de bienes es la existencia de una tensión en la primera, ésta se da entre una visión estética o del mundo personalizada y la economía de la industria, basada en la idea de un mercado dispuesto y capaz de pagar sus productos.

La mayoría de los sectores dedicados a la producción y comercialización de artículos de comercio como la ropa o los automóviles pueden tasarlos objetivamente. En cambio, en el arte o las industrias culturales los espectáculos o las obras de arte ofrecidos comercialmente no son una oferta en respuesta directa a una demanda de mercado determinada, sino, más bien, los productos de las industrias culturales son

creados, individual o colectivamente, por artistas deseosos de expresar un mensaje, una estética o una visión personal.

Un punto a favor de las industrias culturales podría ser la abundancia de productos culturales diversos y más baratos, con lo instantáneo de la tecnología se percibe mejor la diversidad cultural, socioeconómica e ideológica del mundo. Supuestamente para los artistas es más fácil dar a conocer sus obras. Pero en contra se puede alegar una producción unificada basada en la trivialización, el carácter efímero y el empobrecimiento del contenido. Se hace del usuario un consumidor ávido de novedades, para ello se da preferencia a la mediocridad agradable contra el talento creador.

Los productos de las industrias culturales tienden a invadir el medio cultural global del hombre y la mayor parte de su tiempo libre. De hecho favorecer el consumo de estos productos en lugar de promover otras prácticas culturales implica cambios en el desarrollo cultural de las sociedades, incluyendo a los propios sistemas de valores que constituían el fundamento de las diferentes identidades culturales.

El fenómeno de la mayor facilidad de los intercambios culturales mediante los productos industriales tiene dos lados, uno positivo si es posible elevar el sistema nacional de producción cultural al nivel de la competencia internacional, y otro negativo si el consumo de los productos importados se opone a los modelos culturales que procura promover el sistema de educación, inhibe y paraliza la producción nacional.

Además la oferta vuelve necesaria la demanda de productos culturales a nivel mundial por lo que éstos se vuelven internacionales.

De aquí la necesidad de contar con una industria cultural controlada para no caer en la dependencia cultural y tener la capacidad de limitar las importaciones superfluas y garantizar a la vez una producción nacional competitiva.

Las exigencias económicas de las industrias culturales imponen condiciones de vida y de trabajo a los creadores e intérpretes. Por éstas se rechaza toda idea de permanencia del esfuerzo y de maduración lenta de un pensamiento o de una obra, por estimarla nociva para la explotación del mercado. "El ideal de la conservación de un patrimonio y del respeto de la memoria histórica-esencial para el mantenimiento y el desarrollo de la identidad cultural queda desvalorizado por las industrias culturales".²²

Glirard llegó a la conclusión basado en ciertos estudios, de que las instituciones culturales sólo logran aumentar el público de las obras artísticas marginalmente, mientras la población prefiere las obras producidas por las industrias culturales. "Las propias instituciones culturales recurren a procedimientos de comercialización".²³

El progreso de la democratización se está concretando mucho más ampliamente con los productos culturales accesibles en el mercado que con los "productos" subvencionados por los poderes públicos.

Además la descentralización de las instituciones no puede progresar al mismo ritmo que la demanda cultural, ya que no es posible multiplicar suficientemente el número de instancias para atender la demanda que han engendrado las escuelas y los medios de comunicación masiva en la población.

El fenómeno de difusión por los medios de comunicación masiva de los modelos y las necesidades económicas y sociales es de igual manera aplicable al funcionamiento de los modelos y las necesidades culturales.

El arte en la sociedad se ha logrado gracias a la mancuerna creación-difusión, la cual ha evolucionado junto con el arte, anteriormente era limitada, pero la difusión se ha vuelto masiva e industrial. Ahora la propia

(22) Anverre, Ari, et al, *op. cit.* p. 125

(23) Glirard, Augustin, *op. cit.* 28

creación se apoya en procedimientos industriales.

La evolución en la producción y en la circulación de los productos presupone la inducción de una tendencia a la uniformación de los gustos de los consumidores en los principales mercados, para racionalizar el desarrollo y la fabricación de los productos, esto implica que unos productos muy poco numerosos tienen la posibilidad de influir en el estilo y la apariencia de los productos culturales cuyo consumo es propuesto.

El producto supuesto de la industria cultural es la cultura de masas, "A través de un modo industrial de producción, se obtiene una cultura de masa."²⁴

Un artista puede elegir entre buscar la autosuficiencia económica trabajando fuera de su campo artístico; participar en el sector no lucrativo, en el cual las ganancias son limitadas; o buscar un empleo, o un mercado, para sus obras en el sector comercial de industrias culturales no subvencionadas. De cualquier manera en la vida profesional de un artista va a llegar el momento en el cual la estética personal entrará en conflicto con la necesidad económica. Puede ser que lo vendible de un artista no sea lo mejor de su obra para él mismo.

La industria cultural ha hecho de la cultura una mercancía. Esta transformación del acto cultural en valor suprime su potencia crítica por lo que deja de ser auténtica. Según Armand Matterlart y Jean-Marie Plemme la pseudoindividualidad empezó con la existencia de la burguesía y se concretó en la cultura de masa.

La industria cultural tiene diversos usos relacionados a los modos de producción de los países originarios, en algunos "es sobre todo un

(24) Matterlart, Armand y Plemme Jean-Marie, "Las industrias culturales: Génesis de una idea" en Anverre, Ail, et al, *op. cit.* p. 63

instrumento en una reñida lucha política e ideológica. La utilizan diversos grupos de presión. En otros constituye esencialmente una fuente de beneficios para sus propietarios y, por consiguiente, tiene principalmente carácter comercial. Por último, en ciertos países es fundamentalmente un instrumento de efecto ideológico, monopolizada por el Estado".²⁵

La Intervención ideal del Estado con respecto a las industrias culturales contendría una ampliación al acceso a la cultura, con variación y estímulo a la vida cultural de la población; un mejoramiento a la calidad de los medios de comunicación de masas, junto al desarrollo de los medios comunitarios e individuales; la promoción de la creación pluralista, más el mejoramiento de los empleos artísticos; la modernización de las instituciones clásicas de difusión cultural; el fortalecimiento de el potencial de producción cultural nacional; y debería velar por el prestigio exterior del país, incluyendo la protección de su independencia cultural.

(25) Przewasky, Krzysztof, "Repercusión de las industrias culturales del sector de los medios audiovisuales en el comportamiento sociocultural de los jóvenes" en Anverre, Ari, et al, *op. cit.* p. 81

POLITICA CULTURAL

La política cultural o cultural policy, dice Leo Bogart,²⁶ se refiere a una planificación cuyo propósito es lograr objetivos precisos, así como a las etapas necesarias para su realización. Pero, por otra parte, continúa este autor, la política cultural en el sentido de cultural politics designa el choque entre filosofías opuestas cuyos partidarios se agrupan alrededor de intereses particulares. El primer término supone una planificación al servicio de una norma aceptada y el segundo implica una pluralidad de normas.

Continuando con Bogart, lo que va a determinar una política van a ser los diversos factores que forman parte del mecanismo de las instituciones culturales, unidos unos con otros. Estos factores representan la solución aportada por cada sociedad a la satisfacción de sus necesidades de información, distracción y expresión estética.

Al concebir la cultura como un conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se le reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas, es posible verla como parte de la socialización de las clases y los grupos en la formación de las concepciones políticas y en el estilo que la sociedad adopta en diferentes líneas de desarrollo.

Tomando en cuenta lo anterior las políticas culturales son un "conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social."²⁷

(26) Bogart, Leo "El control de los medios de comunicación colectiva", en Goded, Jaime, *Los medios de comunicación colectiva*, México, UNAM, FCPyS, 1976, p.151

(27) García Canclini, Néstor, *Políticas culturales en América Latina*. Ed. Enlace Grijalbo México, 1987 p. 27

Un Circuito Cultural es la combinación típica de agentes e institucionales que abarca las fases de producción, transmisión y consumo de bienes culturales.

En estos circuitos los agentes culturales son participantes directos en la producción y transmisión cultural y en consecuencia son agentes directos de acciones culturales; pero también pueden ser sujetos formuladores de políticas culturales, o sea, intervienen en un circuito determinado no sólo con el propósito de ofrecer un producto sino también de influir en la orientación del circuito, de crear una tradición artística determinada, de combatir una escuela opuesta, de criticar con esa acción cultural al gobierno, etc. Además son objetos de políticas determinadas por otros sujetos.

En todo circuito podemos distinguir, desde el punto de vista de las políticas o del interés de pensar y hacer políticas culturales, a los siguientes componentes:

- 1.- Agentes.
- 2.- Medios de producción: (base tecnológica, propiedad de medios, organización agente/medio).
- 3.- Canal de comunicación: (condicionamiento tecnológico, acceso de agentes, acceso de públicos).
- 4.- Públicos.
- 5.- Instancias institucionales de organización.

José Joaquín Brunner ²⁸ habla de cuatro agentes comunes de la acción cultural:

- 1.- Productores profesionales, (individuos y grupos), el cual es un agente cultural individual o integrada en un grupo profesional, que realiza alguna actividad (pintura, teatro, escritura, etc.) de

(28) Brunner, José Joaquín, "Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades" en García, Canclini Néstor, *op. cit.*, p. 192

manera independiente, ya sea que reciba subsidios o que venda su producto o servicio en el mercado.

- 2.- Empresa privada.
- 3.- Agencia pública.
- 4.- Asociación voluntaria, este es un agente colectivo, instituido como grupo no profesional, que actúa en el terreno cultural habitualmente con motivaciones de "compromiso" o "militancia" de algún tipo. Pero como aficionado dicho compromiso no es indispensable.

Las Instancias organizativas (organizing institutions) son dispositivos o mecanismos de organización social de actividades y de regulación o control de ellas. Los tipos de instituciones organizadoras de la acción cultural en una sociedad son el mercado, la administración pública y la comunidad.

El mercado se da donde hay competencia, es un mecanismo de soberanía del consumidor: la producción se controla idealmente por la demanda.

Como su nombre lo indica en la administración pública la producción, circulación y distribución de la cultura es administrada por organismos públicos, en este caso podemos hablar de control burocrático.

La comunidad es una instancia institucional de organización de la producción, transmisión y consumo de la cultura que opera sobre la base de relaciones de solidaridad interpersonal que no poseen una dimensión fundamental de competencia, ni tampoco una dimensión esencial de autoridad, (la competencia y la autoridad pueden estar presentes pero no definen). Es una forma de control por normas compartidas en el grupo y frecuentemente también por tradiciones, valores, etc.

En cuanto a la producción se puede o debe distinguir entre quienes emplean medios dependientes de recursos físicos como el canto y la danza y quienes dependen del uso de la transformación de objetos materiales no humanos como la pintura y la escultura.

TIPOS DE CIRCUITOS CULTURALES*

- I Circuitos de producción profesional para el mercado: Los agentes son productores profesionales independientes, producen para el mercado, ellos controlan sus propios medios de producción.
- II Circuitos de producción profesional organizados como servicio público: El producto no sólo recibe subsidio, debe haber una organización administrativa-burocrática.
- III Circuitos de producción profesional regulado comunitariamente: Tenderán a ser circuitos esporádicos.
- IV Circuitos privados de producción industrial regulados por el mercado: La cultura de masas originada en la empresa privada y regulada por un sistema de consumer sovereignty.
- V Circuitos privados de producción industrial organizados por el Estado: La empresa privada de producción cultural opera no para el mercado, sino de acuerdo a las demandas expresadas autoritariamente por un órgano público.
- VI Circuitos privados de producción industrial organizados comunitariamente: Es una figura esporádica dentro de las operaciones de una empresa, por lo general esta forma no abarcará procesos de producción sino de distribución de bienes culturales (salas de exposiciones).
- VII Circuitos de administración pública donde los agentes producen para el mercado: En competencia con otros agentes buscando rentabilidad

* Según José Joaquín Brunner de su texto *Políticas culturales y de democracia: hacia una teoría de las oportunidades*. Incluido en *Políticas culturales en América Latina*. Ed. Enlace Grijalbo México, 1987

en el mercado. Vendiendo directa o industrialmente o al operar en el mercado publicitario.

- VIII Circuitos públicos cuyo producción es organizado administrativamente: Na hoy venta de productos en el mercado o lo hacen con precios subsidiados.
- IX Circuitos públicos cuyo producción es organizado comunitariamente: Puede concebirse una empresa pública, que sea regulado comunitariamente siempre que el Estado esté en manos de un solo partido o religión, etc.
- X Circuitos de asociación voluntario que operan para el mercado: Son agentes colectivos no profesionales que actúan sobre una base de solidaridad o actúan en el mercado, muchos veces para sostener su propia actividad o para una mejor distribución.
- XI Circuitos de asociación voluntaria que operan bajo comando administrativo: el agente no sólo recibe un subsidio, sino la producción y venta es organizada estacionalmente.
- XII Circuitos de asociación voluntario que organizan su producción comunitariamente.

Históricamente los circuitos populares puros son tres: los circuitos privados de producción industrial para el mercado; los circuitos públicos cuyo producción es organizada administrativamente; y los circuitos de asociación voluntaria que organizan su producción comunitariamente.

Son puros porque han surgido como una combinación sistemática y casi natural de agentes e instancias institucionales de organización.

Los circuitos privados de producción industrial para el mercado se identifican con el sistema capitalista y los públicos organizados administrativamente con el socialista.

TIPOS DE POLITICA CULTURAL*

- 1 Políticas que presentan intervenciones en el nivel de los agentes.
 - 1.1 Políticas autoritarias (públicas).

La Intervención de los organismos públicos se da a través del favorecimiento de agentes monopólicos poniendo bajo su control exclusivo un medio o reservándole el mercado; o mediante el otorgamiento de licencias o concesiones y subsidios.
 - 1.2 Políticas "persuasivas".

Las hacen agentes privados o públicos, no están revestidas de poder legal de imposición.

- 2 Políticas relativas a los medios de producción.
 - 2.1 Las que afectan la base tecnológica de los medios.
 - 2.2 Las que regulan la propiedad de los medios.
 - 2.3 Las que tienen que ver con la organización interna de los medios/agentes.

- 3 Políticas relativas a los canales de comunicación.
 - 3.1 A su condicionamiento tecnológico.
 - 3.2 Al acceso de agentes.
 - 3.3 Al acceso de públicos.

- 4 Políticas que tienen que ver con las instancias de organización de los circuitos culturales.
 - 4.1 Políticas culturales organizativas.
 - 4.1.1 Políticas en y frente al Mercado.

Quienes operan en el mercado tenderán a producir un cierre social en torno a las oportunidades, de tal modo que las puedan contratar a su favor.

* Según José Joaquín Brunner de su texto Políticas culturales y de democracia: hacia una teoría de las oportunidades. Incluido en Néstor García Canclini, Políticas culturales en América Latina. Ed. Entace Grijalbo México, 1987 1ra. edición

El cierre no sólo se realiza en el mercado: exclusión de agentes del mercado por razones políticas, barreras administrativo-ideológicas, etc.

Las políticas que se adoptan frente a o sobre el mercado son las políticas de Intervención pública o colectiva en el mercado.

Tipos de Intervención pública o colectiva, en base a una clasificación de los actores que ejecutan la intervención:

- Del aparato administrativo central.
- De unidades administrativas de menor rango, descentralizados o de administración autónoma.
- Por asociaciones voluntarias, organismos de consumidores, etc.
- Por asociaciones profesionales, de trabajadores.
- De las propias empresas privadas actuando en calidad de organismos cuasi-gubernamentales: complementando los intereses económicos de la empresa con un interés social y cultural más general.

Según Helskanen²⁹ la fundación pública o colectiva se funda para:

- Proveer subsidios públicos a ramas débiles pero importantes de la Industria cultural.
- Proteger la producción nacional contra la competencia externa.
- Controlar ramas consideradas estratégicas desde el punto de vista de la seguridad o los intereses nacionales.
- Proteger derechos sobre propiedad intelectual.
- Evitar estrategias de cierre social y formación de monopolios y oligopolios.

Girard³⁰ opina que los objetivos a alcanzar por parte de las autoridades públicas cuando intervienen en el mercado cultural son: ampliar el

(29) Helskanen citado por Brunner, José Joaquín, *op. cit.*, p. 192

(30) Girard citado por Brunner, José Joaquín, *op. cit.*, p. 192

acceso a la cultura (democratizar, descentralizar); mejorar la calidad de los medios de comunicación masiva; promover el trabajo creativo y mejorar las condiciones de trabajo y de vida de los artistas; modernizar a las instituciones culturales; incrementar la potencia nacional de productos culturales; proteger la independencia cultural del país y su influencia exterior.

Las formas de intervención, según este mismo autor, son los apoyos directos como los subsidios o la compra de bienes y servicios culturales por el Estado; los apoyos indirectos; las regulaciones como los accesos a servicios públicos; los festivales o premios como políticas de incentivos; las convenciones internacionales; a través de una política para la industria cultural con crédito bancario, apoyo a la exportación, etc.

4.1.2 Políticas en y frente a la organización administrativa de proceso cultural.

Por la introducción de formas de accountability públicas y/o de controles internos; la introducción de formas de gestión con participación y/o representación de los intereses colectivos; la descentralización hasta llegar a cuerpos públicos autónomos, no dependientes de la administración central; la descentralización más la participación de intereses colectivos; la participación de los intereses profesionales y/o de los trabajadores involucrados en las agencias públicas respectivas; una combinación de participación de intereses profesionales gremiales o sindicales y colectivos; una combinación de los intereses profesionales y/o de los trabajadores involucrados en las agencias públicas respectivas con formas de descentralización.

Mediante las políticas de privatización es posible traspasar al mercado procesos que antes se encontraban bajo organización público-administrativa, o introducir la competencia con agentes privados donde antes los agentes públicos detentaban un monopolio o cuasimonopolio.

Entre las motivaciones de justificación de la privatización están el valer más eficiente una actividad sometiéndola a competencia; resolver un problema de crisis fiscal o de escasez de recursos públicos; ofrecer a grupos privados nuevas áreas de influencia y/o control; evitar tendencias al burocratismo o al control ideológico; contrarrestar el despilfarro de recursos, y concentrar los subsidios estatales en actividades de "alta cultura".

4.1.3 Políticas en y frente a la organización comunitaria de la cultura.

Sus políticas habituales son aquellos que refuerzan el compromiso, la adhesión y la militancia en torno al proyecto compartido por el grupo que actúa como promotor de la actividad.

Con ésta se buscan alternativas, ampliar la competencia ideológica, reforzar la organización interna de las asociaciones que participan como agentes, y someter esas circuitos a formas de intervención pública o colectiva.

4.2 Políticas culturales democráticas: sentido general.

La democracia es un sistema donde hay múltiples actores que persiguen políticas estratégicas dentro de un marco competitivo.

La política democrática consiste en asegurar la existencia y reproducción de una diversidad de circuitos culturales. Las políticas democráticas deben pensarse primeramente bajo un modelo liberal, es decir, combinar agentes privados y públicas reguladas por el mercado, la administración y la comunidad, y luego, desde la sociedad civil, desde el Estado, bajo un modelo de competencia hegemónica.

Estas políticas buscan producir y preservar determinados arreglos institucionales sobre todo impulsar la existencia combinada y simultánea de una variedad de instancias organizadoras y de circuitos culturales particularmente los articulados por el mercado y las comunidades.

También incluyen una consideración permanente sobre los derechos individuales. En el plano organizativo global no persiguen la imposición o la promoción de contenidos. Descansan en la información y las preferencias obtenidas mediante procesos interactivos.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LA POLITICA CULTURAL DE TELEVISION

TELEVISA EN LA PROMOCION CULTURAL (RADIO Y TELEVISION)

El inicio de la radiodifusión en México fue promovido por grupos privados interesados en su explotación comercial. Su desarrollo no tuvo fines culturales, políticos o educativos en gran medida porque históricamente, primero la radio y después la televisión, "aparecieron como elementos de un proceso de modernización impuestos desde afuera y trasladados mecánicamente a nuestra sociedad durante el proceso de expansión del imperialismo económico norteamericano".¹

La televisión mexicana se inicia como un negocio privado en 1950, aunque sus antecedentes se remontan a 1946 fecha en que Guillermo González Camarena hace transmisiones de prueba utilizando sus descubrimientos en materia de televisión a color. Los primeros canales fueron concesionados a particulares y de ellos estuvo ausente cualquier preocupación por la cultura.

En 1950 se instaló la primera estación de televisión en México XHTV Canal 4, cuya concesión fue otorgada por el gobierno mexicano a Rómulo O'Farril. En 1951 surge XEWTV Canal 2, concesión que se otorga al próspero empresario de la radio Emilio Azcárraga. Al año siguiente recibe la concesión de Canal 5 Guillermo González Camarena. La fusión de los canales 2 y 5 se da en 1954, y un año después se les une canal 4 para formar la empresa Telesistema Mexicano, "con el objetivo de eliminar a la competencia, erigir un monopolio y alcanzar la rentabilidad de su mantenimiento".²

En la década de los 60's la programación de Telesistema Mexicano estaba en manos de los anunciantes, quienes decidían qué programas

-
- (1) Pérez Espino, Efraín, *Los Motivos de Televisa. El proyecto cultural de Xeq Canal 9*. Cuaderno de Investigación Social núm. 22 Instituto de Investigaciones Sociales UNAM México, 1991 p. 14
 - (2) "Informe Especial". *Revista Semanal*. Año 1 No. 26 2 de noviembre de 1990. Ed. Cárdenas, México, D.F. pág. 16

querían patrocinar y los producían o importaban siguiendo en la mayoría de los casos, las mismas líneas que en Estados Unidos.

Ante esta situación, Emilio Azcárraga decidió manejar la programación televisiva. Hacia fines de esa década Telesistema Mexicano se convierte en Televisión y sus directivos comienzan a decidir el contenido de las transmisiones, para ofrecer posteriormente a los anunciantes el tiempo disponible de la programación. Los publicistas acabaron por aceptar la medida.

Iniciado en 1967 Canal 8, perteneciente al Grupo Monterrey, se une en 1972 a los canales 2, 4 y 5 con lo cual nace Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa).

Si el origen de la televisión mexicana fue comercial se debió, según Fernando Mejía Barquera³, a tres razones fundamentales: primero, el Estado carecía de cuadros técnicos suficientes; segundo, si durante 30 años se había practicado una política de apoyo a la industria de la radiodifusión, no cabía esperar un cambio. Además, dentro del aparato estatal había funcionarios que eran amigos de los empresarios del ramo. El presidente de la República era Miguel Alemán, hoy socio de Televisa. Tercero, porque no existía fuerza social democrática ni intelectuales organizados que pudieran dar la lucha para que la televisión fuese cultural.

En 1947 el presidente de la República Miguel Alemán Velasco designó, a través del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), al escritor Salvador Novo y al Ingeniero Guillermo González Camarena, para que estudiaran los sistemas de radiodifusión mundial, con el fin de recomendar el más apropiado para el país. Se evaluaron dos sistemas: el de propiedad privada con explotación publicitaria, aplicado en los Estados Unidos, y el sistema

(3) Mejía Barquera Fernando, citado por Toussaint, Florence, "La historia de la televisión cultural, repetición de derrotas del Estado, indeciso ante la sostenida línea de la empresa privada". Proceso No. 334 28 de marzo de 1983.

de los países de Europa Occidental el cual se encontraba determinado por control de las instituciones del Estado y por un financiamiento basado en la venta de licencias de recepción a los usuarios. Los resultados debían atender sobre todo a la norma técnica, a la forma de propiedad, al financiamiento y, en segundo plano, a la cuestión del contenido de las transmisiones.

Las conclusiones de Salvador Novo no contenían recomendación alguna, "pero elogaban en algunas partes al British Broadcasting Corporation (BBC)". En tanto, González Camarena "se refería a los aspectos de la operación tecnológica, recomendando que México adoptara -por razones técnicas y económicas- las especificaciones técnicas de la televisión estadounidense".⁴ El Ejecutivo trató de conciliar el sistema estadounidense de libre competencia con el sistema británico de vigilancia gubernamental sobre el medio, pero en realidad el estado redujo su participación a la administración jurídica.

Así pues, desde un principio el Estado permitió el destierro de la cultura y prefirió supeditar sus necesidades de difusión a los acuerdos que permitían utilizar esporádicamente los canales privados para transmitir mensajes gubernamentales. Esta exclusión deliberada logró evidenciar la estrecha relación de intereses entre iniciativa privada y funcionarios.

Sin embargo en 1970 desde la Presidencia de la República se calificó como antinacional, deseducativa, anticultural y consumista la labor de los concesionarios privados. Se anunció una modificación al régimen de concesiones de manera que las frecuencias no quedaran monopolizadas y la televisión nacional fuera un poco más representativa de la pluralidad existente en el país.

La creación de la empresa Televisa es una respuesta a esta amenaza

(4) Martínez Medellín, Francisco. *Televisa. Siga la huella*. Claves Latinoamericanas, 2ª Edición México, 1992 P. 31

presidencial, sus dirigentes inician una fase de reestructuración de su programación con miras a corregir su total alejamiento de la cultura. Organizan para ello la Fundación Cultural Televisa, y en 1975, con la colaboración de la Universidad Nacional Autónoma de México, diseñan la serie Introducción a la Universidad. Esto en momentos en que el sindicalismo universitario inicia una etapa de ascenso y el Estado planea la reforma de su sistema político.

En 1976 canal 5 y 8 transmiten 1 378 horas de programación universitaria.

La historia de la UNAM en la Televisión se inició en 1950 cuando el Rector de la UNAM Luis Garrido y el Presidente de la República Miguel Alemán convienen en dotar a la Facultad de Medicina de un sistema de circuito cerrado, mismo que inicia sus transmisiones a color en 1952. La primera transmisión en canales abiertos se hace en 1955.

El mismo Garrido solicita al Lic. Agustín García López de la Secretaría de Comunicaciones la reservación de una de las frecuencias en banda normal VHF. Al tomar posesión de la rectoría Nabor Carrillo continúa con la participación regular de la Universidad en los canales concesionados al sector privado.

A pesar de que en los sesentas en la Ley Federal de Radio y Televisión se cambia el uso de la televisión de servicio público a interés público, a partir de lo cual se multiplican las solicitudes de concesiones, la televisión UNAM no logra ningún canal.

En 1968 a raíz de los problemas estudiantiles se interrumpen las actividades televisivas de la UNAM. Todavía en marzo de 1985 se manejaba la idea de que el canal 9 antes 8 pasara a manos de la UNAM, a cambio de conservar las concesiones de los canales 2 y 4 de Televisa.

El convenio de Televisa con la UNAM (1976) vino a consolidar la

participación del consorcio privado en el campo educativo y se sumó a lo que públicamente esa empresa denomina la Fundación Cultural Televisa. A partir de entonces la empresa creó un centro de Información y Datos Educativos que cuenta con filmoteca, videoteca, discoteca, museo y modernos sistemas de cómputo, electrónica e informática, que permiten investigar, estructurar y proyectar programas educativos.

Según el acuerdo Televisa se hacía cargo de la producción técnica de programas educacionales, mientras la UNAM se responsabilizaría de planificar y diseñar los contenidos de éstos. El beneficio de Televisa fue "el aval que le otorgó la más destacada institución universitaria del país a su proyecto cultural y a su propia existencia como empresa".⁵ Pero como señalan algunos críticos la cultura universitaria es sólo un contenido más para Televisa.

En el mismo año del convenio Televisa se inicia en la instrucción con la novela educativa "Ven Conmigo", que dio la pauta para la producción de "Acompáñame" y "Vamos juntos" en 1977 y 1979 respectivamente. Las telenovelas fueron avaladas por estudios científicos con base en los cuales se diseñaron, evaluaron, y sistematizaron las experiencias educacionales, según el Instituto Mexicano de la Comunicación. "La producción científica de las telenovelas se apoyó en la 'teoría dramática', 'teoría de la comunicación' y 'teoría del aprendizaje social'. Se eligió el melodrama por su comprobada popularidad y porque se le consideró 'un vehículo idóneo para afirmar los valores positivos del contrato social y por experiencia vicaria llegar a modificar la conducta'.⁶

La primer telenovela buscaba impulsar el Plan Nacional de Educación para adultos, a cargo de la Secretaría de Educación Pública; la segunda

-
- (5) Trejo Delarbe Raúl, et al. *Televisa el quinto poder*, Claves Latinoamericanas, México, 1985 3ra. Ed. 1988
- (6) Ojeda, Gerardo et al. "La televisión educativa en México". Serie comunicación: educación y tecnología. SEP/COSNET. México 1986 p.90 (19)

promovía el control natal; y la tercera atendía el desarrollo integral del niño, a través de varios factores como la armonía conyugal, la armonía familiar, la integración de la familia y de la comunidad.

Para esta última serie se utilizaron otros medios de comunicación como apoyo a los televisivos. Se adaptó para la radio, se produjo un programa especial también para la radio y se promovieron por medio de la revista "TV-Novelas".

Desde entonces la programación educativa de Televisa se ha orientado principalmente a la enseñanza preescolar y universitaria, su producción ha pretendido contribuir con los planes gubernamentales, en cierta forma le ha servido "para legitimar su proyecto cultural, defender sus intereses económicos y políticos, así como mejorar su imagen pública".⁷

Si bien ésta no es redituable de manera indirecta ha beneficiado a sus negocios al contrarrestar las críticas sobre el comercialismo, la transnacionalización y la aculturación de la comunicación social.

En 1983 la reprogramación del canal 8 (Valle de México) lo convierte en un canal de divulgación cultural. El Vicepresidente de Televisa, Miguel Alemán Velasco dio a conocer la nueva frase de identificación del canal "La alegría en la cultura" y afirmó: "Nosotros vamos a entretener para educar. El estado debe educar para entretener".⁸

Fue el viernes 25 de marzo cuando Televisa presentó a los medios de comunicación su nuevo proyecto de Canal 8. "Cambia su perfil, ahora será cultural", anunciaron. En una conferencia Miguel Alemán Velasco, Miguel Sabido y los encargadas de los nuevos programas del 8 informaron que se cumplía un "viejo sueño", la aportación de Televisa a la labor cultural.

(7) Trejo Delarbe. *Op. cit* pág. 89

(8) *Idem*

Y así fue, precisamente un día antes de que el gobierno anunciara el reordenamiento de los medios de comunicación del Estado, Televisa fue protagonista de la renovación ampliada del convenio entre ella y la Universidad Nacional Autónoma de México, y del lanzamiento del 8 que cambiaría a 9 como su canal cultural.

Este canal inició la transmisión de programas culturales sin comerciales. Aparentemente se trataría de una labor altruista y de servicio social. Sin embargo se criticó que con programas de este tipo Televisa pague parte del 12.5% del tiempo fiscal que está obligada a ceder al Estado. Así con "la complicidad de instituciones como la UNAM, Televisa elude el pago de impuestos. Hasta en esa forma de fortalecer sus negocios, el consorcio hace política".⁹

La renovación dio inicio a toda una serie de comentarios y estudios sobre la cultura en Televisa.

Si Televisa convierte uno de sus canales comerciales en canal cultural, algo se trae entre manos, expresaron investigadores, comunicólogos y maestros universitarios: "El Canal 8 como canal cultural obedece a una estrategia de relaciones públicas de la empresa Televisa. Pero ésta entiende lo 'cultural' como ornato y su canal 8 responde a un proyecto de mediatización de la cultura, es decir, anularla en tanto cuerpo vivo que plantee la contradicción, la denuncia y la negación".¹⁰

Los llamados programas culturales en la televisión, según Florence Toussaint,¹¹ obedecen más a razones coyunturales -como la extinción de la concesión del canal 8- que a preocupaciones por el contenido de las emisiones. Televisa decide incursionar también en la alta cultura apoderándose, en lo posible, de la producción del artista y del intelectual mexicanos. Así legitima su permanencia dentro del ámbito de la cultura,

(9) *Ibid* p. 188

(10) Cano Susana y Morales Sonia. *Proceso* No. 334 28 marzo 1993

(11) Florence Toussaint, en Trejo Delarbe Raúl, *op.cit.* p. 52

neutraliza en torno a su actuación mercantilista y estupidizadora e intenta orientar según sus intereses un ámbito de la cultura nacional hasta entonces apartado de su actividad. La pintura, la danza, el teatro, la música, pasan a ser de su incumbencia. Gracias a su aparato publicitario logra captar la atención del público hacia sus exposiciones, obras, programas y darles a éstos una importancia mucho mayor que la que tienen por sí mismos. De ese modo, Televisa quiere asegurar el monopolio de la cultura, ya no sólo el de la cultura de masas, sino también el de la creación artística.

Sin embargo, continúa Toussaint, como sólo se trata de una táctica, en una revisión minuciosa de la programación cultural es evidente la falta de un proyecto e incluso de una concepción coherente. Nos encontramos ante un grupo de series sin relación entre sí, cuya selección parece arbitraria y sobre todo distante de los problemas nacionales. Si la música clásica es culta, el canal cultural nos ofrece música culta. La vida compleja, contradictoria, polémica, de la cultura mexicana está ausente de las pantallas de la tv privada.

En conclusión la transformación de Canal 8 fue una coartada, Televisa creó un canal cultural para ponerse a cubierto, para manejar la imagen de servicio al televidente, para evitar males mayores: una concesión que se le escape, exigencias de parte de la sociedad y el Estado, una sorpresiva nacionalización. Y también, por qué no, para aumentar la sintonía de un canal y atrapar, antes que otros emisores, a un público que se le había escapado.

Esta transformación obedeció, por un lado, a la acumulación de críticas e impugnaciones a Televisa, y por otra a la política de expansión de la empresa. El consorcio ha sabido incluir en su proyecto cultural a una parte de la crítica. A través del canal 8 hasta los opositores más acérrimos de Televisa pudieron expresarse pero la empresa se encargaba de organizar, elegir los temas y hacer las preguntas.

Otro problema al que se enfrentaron con éste canal fue la

programación y las noticias que en su mayoría eran extranjeras, por lo que dejaron de lado a la cultura popular mexicana, entre otras cosas. Y lo poco que producía Televisa seguía sus mismos esquemas comerciales. La alegría del canal estaba depositada en los conductores jóvenes, quienes sin embargo se veían desinformados o superficiales. La cultura era algo muerto, objeto de culto. O es su opuesto: la posibilidad de obtener un beneficio. En general Televisa continuó con su concepción de la "alta cultura" como algo ajeno a la nación.

Pero en 1990 el tan pronunciado canal 9 o canal cultural cambió otra vez su programación para volver sin más al esquema comercial.

La nueva política de masas de Televisa se complementa con la diversificación en las actividades en las cuales el consorcio tiene participación directa (televiteatros, disqueras, editoriales, exportación de artistas y series), pero sobre todo, con el explícito propósito de incursionar en nuevos sectores de la política y la economía.

Las críticas habituales contra Televisa, suelen indicar que la programación del consorcio no es más que despolitizadora, mercantilista, proyanqui y anticonstitucional. Pero más que despolitizadora, la t.v. comercial ha sido beneficiaria de la pobrísima cultura política en el país. Porque querámoslo o no lo que Televisa ha hecho y ha dejado de hacer forma parte de la cultura mexicana contemporánea, de sus contenidos y de sus insuficiencias.

En realidad el uso educativo de los medios ha sido un mero paliativo ante la crisis del aparato escolar y las contradicciones sociales acumuladas en el país. Control político, hegemonía cultural y acumulación de capital son características que se repiten en el uso instructivo de la tv.

Porque la estructura de comunicación lejos de satisfacer las necesidades sociales de información ha venido conformando hábitos culturales e informativos degradados pero funcionales a su propia expansión, ha creado necesidades artificiales que satisface con los propios productos

que ofrece, esto es posible por factores que rebasan el terreno de la comunicación como un sistema político con una amplia base de masas, la cual participa marginal y subordinadamente, por un sistema de educación pública incapaz de generar hábitos culturales e informativos distintos y consistentes, que representarán una opción y un contrapeso al modelo privado hegemónico.

En la trayectoria educativa de los medios en nuestro país "no se ha respetado la variedad cultural, la soberanía y el derecho de autodeterminación de las naciones" porque 1. "se violenta nuestra cultura nacional, al importar indiscriminadamente productos y modelos educativos que responden a las necesidades y características culturales de otros países" con marcada dominación cultural y 2. "los mensajes educativos se diseñan, producen y difunden en el centro del país, en abierto atropello a la variedad cultural. Ambas situaciones responden a la tendencia histórica de los medios de comunicación en el capitalismo a homogeneizar violentamente hábitos, valores y costumbres de las diversas naciones, culturas y grupos, en beneficio del modelo transnacional de acumulación de capital".¹²

El Estado mexicano no ha podido contrarrestar los modelos transnacionales que difunde la televisión y la industria de la diversión y, por ello, la soberanía nacional está gravemente amenazada por la "invasión, no de ejércitos y territorios, sino de conciencias, hábitos, gustos y costumbres, por fuerzas que aspiran a la hegemonía cultural universal".¹³

Prueba de ello es la rama de servicios de televisión por cable de Televisa (Cablevisión) que se inició en 1969 y desde entonces se manejó en forma elitista, por el costo del servicio y porque sus emisiones eran en inglés sin subtítulos.

(12) Trejo, Delarbe, *Op. cit.* pag. 146

(13) Martín Reyes Vayssade, "La soberanía nacional, amenazada por la tv comercial", *Uno más uno* 28 junio 1986 p. 29.

El proyecto cultural de Cablevisión se ha dirigido a los grupos sociales que por su surgimiento histórico, por su posición económica y por su formación cultural resultaban más afines a la asimilación de valores y patrones norteamericanos.

Así, los sectores medios, que desde los años cincuentas rechazaron la cultura nacional y voltearon hacia el cine, la música y los programas de la tv. estadounidense, encontraron en cablevisión esa tendencia a distinguirse de otros grupos sociales.

El manejo cultural por parte de Televisa los ha llevado a incursionar en otros ámbitos que si bien no son parte de los medios de comunicación masiva les ha ayudado a continuar con su política cultural como los museos.

LOS MUSEOS

Antes de entrar de lleno en la creación del Museo Rufino Tamayo es pertinente considerar algunos aspectos sobre los museos en general.

La palabra museo proviene del latín *museum* y éste del griego *mouselon*, que significa lugar dedicado a las musas. Un museo es un lugar en que se guarda una colección importante de objetos de arte, ciencia, etc.

El origen de los museos actuales está en las colecciones reunidas por algunos príncipes y nobles renacentistas. Al desenterrarse los restos del mundo antiguo fue un símbolo de gloria, refinamiento y poder el reunir colecciones de antigüedades en los palacios, también surgieron las galerías de pinturas a la sombra de los mecenas; pero estas galerías podían ser admiradas sólo por un grupo de privilegiados.

En el siglo XVIII se proclamó que la Ciencia y el Arte eran patrimonio de la humanidad y se pasó de la propiedad privada al museo público. Así resurgió la idea de Marco Agripa de la Roma antigua de que las obras de arte debían ser de todos y por lo tanto todas debían gozar en la contemplación de su belleza.

Al principio los museos tenían un marcado carácter enciclopédico, luego a finales del siglo XVIII se enfocaron a alguna especialidad como la pintura, escultura, las ciencias naturales, etc., después a finales del siglo XIX con los avances técnicos, surgieron los museos de la Ingeniería y de la Industria, etc.

En la actualidad se ha pretendido dar carácter vivo a los museos, con un montaje a tono con los últimos avances técnicos, con proyecciones de diapositivas y cinematográficas, etc.

Aunque los museos y galerías del presente son presentados como abiertos a todo público, parece curioso, apunta Herbert I. Schiller, considerarlos como parte del sector público, porque históricamente estas Instituciones por lo general no han sido orientadas hacia el gran público. "Invariablemente financiados por mecenas millonarios y fundaciones, el museo ha servido como escaparate y celebración del orden establecido, pasado y presente".¹⁴

Según este autor las fuentes de financiamiento de los museos han cambiado sustancialmente. Al principio aunque los edificios de los museos fueran en honor o pertenecieran a la fortuna de alguien no se le daba publicidad a las empresas del homenajeado, como sucede en la actualidad, hoy es posible la utilización del museo por cualquier empresa que quiera promocionarse junto con cualquier exposición. Además a pesar de los orígenes adinerados de éste si era utilizado como un recurso público.

Ahora los museos han sido elegidos para convertirse en instrumental corporativo; ésto está sucediendo a nivel mundial, y está incluido en el apropiamiento de la expresión pública por parte de las grandes corporaciones.

El museo también "ha sido anexado a la industria de la conciencia",¹⁵ es decir, es escaparate de los muchas formas en que la conciencia es influenciada por los productos de las industrias culturales.

Esto es lo que en México ha instituido Televisa. La empresa siguiendo los parámetros de los grandes consorcios, sobre todo norteamericanos, se ha apropiado de una actividad que antes era exclusiva del sector público.

A partir de 1981 Televisa se inició, con el Museo Rufino Tamayo, en el

(14) Schiller, Herbert I., *Cultura, S. A. La apropiación corporativa de la expresión Pública*. Universidad de Guadalajara. México, 1993, p. 126

(15) *Idem*.

manejo de una institución históricamente pública de índole cultural. Pero cometió el error de asociarse con un artista que no compartía sus fines.

El hecho de que un grupo privado hiciera suyo un espacio cultural, en este caso un museo, trajo como consecuencia una nueva política cultural no muy alejada de las políticas comerciales que maneja Televisa.

MUSEO RUFINO TAMAYO

Cuando en 1946 Miguel Alemán inició su periodo como Presidente de la República Mexicana Fernando Gamboa entró al Instituto Nacional de Bellas Artes. En mayo de 1981 Miguel Alemán es nombrado presidente de honor de diversos grupos de la iniciativa privada, con fuerte autoridad económica (encabezado por Televisa y Grupo Alfa, y acompañado simbólicamente por representantes de Banamex y Comermex), quienes se unen con el fin de construir y administrar al museo Rufino Tamayo, sobrenombrado de "arte contemporáneo internacional". Y de nuevo Miguel Alemán llama a Fernando Gamboa quien entra al Museo Rufino Tamayo, después de renunciar ambiguamente al Museo de Arte Moderno, "donde en el curso de diez años no fue capaz de integrar un equipo que pudiera sustituirlo a la hora de su retiro",¹⁶

En 1946 Gamboa tuvo la suerte de tener como precedentes los trabajos de Roberto Montenegro, Francisco Díaz de León, Gabriel Fernández Ledezma, Carlos Mérida y Carlos Orozco Romero, que en materia de exposiciones y catálogos habían sido excelentes. Estos se realizaron en el Palacio de Bellas Artes, en la Biblioteca Nacional y en la Secretaría de Educación Pública, con bajísimos presupuestos, severa responsabilidad intelectual y pública, gran amplitud cultural en lo nacional y lo internacional y una vocación de progresista y generoso servicio popular que no supo de estrechos elitismos.

Raquel Tibol asegura que en 1981 Gamboa deja en el sector oficial de las actividades referidas a las artes plásticas, un ámbito esterilizado por su absolutismo, por sus caprichos, por su arribismo, por la falta de respeto profesional a sus más estrechos colaboradores y por su insensatez. "Para

(16) Tibol, Raquel. "Con Tamayo la iniciativa privada al poder cultural", *Proceso* No. 239 Junio de 1981. p. 44

contar con los trabajadores especializados del INBA durante el período de estructuración del Museo Tamayo, convirtió su salida del MAM en un taquicardio juego de sí-no, no-sí, que mañana, que pasado, que quién sabe, en este jueguito egocéntrico e individualista se le dejó desvalorizar la imagen del MAM, convertido temporalmente en el traspatio de donde habría de emerger 'la fresca presencia del arte contemporáneo internacional', donde ni todo es arte ni todo contemporáneo, sino más bien una revoltura con algunos, no pocos, altísimos picos y una confusa masa de calidades discutibles, integrada entre otras por varias de las 15 piezas que se muestran del propio Rufino Tamayo".¹⁷

El Museo de Arte Contemporáneo se construyó por deseo del propio Rufino Tamayo quien había reunido una gran colección de arte contemporáneo durante años. El quería mostrarla, por ello nació la idea de hacer un museo. Al principio el Gobierno mexicano se ofreció para donar el edificio pero al no ser esto posible la iniciativa privada asumió la responsabilidad.

El Museo Tamayo fue construido contra críticas y objeciones, en el lugar exacto en que el pintor quiso: Chapultepec a un lado del Museo de Antropología. En un primer intento el gobierno le negó el permiso; pero una vez que Televisa adoptó al pintor y su proyecto éste le fue concedido inmediatamente.

El hecho de que el gobierno dejara en manos de la iniciativa privada la construcción del Museo, abrió la crítica acerca de la orientación a futuro del arte y la cultura en el país.

Por un lado la idea fue bien recibida, según una encuesta realizada por la revista Proceso,¹⁸ porque respondía "a la iniciativa de un artista de indudable calidad y porque se abre una puerta más en medio de las

(17) Idem

(18) Morales, Sonia y Ponce, Armando. "Entre artistas dos posiciones contrarias: participación interesada. Aportación saludable", Proceso No. 239 Junio de 1981. p. 44
Para mayor información revisar apéndice 1

carencias culturales de México"; y por otro lado fue cuestionada la insuficiencia del gobierno para atender un área que hasta entonces le había correspondido casi de modo natural.

El edificio que alberga al museo en la Primera Sección del Bosque de Chapultepec, fue diseñado por los arquitectos Teodoro González de León y Abraham Zabludovsky quienes sólo conocían la lista de las obras de la colección de Olga y Rufino Tamayo. Aunque los arquitectos afirmaron haber visitado previamente, para lograr una concepción más adecuada y funcional, cuarenta museos de Estados Unidos, España, Holanda, Alemania Federal, Dinamarca, Inglaterra, Italia, India, Japón, Brasil e Israel, "el estilo final lleva la ya inconfundible marca de fábrica empleada por Zabludovsky y González de León en las oficinas centrales del Infonavit, en Barranca del Muerto, y en El Colegio de México, en el Ajusco".¹⁹

Una de las variantes más notorias consiste en los niveles y otra en los ventanales con marcos perfilados a 45 grados, hallazgo del arquitecto Brever en el Museo Whitney, de Nueva York. Por su altura y su masa no agrede al bosque y los grados fluyen a su alrededor casi sin interrupción, metiéndose hacia el interior por múltiples ventanas y tragaluces no visibles desde el exterior.

De acuerdo con las medidas de las obras consignadas en la lista de la colección (único argumento palpable durante la negociación), el museo requería 7,000 metros cuadrados de superficie construida; pero el patronato decidió afrontar sólo el costo de 4,500 m² sentados en una superficie de 2,800 m², cedida sin gravamen alguno (y por más de cien años, según Tamayo) por el gobierno del presidente López Portillo, el cual, no estuvo representada de manera alguna en el patronato.

En la inauguración del museo el día 29 de mayo de 1981 el pintor

(19) Raquel Tibol, *Proceso No. 239 Op. Cit.*

Rufino Tamayo y Margarita Garza Sada de Fernández (Grupo Alfa), presidenta del patronato, insistieron en que con el museo de arte contemporáneo Internacional se le hace un gran bien al pueblo de México porque -dijo Tamayo- se le abren nuevas puertas para que entren a la cultura superior, le permitirá tener una vida mejor desde el momento en que los integrantes del pueblo mexicano sean capaces de encontrar belleza en todas las formas posibles. Tal declaración fue muy criticada en especial por la periodista y especialista en arte Raquel Tibol quien la consideró una exageración sobrevalorada del arte "al suponer que en su goce plural el pueblo de México ('el gran pueblo de México', dijo la señora Garza Sada), aquejado por tantos problemas de desvalimiento y explotación, puedan llegar a esa vida mejor que tanto necesita".²⁰

Ante esto ella recordó las palabras dichas por Picasso en 1935: "No veo por qué se ha de interesar todo el mundo en el arte, pedirle sus credenciales y dar, en este tema, rienda suelta a su estupidez. Los museos son una colección de mentiras y la mayoría de los que se dedican al arte, unos impostores. Hemos añadido a los cuadros de los museos todas nuestras estupideces, nuestras equivocaciones y pobreza de espíritu, los hemos convertido en cosas miserables y ridículas. Nos hemos atado a una ficción". Y una de esas ficciones, la más absurda, es haber convertido a las piezas artísticas en valores con precios especulativos. Planteada como valor especulable y constante, la colección de Tamayo cambió en el curso de unos cinco años de 100 a 200 y, por fin, a 300 millones, mañana valdrá 400 o 500 millones, que serán custodiados con financiera "seriedad" por los grupos Alfa y Televisa.

Tamayo en su discurso dijo que la iniciativa privada había sentado un gran ejemplo y deseó fuera seguido por otras instituciones y personas con poder económico, así tendríamos un acervo cultural de máxima potencia. Según Raquel Tibol la aspiración era seguir el modelo cultural estadounidense, de prestigiar el poder económico al través de un

(20) *Idem*

Rufino Tamayo y Margarita Garza Sada de Fernández (Grupo Alfa), presidenta del patronato, insistieron en que con el museo de arte contemporáneo Internacional se le hace un gran bien al pueblo de México porque -dijo Tamayo- se le abren nuevas puertas para que entren a la cultura superior, le permitirá tener una vida mejor desde el momento en que los integrantes del pueblo mexicano sean capaces de encontrar belleza en todas las formas posibles. Tal declaración fue muy criticada en especial por la periodista y especialista en arte Raquel Tibol quien la consideró una exageración sobrevalorada del arte "al suponer que en su goce plural el pueblo de México ('el gran pueblo de México', dijo la señora Garza Sada), aquejado por tantos problemas de desvalimiento y explotación, puedan llegar a esa vida mejor que tanto necesita".²⁰

Ante esto ella recordó las palabras dichas por Picasso en 1935: "No veo por qué se ha de interesar todo el mundo en el arte, pedirle sus credenciales y dar, en este tema, rienda suelta a su estupidez. Los museos son una colección de mentiras y la mayoría de los que se dedican al arte, unos impostores. Hemos añadido a los cuadros de los museos todas nuestras estupideces, nuestras equivocaciones y pobreza de espíritu, los hemos convertido en cosas miserables y ridículas. Nos hemos atado a una ficción". Y una de esas ficciones, la más absurda, es haber convertido a las piezas artísticas en valores con precios especulativos. Planteada como valor especulable y constante, la colección de Tamayo cambió en el curso de unos cinco años de 100 a 200 y, por fin, a 300 millones, mañana valdrá 400 o 500 millones, que serán custodiados con financiera "seriedad" por los grupos Alfa y Televisa.

Tamayo en su discurso dijo que la iniciativa privada había sentado un gran ejemplo y deseó fuera seguido por otras instituciones y personas con poder económico, así tendríamos un acervo cultural de máxima potencia. Según Raquel Tibol la aspiración era seguir el modelo cultural estadounidense, de prestigiar el poder económico al través de un

(20) *Idem*

mecenazgo deducible de impuestos, modelo que corresponde a la transnacionalización de capital monopólico. En ese modelo Tamayo no sería un generoso donante de una importante colección, sino un intermediario de una operación de recambio estratégico, a raíz de la cual los empresarios pasarían a ocupar el lugar de máximos propulsores de una cultura que, por los ejemplos que a diario da Televisa, no sería ni popular ni democrática.

La ceremonia de inauguración fue breve y se caracterizó por la mudez total del Primer Mandatario, quien ni siquiera quiso pronunciar las palabras rituales que se acostumbra en semejantes ocasiones. Aunque en el presidium se ubicó al secretario de Educación, se hizo por demás evidente la ausencia de Juan José Bremer, director del Instituto Nacional de Bellas Artes, organismo que los alfos y televisos quisieran poner a su servicio y que ha dado terco y eficaz batalla por una circulación cultural defensora de identidades e intereses populares, con un programa de convenios internacionales como nunca antes se habían conocido.

También fue notorio que Tamayo, después de haber pedido de manera rotunda y casi autoritaria el Premio Nacional de Artes 1980 para Fernando Gamboa, no pronunciara en su discurso palabra alguna de reconocimiento hacia el museógrafo, pieza decisiva en el proyecto del nuevo museo.

A pesar de que varios artistas mexicanos tuvieron el encargo-beca de la Fundación Cultural de Televisa como Rafael Coronel, Francisco Corzas, Alberto Gironella y Juan Soriano, ninguno de ellos fue parte de la colección.

El interés de Tamayo, perseguido desde el fin de la segunda guerra mundial, era darle la puntilla en su propio terreno al movimiento plástico mexicano contemporáneo, ligado en imagen y expresamente a los más candentes intereses populares de México y Latinoamérica. Sin unión a partidos políticos o grupos sociales.

Cuando Tamayo logró instalar su valiosa colección en el corazón histórico y cultural de la ciudad de México y del país Televisa queriendo

quitarse el estigma de un estilo populachero y a veces grotescamente inculto, decidió tomar por su cuenta la difusión del arte en la ciudad de México. La primera exposición especial lograda fue *Los picasso de Picasso*. "Para atraer al público, solamente desplegó su inmensa maquinaria publicitaria. Planas enteras en los diarios, diario. Y la planta de televisión avisándonos de las maravillas que nos aguardaban en el museo gracias a la generosidad de la empresa. Un final apoteótico: globos, marlachs, transmisiones en directo y a todo color. Ni modo, el estilo 'siempre en domingo' no pudo dejar de notarse".²¹

Y por supuesto, dice Florence Toussaint, todo acompañado por los modestos y siempre atinados comentarios de Zabłudowsky: "la exposición más importante que ha habido en México en los últimos años". Según estas palabras, el Instituto Nacional de Bellas Artes debía tomar nota: las exposiciones homenaje a grandes pintores nacionales, las obras del museo del Hermitage, la muestra de pintores expresionistas, etc. palidecen por completo ante la exposición más importante habida en México.

En todas las exposiciones del museo se contó con la difusión de los medios televisivos, de prensa y radio.

Hubo quienes ya decían que las oficinas de la SEP estaban en la calle de Chapultepec, y las del Instituto Nacional de Bellas Artes junto a las instituciones públicas de cultura en el Museo Tamayo.

A Toussaint en su crítica le parece imposible negar que es un avance que Televisa patrocine exposiciones de pintura en lugar de concursos. También que en todos los países desarrollados la empresa privada destina parte de sus ganancias a apoyar ciertas muestras de cultura. Lo que le molesta no es la nueva veta culta del monopolio, ni su repentino afán por ofrecernos minúsculas muestras de "lo mejor de la música, la danza o la pintura". Sino la actitud prepotente de un grupo de empresarios que no

(21) Toussaint, Florence. "La cultura por Televisa", *Proceso* No. 331 21 de marzo de 1983

sólo transforman en oro todo lo que tocan, sino que tienen el aplomo de afirmar que lo que ellos están haciendo hoy, después de casi treinta años de estupidizar a sus espectadores, es "lo más importante". Lo que pesa de su nuevo programa cultural no es lo extenso, bueno o plural sino más bien lo tupido de una publicidad que multiplica en apariencia lo que son eventos menores.

También parece criticable la poca coherencia. Por un lado Beethoven, Picasso y por el otro telenovelas, Menudos y comerciales.

Televisa ha despreciado siempre las manifestaciones culturales en México. O al menos han estado ausentes de sus pantallas. Y esa tendencia sigue prevaleciendo. Se trata de traer y promover a pintores extranjeros, ya consagrados de preferencia. Queda a un lado aquello fuera de ciertos estándares.

La auto publicidad de Televisa provoca al mismo tiempo la exclusión de las demás manifestaciones culturales. No importa que estén en galerías veinte exposiciones, las únicas que reciben difusión masiva son las del monopolio. El público tiene noticia reiterada de unas y poca o ninguna de las demás. Y junto con ello la audaz declaración de un aficionado que habla y concede magnificencias como si fuera un experimentado crítico de arte. Todo ello es posible porque para Televisa no existe la duda, ni la relatividad. Su propia visión de la realidad es lo absoluto.

AZCARRAGA CONTRA RUFINO TAMAYO

El 16 de Octubre de 1985 cuatro años después de la apertura del Museo Rufino Tamayo la esposa de éste denunció que el museo que lleva el nombre del pintor en la capital mexicana, construido para albergar la colección de pintura contemporánea que donó al pueblo de México, había sido "virtualmente incorporado a la Fundación Cultural Televisa y transformado en una galería de tercera clase"²².

La colección de arte contemporáneo internacional (pintura y escultura) estuvo colgada, en parte, ya que no cabía en su totalidad, en el Museo Internacional Rufino Tamayo, durante el año de apertura del local que fue construido con ese objetivo: mostrar permanentemente la colección patrimonio del pueblo de México.

Posteriormente al cambiar la concepción del museo, de acuerdo al manejo de la Fundación Cultural de Televisa, las obras donadas por los Tamayo se esfumaron.

En el Museo Tamayo no se encontraban pues en su bodeguita (pequeña falla de los arquitectos que descuidaron el detalle) no cabían. Se especuló sobre la posibilidad de que estuvieran guardadas en las enormes bodegas de Televisa de San Angel.

Se suponía que la colección no iba a rotarse, sino permanecería en el lugar de su colección, de la misma manera que se hizo con la docena de obras de Rufino Tamayo que se muestran en su museo.

La colección que reunía alrededor de 300 artistas plásticos de renombre internacional, era propiedad de la nación, y estaba manejada por un

(22) "Televisa se apropia del Museo tamayo: Olga" *La Jornada* 16 de octubre de 1985 p. 25
Revisar apéndice 2

patronato.

Este patronato llamado Fundación Rufino Tamayo, se conformó por Olga y Rufino Tamayo, Margarita Garza Sada, Amparo Espinosa, Juan Morales Dorla, Miguel Alemán padre e hijo, Emilio Azcárraga, José Barroso Chávez, padre e hijo y algunos socios más, quienes a través de las asambleas debían determinar el manejo del museo.

Durante una de las reuniones efectuadas en ausencia de Olga y Rufino Tamayo, quienes para el caso habían otorgado poder para representarlos en la asamblea, se determinó que la Fundación Cultural Televisa sería la única responsable de lo concerniente al manejo administrativo y actividades del museo, y cargaría con los gastos de operación del mismo.

Después de eso no se volvieron a celebrar asambleas, ni se sometió el programa cultural de actividades del museo a la consideración del patronato. Así continuaron las exposiciones y manifestaciones artísticas, de acuerdo a los deseos de quienes se habían apropiado el manejo del museo, sin consultas de ninguna especie con los Tamayo principalmente, ni con otros miembros que no fueran Emilio Azcárraga y los que él había asignado.

Una de las primeras medidas de la Fundación Cultural Televisa fue retirar la colección permanente para dar cabida a exposiciones temporales muy variadas, lo que iba en contra de lo establecido en la escritura de la Fundación Tamayo: en el museo se daría cabida en un local específico a exposiciones temporales. De esta manera, durante dos años, las obras de colección permanente no volvieron a verse, ni se conocía el paradero de las mismas.

Algunos meses después de la denuncia y ante la presión de la prensa, se declaró que la colección se mantenía en la bodega del museo, lo que resultaba inaudito, pues además de ser una colección propiedad de la nación, era considerada una de las más importantes de América Latina. Por otra parte, esto no coincidía con la idea fundamental de la concepción

del Museo Tamayo.

Cuando el pintor oaxaqueño protestó ante el manejo del museo entró en conflicto con el dueño del consorcio televisivo, Emilio Azcárraga. El origen del problema, según Tamayo fue que Azcárraga quiso absorberlo "un poco como ha pasado con otras gentes. Yo no necesito que me patrocine ninguna corporación de ninguna especie. Y resulta que él me llamó una vez y me dijo tú ya entregaste tu colección, tú ya no te metas en nada".²³

Tamayo decía ser el socio mayoritario de la asociación civil encargada de vigilar el funcionamiento del museo, pero ésta también fue destruida.

El asunto pasó a manos de la Secretaría de Educación Pública desde mediados de 1985. El 11 de abril de 1986 el presidente de la República Miguel de la Madrid hizo una exhortación a título personal para que la colección donada por Tamayo se exhibiera en el museo completa y pronto.

Finalmente el 23 de mayo de 1986 el grupo televisa, a través de su programa 24 horas, dio a conocer la noticia de que la Fundación Cultural Televisa, se retiraba del Museo de Arte Contemporáneo Internacional Rufino Tamayo.

También se informó que por acuerdo del presidente de la República el museo iba a formar parte del patrimonio nacional a través de la Secretaría de Educación Pública. Con esto Televisa renunció a la concesión estatal por 100 años para administrar al Museo.

Como justificación Televisa argumentó que desde 1982, tras el retiro del grupo alfa, Televisa había hecho grandes esfuerzos para sufragar los

(23) "Televisa Devolvió el Museo Tamayo y evitó el escándalo. Ahora la SEP deberá mantenerlo", *Proceso* 26 de mayo de 1986, págs. 44 y 45.
Revisar apéndice 3

gastos de administración del museo, y lo hicieron de la forma que habían creído más conveniente. Aunque no mencionó que la inversión en promoción y difusión cultural es deducible de impuestos.

Más adelante Miguel Alemán Velasco expresó que era "muy difícil manejar un museo y más si lleva el nombre de un pintor. Si el pintor quiere manejarlo con su estilo, pues entonces que él se haga cargo del museo".²⁴

De ésta forma Televisa se deslindó del Museo Rufino Tamayo y almacenó por algún tiempo su proyecto de promoción del arte, mientras, sus medios de comunicación masiva se dedicaron por completo a la publicidad del campeonato mundial de futbol, con lo cual distrajeron al público y una vez olvidado el problema del museo se dieron a la tarea de armar una nueva campaña ésta vez en favor de su Centro Cultural Arte Contemporáneo con lo cual dieron continuidad a su proyecto cultural.

(24) *Idem.*

CAPITULO III

CREACION DEL CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORANEO

CENTRO INTERNACIONAL DE PRENSA

La influencia de la empresa Televisa ha llegado a casi todos los aspectos de la vida nacional y uno de ellos es el deporte en donde ha hecho del futbol todo un espectáculo y negocio.

Fue precisamente gracias a este deporte que Televisa tuvo una magnífica coartada para la creación de su centro cultural.

En 1986 se realizó en México el Campeonato Mundial de Futbol organizado por la Federación Internacional de Futbol (FIFA), el gobierno mexicano y Televisa.

Para la transmisión mundial de los partidos se creó la empresa Tele-México, encargada de producir y generar las señales de audio y video de todos los juegos, para su transmisión a 150 países. Esta empresa quedó integrada por Televisa con un 75 por ciento y el gobierno con 25 por ciento y fue presidida por el director de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación.

Pero aunque el presidente de Tele-México fuera un representante del gobierno quienes realmente dirigieron a la empresa fueron la mayoría es decir Televisa.

La primera junta del consejo administrativo de la empresa Tele-México 86, S.A. se efectuó con el nombramiento del presidente y consejeros, así como el planteamiento de objetivos de transmisión durante el mundial de futbol, y la prestación de servicios adicionales, según boletín de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía.

Por acuerdo de asamblea se nombró como presidente del consejo administrativo a Jesús Hernández Torres; como consejeros a Amalia Gómez Zepeda, de Televisa; Juan José Páramo y Rolando Bonn López, de la

Secretaría de Programación y Presupuesto; Pablo Marentes y Carlos Enríquez, de Imevisión, Rafael Reséndiz y Arturo López Huerta de la Secretaría de Hacienda, Alejandro Sada y Emilio Díez Barroso, de Televisa, Alberto Saldaña Harlow, de la Secretaría de la Contraloría; y Mario Saizar Hernán, como comisarios de la sociedad, fungiendo como secretario Jorge Kanawati, de Televisa.

Con lo cual es evidente el estrecho vínculo entre Televisa y el gobierno mexicano quienes se prestaron al juego de la empresa televisora.

Por otro lado el Comité Organizador del Mundial 86 no contaba con miembros del gobierno. El presidente era Guillermo Cañedo, un empresario muy conocido en la Organización Televisora de Iberoamérica (OTI), en Televisa, gerente de la Federación Mexicana de Fútbol, propietario de equipos, etc. Junto a él estaba el presidente de la Federación Mexicana de Fútbol, Rafael del Castillo, que según su trayectoria era un fiel seguidor de Cañedo.

Televisa construyó el Centro de Radio y Televisión dentro de sus instalaciones sin ingerencia del Comité Organizador. Pero para el Centro Internacional de Prensa del Mundial 1986 el Comité pidió el respaldo de Emilio Azcárraga. El apoyo fue absoluto por parte de éste, quien prestó dinero para la construcción. Según Cañedo, el inmueble iba a ser vendido posteriormente para pagar la deuda.

El Centro de Radio y Televisión contaba con servicios lucrativos como el alquiler de oficinas, copiado, o una cámara en el estadio para tomar a un jugador en especial pero este negocio no era exclusivo de Televisa ya que canal 13 también podía hacerlo.

Según un documento en posesión del diario *La Jornada*, el plano del Centro Internacional de Prensa contaba con cuatro pisos sobre el nivel de la calle y otros cuatro subterráneos. El edificio fue elaborado para "optimizar" la circulación vertical por medio de tres pares de escaleras eléctricas

y dos elevadores, concentrando en los niveles inferiores las actividades de mayor volumen y reservando los superiores para las más especializadas en una área de construcción de 16 mil metros cuadrados. El proyecto, dirección arquitectónica de la obra y el diseño de interiores estuvieron a cargo de Sordo Madaleno y Asociados, S.C. y fue terminado en un tiempo récord (nueve meses) con un precto de mil 500 millones de pesos y la utilización de 900 mil horas-hombre.

"Cuando vean este centro, cuando vean todas las facilidades que se le están dando y se le darán a la prensa, ustedes mismos se van a dar cuenta de que en ninguna parte del mundo se había realizado algo semejante. Es más, creo que ni siquiera en el próximo Mundial se va a dar algo así. Y pasa lo mismo con el Centro de Radio y Televisión..."

La inauguración del Centro Internacional de Prensa fue hecha por el mismo presidente de la República Miguel de la Madrid Hurtado el 13 de diciembre de 1985, estuvieron presentes Joao Havelange presidente de FIFA, Guillermo Cañedo, Emilio Azcárraga Milmo y Miguel Alemán.

El Centro contó con servicios que iban desde el revelado de rollos y videoteca hasta bancos y renta de automóviles. Tenía una sala para periodistas con 450 máquinas de escribir, un sistema computarizado llamado Amigo, el cual contenía información sobre México y sobre el futbol; una sala de teléfonos con más de 100 cabinas; sala de télex y telefacsímil; salas de proyección y una sala de servicios electrónicos de información en general e información turística.

El día de la Inauguración Emilio Azcárraga calificó el inmueble como el mejor y más grande del mundo aunque, como él comentó, "qué puedo decir yo si nosotros lo construimos" ²

-
- (1) Márquez C, Ramón. Guzmán, Sergio. "Recuperar lo gastado, meta en el mundial. Cañedo: Televisa no es antinacionalista." *Uno más uno*, 26 de abril de 1985, p. 29
- (2) Caballero, Alejandro, *La Jornada*, 14 de diciembre de 1985, p. 27

Poco antes de iniciar el encuentro futbolístico se debatió en la Comisión Permanente de la Cámara de Diputados la ingerencia de Televisa en la organización de éste ya que se decía que todas las regalías que se iban a obtener del mundial iban a pasar a manos de Televisa, incluyendo la propiedad del Centro Internacional de Prensa.

Los defensores de Televisa, entre ellos Guillermo Cañedo, dijeron que el interés primordial de la nacionalista Televisa era promocionar a México a nivel internacional: "es una empresa que conoce a fondo el medio de difusión, que entiende la importancia de promover la imagen y el nombre de México por todo el mundo durante tres años".³

Claro que también iban a buscar recuperar lo gastado.

Como dijo Azcárraga "el futbol es la disculpa para demostrar que tenemos cosas importantes, y no sólo me refiero a edificios modernos, sino al trabajo artesanal del mexicano, por eso adornamos con ese tipo de trabajos las paredes de este centro..."⁴

Una vez pasado el mundial el CIP se convirtió en centro comercial y después en un recinto cultural lo cual seguramente ya estaba planeado en las mentes de los altos dirigentes de Televisa. De hecho el campeonato de futbol le sirvió a Televisa para minimizar el problema entre Emilio Azcárraga y Rufino Tamayo y la entrega del museo de éste último al gobierno mexicano ya que durante el tiempo que duró el pleito la empresa se encargó de inundar al público con noticias futbolísticas.

Así, una vez terminado el campeonato, pocas personas recordaban lo sucedido con el Museo Rufino Tamayo y pareció lógico que Televisa aprovechara un edificio utilizado para un evento pasajero para la creación de su Centro Cultural.

(3) Márquez, C. *op. cit.* 26 de abril de 1985, p. 29

(4) Caballero, Alejandro, *op. cit.* 14 de diciembre de 1985, p. 27

Para ésto Televisa contó con su aparato publicitario el cual se encargó de mostrar a este "nuevo" Centro Cultural como algo único y original sin antecedentes en la vida cultural mexicana.

INAUGURACION DEL CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORANEO

En cuanto Televisa regresó al Estado mexicano el Museo Internacional Rufino Tamayo -luego de una larga serie de denuncias del artista oaxaqueño en el sentido de que Emilio Azcárraga, del consorcio televisivo, no cumplió con el decreto de acervo y cuidado de la obra donada al "pueblo de México"- ésta se puso a trabajar en lo que sería su nuevo espacio cultural.

La idea fue manejada a través de la Fundación Cultural Televisa constituida en 1976, la cual contaba en su Consejo Consultivo con Antonio Carrillo Flores, Andrés Henestrosa, Gustavo Baz, José Luis Martínez, Francisco Monterde, Enrique González Casanova, Salvador Zubirán, Silvio Zavala, Carlos Graef Fernández y Francisco López Cámara.

Televisa por medio de la Fundación formó parte del Instituto de Estudios y Documentos Históricos, y tenía la experiencia de haber creado el Museo de la Fotografía, y el ya mencionado Museo Tamayo.

El proyecto titulado "Centro cultural 2001" debía albergar parte de su acervo artístico y servir para la difusión de lo que ellos consideran actividades culturales, que no se circunscribían en la pintura y la escultura, sino que incluían a las artes escénicas, entre otras.

Al principio se habló de un lugar por el sur de la ciudad pero finalmente, aprovechando lo dejado por el Mundial de Fútbol, se utilizaron las que fueron las instalaciones del Centro Internacional de Prensa que precisamente se encontraban en la misma zona del Bosque de Chapultepec donde está el Museo Tamayo, el Museo de Arte Moderno del INBA y el Museo Nacional de Antropología de la SEP.

El Centro Internacional de Prensa fue reacondicionado para albergar un número importante de obras, una librería y un espacio destinado a las artes escénicas para conformar el Centro Cultural/Arte Contemporáneo

de la Fundación Cultural Televisa, A.C., el cual fue inaugurado el jueves 30 de octubre de 1986.

En esta ceremonia estuvieron presentes el Lic. Miguel González Avelar, Secretario de Educación pública, Rómulo O' Farrill Jr., Miguel Alemán Velasco Y Emilio Azcárraga, es decir, los altos dirigentes de Televisa y un funcionario del gobierno. Esto fue muy importante porque demostró el apoyo del gobierno mexicano hacia la empresa privada, ya que no fue cualquier representante sino precisamente el secretario de educación pública con lo cual se evidenció que el problema del Museo Rufino Tamayo había quedado en el olvido.

Con éste acto el sector público, encargado de difundir la cultura en México, dio su aprobación a Televisa como difusor cultural.

El recinto abrió sus puertas al público en general el viernes 31 de octubre.

Las modificaciones consistieron en la cancelación del que antes era centro de cómputo en la planta baja del edificio, para dar paso a una gran obra mural y la cancelación del balcón en el piso (segundo), para dar cabida a la colección fotográfica reunida por Manuel Álvarez Bravo y que antes dio origen al Museo de Fotografía, presidido por él mismo.

En el nuevo complejo artístico ubicado en Campos Elíseos a espaldas del Paseo de la Reforma se ratificó como director a Robert Littman, quien estuvo hasta el 15 de agosto de ese mismo año a cargo del Museo Rufino Tamayo, manejado también hasta esa fecha por la Fundación Cultural Televisa, por lo que el estadounidense continuó con la dirección del creciente acervo de la Fundación.

De este centro esperaban, según palabras del propio Robert Littman, que fuera "más excitante y práctico (que el Museo Tamayo), lo suficientemente flexible para abarcar a todas las artes escénicas así como visuales,

e integrar las crecientes colecciones de la Fundación".⁵

El 30 de octubre fue inaugurada únicamente la sección correspondiente al arte contemporáneo, o sea la planta baja y el primer piso, (el resto del edificio continuaba en adaptación), con las exposiciones del *Altar de Muertos* de Cristina Bremer en homenaje a los choferes de taxis y autobuses de la ciudad de México; la muestra fotográfica *Los antiguos reinos de México*, de Armando Salas Portugal, en sus cincuenta años de fotógrafo y la colectiva *Memento Morti* integrada por una "visión Internacional" y una "visión nacional" de la muerte.

Memento Morti contenía pinturas, fotografías, esculturas y objetos de artistas extranjeros como Andy Warhol, Irving Penn, John Hedjuk, Joel Peter Witkin, Arnulf Rainer, Phillippe Favler, Italo Scanga y Aldo Rossi, entre otros y mexicanos o residentes en nuestro país como José Guadalupe Posadas, Frida Khalo, Nahum B. Zenil, Alberto Gironella, Ramón Marín, Eloy Tarciso, Reynaldo Velázquez y Gerardo Suter, entre otros.

No era una crítica a los excesos sensuales como en la tradición cristiana y sus advertencias de preparación para el momento de rendir cuentas a Dios, sino un *mortí* contemporáneo, "visión individualista de artistas mexicanos y extranjeros que utilizan la muerte como recurso iconográfico en sus obras, sin ser necesariamente moralizante".⁶ Complementaron esta obra Rafael Doniz, Hello Montiel, Alejandro Arango, Manuel Alvarez Bravo, Gerardo Suter, José Castro Leñero, John Baldessari, Vernon Fisher, George Krause, Francesca Woodman, Robert Morris y León Golub.

Por su parte, la colección fotográfica de Armando Salas Portugal, *Los*

(5) Cobarrubias, Miguel. Abelleira, Angélica. "Inauguración del museo el 30 de octubre. Ratifica televisa a Littman para dirigir su centro de arte". *La Jornada* 1 de octubre de 1986, p. 21

(6) Arístides, Brenda. "Inauguración el 30 de octubre. 3 colecciones en el Centro cultural Televisa". *Uno más uno*, 30 de octubre de 1986, p. 23

antiguos reinos de México estaba integrada por alrededor de 170 imágenes de santuarios, estelas y centros ceremoniales del país. Era un proyecto iniciado en 1942 y logrado por medio de largos viajes a las zonas arqueológicas. Este trabajo paisajístico y arquitectónico del fotógrafo mexicano fue calificado como una visión "romántica" de nuestros vestigios arqueológicos porque según el mismo Salas, "estas ruinas son el eterno retorno a los orígenes".

El *Altar de Muertos* de Cristina Bremer estuvo compuesto por objetos cercanos a los 'ruleteros': muñequitas desnudas y un zapato que se cuelga del espejo retrovisor; calcomanías tanto de la Guadalupeana como de *Mickey Mouse* en la defensa del taxi; y una enorme serie de calaveritas con nombres. La figura central es un chofer que, retratado por Otto Sirgo, se 'ilumina' con una aureola (de luz neón) parecida a la de la Virgen de Guadalupe.

Para Bremer lo importante del altar era la estructura física a la cual iba a integrar a los automóviles y sus sonidos, siguiendo la tradición popular de emplear objetos personales.

Con éstas exposiciones inició sus funciones el nuevo Centro Cultural "en apoyo al campo de la cultura".⁷

Con esto Televisa continuó con la política cultural iniciada con el Museo Rufino Tamayo el cual sirvió como experimento al consorcio Televisa.

En esta política juegan un papel muy importante los medios de comunicación masiva. Desde su misma concepción el Centro Cultural fue tratado como un producto comercial al ser promocionado a través de los medios masivos con medias planas y páginas completas en periódicos,

(7) Abelleira Angélica. "Anoche inició funciones el Centro Cultural Televisa". *La Jornada*, 31 de octubre de 1986, p. 33

FUNCIONAMIENTO DEL CENTRO CULTURAL ARTE CONTEMPORANEO

El edificio del Centro Cultural Arte Contemporáneo de cuatro pisos en concreto color rosado fue diseñado por los arquitectos mexicanos Sordo Madaleno y Asociados en forma de atrio coronado por cuatro grandes tragaluces que permiten el paso de luz natural indirecta.

De un total de 5 mil 500 metros cuadrados se dispusieron 2 mil 500 para las exposiciones de arte del siglo XX tanto temporales como de la colección permanente que ocupan parte de la planta baja, primer piso y mitad del segundo que es compartido con la colección de fotografía.

El tercer piso es ocupado por el recinto prehispánico y las oficinas del centro cultural.

Además de las salas de exposición este enorme complejo artístico cuenta con una biblioteca de bellas artes contemporáneas y un fondo documental computarizado que abarca la historia, la geografía, el arte y la cultura de México, abiertos a estudiantes y público especializado de diversas instituciones, así como un espacio para teatro, cine, danza, conciertos, lecturas y conferencias; una sección de servicios educativos aplicados para niños y adultos; una sala permanente de audiovisual; una tienda de libros, revistas, tarjetas y toda clase de objetos artísticos que van desde los artesanales hasta los industriales y un guardarropa.

La entrada al público es de martes a domingo, de 10 a 18 horas. El Centro tiene el servicio de visitas guiadas para las cuales los requisitos son: reunir un mínimo de 20 personas y un máximo de 40 y concertar cita 15 días antes. El servicio de biblioteca se da de martes a viernes, de 10 a 14 y de 16 a 18 horas. Esta se inició, según ellos mismos, con un acervo de 4 mil ejemplares entre libros, revistas y catálogos. Asimismo, se tenía planeado contar con un archivo de información hemerográfica de las exposiciones que sobre arte contemporáneo se han realizado en los últimos años. Sin

embargo dicho archivo nunca ha funcionado ya que ni siquiera cuentan con información de sus propias exposiciones a excepción de sus escuetos boletines de prensa y algunos folletos de venta en la tienda. Por otra parte el material ahí prestado no puede ser sacado de la sala ni fotocopiado.

Con el apoyo de la agencia AMIGOS trabaja un banco de datos creado con el propósito de "dar a conocer a México internacionalmente". Para ello se sirvieron del sistema de cómputo utilizado en el Campeonato Mundial de Fútbol en el que se da información "sobre todos los aspectos culturales de México: la época prehispánica, de la Colonia, siglo XIX y XX". Aunque en realidad si usted acude solicitando material cultural sobre México y cuenta con la suerte de encontrar el tema de su interés lo más seguro es que éste venga en videos producidos por Televisa y narrados por Octavio Paz.

A partir de 1987 existe una *Sala de Niños* haciendo las funciones de Centro de Iniciación Artística para estudiantes de primaria, con talleres de teatro, pintura y otras manifestaciones para que los menores "se vayan iniciando en la apreciación del arte contemporáneo".⁸

Los cursos, que son lucrativos, se programan para iniciar en épocas de vacaciones escolares, en el caso de los infantiles. Epoca en la que el museo ha permitido la entrada gratuitamente a sus instalaciones.

Para los adultos se han creado cursos semestrales que varían en cuanto a precios y horas semanales. Por ejemplo en el semestre de febrero a junio de 1994 el curso de fotografía se dió de lunes a viernes en dos horarios de 10:00 a 2:00 y de 4:00 a 6:00 p.m. y fue impartido por el maestro Rafael Serrano con un costo de N\$ 750.00. Con el mismo costo se impartió el curso de video artístico, pero sólo los días sábado de 10:30 a 13:00 hrs.

(8) Cobarrubias, Miguel. *op. cit.* 1 de octubre de 1986, p. 21

De un sólo día semanal también fue el curso de pintura de 5:00 a 7:00 pm. los días miércoles costando N\$ 500.00.

Los temas de los seminarios varían dependiendo del éxito de los cursos anteriores.

Con esto son más que evidentes los fines lucrativos que persigue Televisa al promocionar la cultura como uno de sus objetivos.

Desde su inauguración el Centro Cultural contó con diversas colecciones: la de arte contemporáneo internacional y nacional de pintura, escultura, gráfica y artes decorativas entre la que se encuentran trabajos de José Luis Cuevas, María Izquierdo, Frida Khalo, Diego Rivera, Abel Quezada, Jasper Johns, Robert Rauschenberg, Isamu Noguchi, David Hockney, Ellsworth Kelly, Anselm Kiefer y Karl Lagerfeld.

La colección fotográfica reunida por Manuel Alvarez Bravo durante seis años (anunciada como la más grande de América Latina) con alrededor de mil 400 fotografías, desde aquellas de los primitivos anónimos hasta el trabajo más o menos reciente de jóvenes mexicanos y extranjeros tanto en blanco y negro como en color. Desde el daguerrotipo hasta la polaroid, la colección cuenta con obra del propio Alvarez Bravo, Rafael Doniz, Graciela Itubide, Héctor García, Kati Horna, Robert Adamson, Eugene Atget, Julia Margaret Cameron, Edward Weston, Henri Cartier Bresson, Franco Fontana y Man Ray, entre otros.

Finalmente, la colección de arte prehispánico reunida por la Fundación Cultural Televisa, A.C., con más de 400 piezas de los periodos del preclásico y posclásico de la civilización mesoamericana. Objetos (esculturas, vasijas, máscaras, estelas y silbatos) provenientes del área geográfica mexicana que se extiende de los estados de Nayarit a Yucatán.

En el Recinto Prehispánico destaca el llamado *Códice Televisa* (así llamado por ellos), hermoso lienzo datado por medio del método de ter-

moluminiscencia y fechado en la segunda mitad del siglo XVI, hacia 1550, se anota en un catálogo impreso por la Fundación Cultural Televisa para dar a conocer las características de su Recinto Prehispánico.

La posesión de obras artísticas desde hace varias décadas a tomado auge no por su valor artístico sino como inversión redituable. Prueba de esto son las famosas subastas que se realizan en todo el mundo en donde algunas obras han alcanzado precios exorbitantes, por ello se ha llegado a considerar como una buena inversión el tener obras de arte.

Para montar las exposiciones cuentan con el apoyo y "generosa aportación" de distintas empresas de índole diversa como American Express Company (México), Asociación Inbursa, Casa de Bolsa Inverlat, Casa Pedro Domecq, Cervecería Modelo, El Herald de México, Grupo Industrial Bimbo, Grupo Nacional Provincial Seguros, Grupo Gutsa, Nestlé, Seguros América, Tequila Sauza, la misma Televisa, etc.

Todas estas empresas que pertenecen a la iniciativa privada mantienen lazos comerciales con Televisa y se anuncian a través de ella. Así, Televisa obtiene apoyo económico y ellas promoción a sus productos.

También son frecuentes los patrocinadores personales como Paula C. de Azcárraga, Laura Diez Barroso de Laviada (Directora de la revista *Eres*), Margarita Garza Sada de Fernández, etc. quienes son integrantes de las familias oligárquicas dueñas del complejo Televisa.

Y para que el esfuerzo de estas empresas no pase desapercibido en cualquier exposición nos podemos encontrar, en donde sea pero muy visible, los logotipos o marcas de los productos de dichas empresas, lo cual ha sido muy criticado desde el Museo Rufino Tamayo, pero que tiene su razón de ser.

En este modelo cultural hay una estrecha relación entre lo que se exhibe como cultura en el museo y lo que se anuncia en los canales de

Televisa por lo que es un modelo cultural ligado al mercantilismo.

No está por demás decir que el Centro Cultural Arte Contemporáneo cuenta con todo el apoyo del sistema Televisa. Publicidad en periódicos, revistas, radio y televisión, siendo éste último medio en donde es más evidente el privilegio, en primer lugar porque es el único museo de todo el país que anuncia sus muestras a través de él, sin permitir la entrada a otras opciones, además de los comentarios y reportajes que le dedican a sus exposiciones tanto en programas noticiosos como en programas de entretenimiento.

Las muestras sirven a Televisa para comercializar algunos productos inherentes a las mismas, tanto como a los autores de éstas.

También se ha valido de ellas para poner en circulación libros como la "Colección de arte prehispánico" y el de la obra de Pablo Picasso.

El problema de ésta comercialización es que en muchas ocasiones involucran a artistas sin su consentimiento como en el caso de Luis Barragán?

(9) Revisar apéndice 4

CAPITULO IV

LOS CONTENIDOS DEL CENTRO CULTURAL Y SUS POLITICAS

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

El Centro Cultural apareció en un sexenio en el cual la educación y la cultura no fueron importantes como discurso político ya que la intensidad de la crisis económica acaparó el interés popular. Además en 1986 año de la inauguración del Centro los medios de comunicación encabezados por Televisa se encargaron de inundar el ambiente nacional con noticias futbolísticas por la realización del Mundial en México por lo que cualquier otro tema quedo relegado.

En el proyecto político de Miguel de la Madrid sólo se planteo la idea de descentralizar a la educación y la cultura, es decir de regionalizarla, pero sin comprometerse con una política cultural que abarcará a toda la nación. Con ello Televisa tuvo el campo abierto para dirigir su propio proyecto cultural hacia cualquier ámbito que en este caso fue hacia la cultura superior a través del Centro Cultural Arte Contemporáneo.

Con él Televisa le dio un cuerpo físico a su Fundación Cultural. Este espacio le sirve para exhibir las obras artísticas de su propiedad y aquellas afines a sus intereses con lo cual privilegia ciertas formas de arte.

Para Televisa la creación del Centro cubrió la necesidad que tenían de exponer al público el material artístico que poseían en bodegas.

Pero sobre todo correspondió a la necesidad ideológica que tenía Televisa de mejorar su imagen. Por ello el Centro es una respuesta a las críticas anticulturales hechas por la opinión pública y el mismo público hacia los distintos programas de la empresa y una reivindicación histórica por el fracaso de la Fundación Cultural Televisa, encabezada por Emilio Azcárraga, en el manejo del Museo de Arte Moderno Rufino Tamayo lo cual significo un fracaso en la política cultural de Televisa.

En consecuencia y puesto que tenían una colección de arte prehispánico crearon un recinto sobre arte prehispánico; también contaban con la colección fotográfica reunida por Manuel Álvarez Bravo, por lo tanto, era lógico dedicar un espacio al arte fotográfico y por último sus diversas colecciones de arte contemporáneo serían el plato fuerte del conjunto cultural.

Es decir Televisa utilizó las obras artísticas que ya poseían para salvar su orgullo y para continuar con una política iniciada en la televisión, con la cual pretenden aparecer ante el público como una empresa preocupada por la cultura pero sin alterar sus propios patrones de difusión cultural que tienen que ver con su estilo comercial y con sus ideas de cultura.

El hecho de que el arte contemporáneo sea el principal atractivo del Centro Cultural tiene importancia por dos motivos: primero la presencia viva de los artistas contemporáneos ha permitido a Televisa jugar con su imagen y de alguna forma moldear su arte por la inmediatez de la creación.

En muchas ocasiones el Fondo Cultural Televisa trabaja directamente con los artistas en la estructuración de las exposiciones y, como lo ejemplifica el caso del Arquitecto Barragán (apéndice 4), les impone condiciones tanto en la creación de las obras como en su reproducción y difusión. Además Televisa en algunas ocasiones se apropia de las obras y se encarga de reproducirlas de manera masiva para luego comercializar con ellas.

Y segundo el arte contemporáneo se presta para que Televisa lo maneje de manera industrial.

Este tiene sus inicios a principios del siglo XX cuando aparecen en el dominio de las artes visuales medios de expresión distintos de los pictóricos o escultóricos.

Dentro de esos medios se dieron toda una serie de nuevas técnicas de comunicación artística revolucionando no sólo la creación del arte sino también su distribución.

Los nuevos estilos corresponden a un ensanchamiento de la visión y están inevitablemente enlazadas con las transformaciones del mundo social y con la experiencia humana que de ellas se deriva.

Esto implica que el arte en todos sus aspectos ha cambiado a la par de

la sociedad, de la economía mundial y es parte de la industria y de la comunicación masiva que son características principales del mundo actual.

El arte contemporáneo es parte de la industria cultural al tomar elementos técnicos para la creación de las obras y/o posteriormente estas persiguen un fin económico.

También las obras ya creadas pasan a formar parte de la industria cultural al ser reproducidas y difundidas con métodos masivos lo cual le sirve a Televisa para comercializar con el arte. Es decir la facilidad de reproducción artística a través de la industria es ya algo inherente a la creación contemporánea y Televisa se beneficia de ello.

Así Televisa por medio de su Fundación Cultural ha hecho del arte contemporáneo un negocio al promover a sus creadores más representantes y al difundir de manera masiva sus obras. La conveniencia no es sólo material sino también ideológica ya que el arte contemporáneo promueve una temática universal más preocupada por la técnica que por la crítica social lo cual se apega al concepto de cultura elitista manejado por Televisa por ejemplo en su fallido canal cultural (canal 9).

LAS EXPOSICIONES

En Centro Cultural organiza sus exposiciones de acuerdo a tres criterios:

- 1.- Los temas;
- 2.- Los autores; y
- 3.- Las colecciones.

En el primer apartado las muestras son dedicadas a una gran variedad de temas que lo mismo pueden abarcar a una sola imagen, como en el caso de la exposición *Imágenes Guadalupanas Cuatro Siglos*, como a una época o corriente como *El Clasicismo en México* o a un país como *Las Obras Maestras de la Pintura China. (Dinastías Ming y Qing)*.

También han organizado temas de acuerdo a las características de los autores como la selección de obras hechas por mujeres titulada *La Mujer en México (Women in Mexico)*.

Las exposiciones por autor son selecciones de un artista, en algunos casos hechas por ellos mismos de su obra, en la que muestran algún período en particular, un acontecimiento, o su obra en general como la retrospectiva de Manuel Álvarez Bravo.

Por último el Centro Cultural presenta colecciones que tienen como motivo esencial pertenecer a alguien en particular como la Colección de pintura Mexicana de los esposos Jacques y Natasha Gelman quienes recopilaron un conjunto de obras que de alguna manera formaron parte de su vida.

El tiempo de permanencia de las exposiciones es en su mayoría de tres a cinco meses. Y constan en promedio de 80 obras.

Hablando de las muestras Alvaro Mutis; en el Segundo Coloquio Los Museos y el Tercer Milenio, expresó su idea sobre las exposiciones artísticas en los museos y las caracterizó de enfadosas ya que para él éstos tienen algo de muerto,

además "varios museos poseen la visión pequeño-burguesa de concentrar en un reducido espacio todos los cuadros de una colección".¹

Esta observación no es exclusiva sobre algún Museo; en realidad es una de sus características porque éstos tienen la función de presentar en espacios determinados, generalmente salas pequeñas, el mayor número posible de obras.

Además se debe tomar en cuenta la gran cantidad de público que acude a ver una exposición lo cual impide un goce netamente personal y una verdadera apreciación artística, fenómeno al cual no escapa el funcionamiento del Centro Cultural.

En los primeros folletos sobre las exposiciones editadas por el mismo Centro Cultural y la Fundación Cultural Televisa A. C. aparecieron los nombres de las personas e instituciones que ayudaron a montar las muestras. Instancias no siempre vinculadas al arte o a la cultura pues lo mismo han sido patrocinadas por fábricas de calzado que por grupos cerveceros. Estos grupos en realidad tienen su verdadero interés en los beneficios comerciales que Televisa les otorga al apoyar algunas de las exposiciones de su Centro lo cual se convierte en promoción para ellos. Además todas las empresas patrocinadoras mantienen lazos comerciales en los distintos canales de comunicación masiva del grupo Televisa.

En muchos de los casos las obras presentadas pertenecen a la misma Fundación, la cual cuenta con una colección de obras artísticas muy amplia. Estos folletos hacen una breve presentación de las obras en exhibición y de los artistas o en su caso de la época o país tratado, pero sin contextualizar demasiado y mucho menos criticar.

Algunos precisan el porqué de las exposiciones y los objetivos. El siguiente es el primer párrafo del folleto *Clasicismo en México*:

(1) *Reforma*, "Polemizan artistas sobre utilidad de los museos", Sección Cultural, 24 de abril de 1994. p.7D

"El Centro Cultural / Arte Contemporáneo organizó esta exposición con el objetivo de brindar un panorama del clasicismo desde la antigüedad hasta su innegable influencia en nuestros días..."²

Y en efecto el Centro muestra un panorama general del clasicismo pero sin profundizar en su análisis como una forma de continuar con la política anticrítica, despolitizadora y superficial que Televisa ha impuesto en sus demás medios de comunicación.

El tono orgulloso que predomina en los folletos es ejemplificable con el de *Los Dalís de Dalí* el cual apunta: "La enorme importancia de esta muestra radica en que por primera vez en México se realiza una exposición de esta envergadura de las obras de Dalí. La selección, que abarca todas las épocas pictóricas del maestro, es poco conocida del Público..."³

Así la Fundación Cultural Televisa se vanagloria de ser la única de realzar grandes exposiciones y da por hecho la poca sabiduría del pueblo, es decir, se muestra como el gran mecenas que comparte su sabiduría a los incultos.

Las exposiciones no han sido limitadas a las artes contemporáneas. Muestra de ello son las pinturas chinas de la ciudad prohibida presentadas en mayo de 1990, las cuales fueron hechas en las dinastías Ming y Qing entre 1368 y 1644 y de 1644 a 1911 respectivamente.

Sin embargo la presencia de arte antiguo es explicado como antecedente o influencia del presente: Esto lo podemos apreciar en el mismo título de una de las exposiciones *El Sueño de Egipto (La influencia del Arte Egipcio en el Arte Contemporáneo)*. En la cual con motivo de la presentación del ataúd antropomorfo egipcio de Pedí-Osiris, del período ptolemaico (305-30 a. C.) y sus

-
- (2) *Clasicismo en México*. Centro Cultural Arte Contemporáneo, Fundación Cultural Televisa México, 1990
- (3) *Los Dalís de Dalí*. Centro Cultural Arte Contemporáneo, Fundación Cultural Televisa, México, 1990

cuatro estatuillas acompañantes de Ptah-Sokar-Osiris, se mostraron 53 obras de Arte Contemporáneo "en las cuales la influencia del arte antiguo egipcio es innegable".

Cabe señalar que el ataúd y las cuatro estatuillas pertenecen a la Fundación Cultural Televisa, A.C.

Para la realización de las exposiciones el Centro Cultural mantiene estrecha relación con diferentes galerías de arte y museos tanto del interior de la república mexicana como del resto del mundo. Esta es una práctica muy extendida en las actividades de las grandes corporaciones las cuales se ayudan entre ellas para organizar eventos con lo cual ahorran gastos y se benefician mutuamente. Y también trabaja en colaboración directa con algunos autores a través de convenios.

La presentación de las obras artísticas viene precedida por la publicidad sobre ellas y más ampliamente sobre la de su autor a través de distintos medios de comunicación, en especial los de la misma empresa Televisa. Así por ejemplo, entre los chismes de los cantantes de moda nos podemos encontrar con una invitación para visitar la exposición en turno del Centro Cultural Arte Contemporáneo en la revista semanal Tele-Guía.

Cada exposición genera material en serie como carteles, tarjetas, catálogos y hasta playeras entre otros objetos promocionales patrocinados. Esta comercialización de la cultura corresponde a la orientación que da Televisa a sus medios.

LOS ARTISTAS

Mencionar a todos los artistas que han expuesto en el Centro Cultural de Arte Contemporáneo implicaría elaborar una larga lista, y partiendo de ésta a un libro bibliográfico.

Pero la idea de este capítulo no es la de crear un compendio, sino la de saber cuales son las políticas que rigen las exposiciones. Sin embargo la selección de las obras y los autores no se da por el seguimiento de reglas fijas sino por una serie de intereses no específicamente artísticos, lo que dificulta concretar un criterio sobre las obras elegidas.

Como se mencionaba en el apartado anterior en ocasiones se muestran colecciones ya existentes, es decir, una serie de obras que por algún motivo han sido reunidas por algún particular o por una institución.

Esto lleva a la presentación no selectiva de obras, o artistas, aunque de alguna u otra manera, quien formó la colección lo hizo bajo sus propios criterios selectivos. Así es probable, encontrar cuadros de autores pertenecientes a una colección que de otra manera tal vez no hubieran tenido cabida.

Si no es así cómo explicar que los Rufino Tamayo sigan mostrándose en el recinto, después del gran pleito del autor con los dueños del mismo.

Con lo anterior no se está afirmando que el Centro Cultural no tenga decisión sobre las obras y los artistas que presenta, simplemente se está exponiendo que la presentación de un artista no siempre se debe a un interés personal.

Podría pensarse en la existencia de un gran apoyo de parte de la institución hacia los artistas becados por la Fundación Cultural Televisa como Rafael Coronel, Francisco Corzas, Juan Soriano o Alberto Gironella, entre otros; pero en realidad el haber obtenido la beca no los distingue del resto de los artistas presentados

en el recinto. Más bien la cuestión sería el porqué estos artistas obtuvieron el apoyo de Televisa.

Tanto Rafael Coronel como Alberto Gironella son artistas que destacan en las vanguardias del arte mundial en los años sesenta pero que no representan a una escuela concreta, según Victor Flores Olea, y al igual que Francisco Corzas se inclinan por temas recurrentes y obsesivos.

Estos artistas becados por la Fundación Cultural Televisa, desde la época del museo Rufino Tamayo, son artistas mexicanos ya inscritos en el ámbito Internacional pero no a partir de su trato con Televisa, sino al contrario pues una vez que han alcanzado un amplio reconocimiento a nivel mundial Televisa los ha "adoptado".

Juan Soriano es otro ejemplo. Fue un innovador en la plástica mexicana. Su obra, inicialmente de carácter realista, siguió la evolución del arte moderno Internacional, experimentando, inventando y reelaborando numerosas tendencias. Soriano se formó con elementos adquiridos en otras partes del mundo pero sin abandonar la esencia nacional.

El opina que un artista no va a ayudar a las masas porque "uno no sirve a las minorías ni a las mayorías, uno se sirve a sí mismo",⁴ sin embargo él se ha prestado al juego de Televisa de ayuda mutua: El le sirve a Televisa permitiéndole que ésta comercialice sus obras, y ella a su vez lo populariza, lo cual lo beneficia porque al darle una mayor difusión a su arte él obtiene más prestigio y se puede cotizar más alto como artista y obtener mejores ganancias económicas.

En general Televisa ha tomado para sí a los artistas contemporáneos más representativos de la plástica mexicana actual sin descuidar a los ya clásicos como Diego Rivera, José Clemente Orozco y David Alfaro Siqueiros, cuya obra ya es conocida internacionalmente, al igual que la de Rufino Tamayo y Frida

(4) *Reforma, op. cit.* p 7D

Kahlo, esta última protagonista de un culto que en vida no recibió como menciona Teresa del Cande.

Y esto mismo sucede en el plano internacional la Fundación Cultural Televisa consigue montar exposiciones de los grandes clásicos como Pablo Picasso y Salvador Dalí quienes hasta cierto punto son conocidos a nivel popular y con la ayuda de la publicidad consiguen que las muestras sean toda un éxito a nivel masivo. Pero también programa a los artistas de vanguardia cuyos nombres pueden no ser conocidos por las masas pero quienes ya ocupan un lugar en el ámbito mundial.

En conclusión Televisa no está aliada a ningún grupo artístico en particular ni nacional ni internacional, pero prefiere presentar artistas renombrados a nivel mundial haciendo ella sus propias alianzas a nivel particular, siendo las norteamericanas las más presentadas de todas las artistas extranjeras en parte por la cercanía del país pero sobre todo por la penetración cultural del vecino país en nuestra nación. Esta misma penetración la ha fomentado Televisa en la programación de sus canales de difusión a través de la radio y la televisión.

Quiénes en definitiva no entran al Centro Cultural son los artistas populares, pero no de popularidad sino los que hacen cultura popular, cultura crítica a no ser que se les presente como artesanos.

Con esta política Televisa privilegia formas de expresión que no dañan su imagen, ni la del gobierno, y le ayudan a mantener patrones de conducta extranjeras enaltecidos por sus canales de difusión, dejando de lado lo nacional y denigrando a los artistas populares quienes la mayoría de las veces son simplemente ignorados.

LOS TEMAS Y LAS CORRIENTES

La temática de las obras presentadas en Centro Cultural es muy variada. Dejaremos de lado la sección prehispánica puesto que se trata de una colección permanente que muestra formas de arte específicas de una región antigua y por lo tanto sus temas se refieren a un modo de vida histórico.

En cuanto a la colección fotográfica tampoco existe una limitante o una generalización en los temas ya que se presentan obras de todos los tiempos y casi todos los espacios.

Donde se presentan temas recurrentes es en el arte contemporáneo englobados en las distintas corrientes dentro de este mismo movimiento.

Una de éstas corrientes presentada en el Centro Cultural a través de Andy Warhol, entre otros, es el pop americano el cual se distingue por tener un carácter poco afectivo. Sus seguidores se apropian de las imágenes de la cultura popular con intransigencias y tratan de desindividualizar al cuadro con el fin de aproximarlos al anonimato de sus modelos. Es un movimiento derivado de una búsqueda pragmática de diferentes artistas cada uno de los cuales trabaja para sí mismo.

En sus exponentes la toma de conciencia del poder visual de los signos distribuidos por los medios de comunicación proviene de una experiencia técnica directa, como en los casos de Andy Warhol quien había realizado anuncios publicitarios y Roy Lichtenstein, dedicado al oficio de dibujante de modas.

El arte pop se refiere no a la vida misma sino a un conjunto de signos que pertenecen a la realidad de un mundo de consumo. Un mundo de opulencia artificial y efímera aceptado tal cual sin ninguna crítica.

La búsqueda emprendida por los artistas pop en los terrenos técnicos y en

los temas de reinterpretación del lenguaje de los medios de comunicación ha influenciado expresiones artísticas posteriores.

Pero el Centro Cultural no le da importancia al hecho de que Andy Warhol pertenece a éste grupo sino que lo presenta como un gran publicista lo que parece un tanto irónico porque el movimiento pop iniciado originalmente en Inglaterra tenía como finalidad volver el arte a la vida tomando conciencia del impacto de los mass media, principalmente de la televisión, la publicidad, los dibujos animados y el cine, y de la realidad exclusivamente contemporánea de este fenómeno.

Sin embargo el Centro Cultural Contemporáneo a hecho lo contrario al tomar lo realizado en estos medios, en especial del ámbito de la publicidad, para mostrarlo como obras de arte como cuando mostro los carteles publicitarios del mundial de Futbol México 1986.

Otra postura adoptada por el Centro Cultural tiene que ver con la corriente contemporánea del nuevo realismo la cual es importante no tanto por su temática sino porque marcó una tendencia en la creación artística. Como en otras corrientes sus miembros también reconocen la importancia del mundo contemporáneo y quieren integrarlo en las obras pero ya no como un reflejo de los medios de comunicación sino buscan englobar la existencia presente en todas sus manifestaciones.

Para ellos la obra no es más que un resultado visible. Esta implicación directa, física y espectacular del artista representa un fenómeno específico del arte contemporáneo.

Así las acciones de los nuevos realistas anuncian el Proceso-Arte en el que la existencia y el arte se convierten en inseparables, porque la misma vida del artista personifica en adelante la obra artística.

Es precisamente ésto lo que es muy importante porque a partir de entonces las obras van a estar estrechamente ligadas a la vida personal del artista y la

Imágen de este a través de los medios masivos de comunicación van a revaloran las obras. Es decir el artista va a tener que vender su personalidad a la par de sus obras. Y en efecto esto es lo que hace Televisa: vende noticias, vende imágenes, promociona nombres y estilos de vida para conseguir vender obras en el sentido no material sino que vende las exposiciones y vende sus ideas artísticas y en consecuencia su política cultural.

Otro punto importante desarrollado por los artistas contemporáneos y apoyado por el Centro Cultural es aplicado especialmente por los minimalistas quienes conjuntan distintas formas de arte. Estos se distinguen por haberse iniciado como artistas "críticos", en el sentido de explicar, presentar y analizar verbalmente sus propias obras. La mayoría de éstos artistas escriben sobre su arte o sobre el arte en general.

En el arte minimalista la acción de creador se caracteriza por el énfasis puesto en la concepción y la elección artística en detrimento de la realización material de la obra de arte. Esto que se ha convertido en característica del arte contemporáneo le ha servido a Televisa como promoción para los propios artistas y sus muestras porque en realidad aunque hablan de sus obras no llegan a la crítica.

Así aunque las obras traten temas contemporáneos nunca se inscriben dentro de la crítica nacional o social porque Televisa siempre les da un sentido comercial a las deja pasar para hacer política sin hablar de política.

CONCLUSIONES

La relación entre la cultura y los medios de comunicación es un tema tan amplio como la misma cultura; sin embargo, la empresa Televisa ha seguido ciertos lineamientos en el manejo de ella dando como resultado la consolidación de una política cultural en sus medios.

Dicha relación es recíproca por ser los medios parte de la cultura y ésta recibir influencias de los medios.

La cultura no es un concepto estrictamente definido es más bien un conjunto de actos y pensamientos clasificados en distintos apartados de acuerdo a intereses que van desde lo histórico hasta lo político, económico o social.

Sin embargo, existe un concepto que tiene elementos semióticos reconocidos en todos los campos, esta definición contempla a la cultura como un proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos en la práctica individual y colectiva, a partir de un capital simbólico socialmente poseído e individualmente incorporado.

Las relaciones de producción y sus transformaciones sirven de base para la clasificación de los procesos culturales, dando como resultado una redefinición de la cultura como cultura universal, cultura elitista, cultura popular, etc. teniendo cada una de éstas diferentes enfoques.

Por otro lado la política cultural tiene dos variantes, uno: se refiere a una planificación cuyo propósito es lograr objetivos precisos, así como a las etapas necesarias para su realización y dos, designa el choque entre filosofías opuestas cuyos partidarios se agrupan alrededor de intereses particulares. La diferencia estriba en que en la primera existe una planificación al servicio de una norma aceptada y la segunda implica una pluralidad de normas.

Pero en general las políticas culturales son un conjunto de intervenciones realizadas por una institución con el fin de orientar el desarrollo

simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social.

En la actualidad y de acuerdo con Theodor Adorno la cultura moderna se distingue por su importante dimensión industrial, su capacidad de impacto político económico y su difusión mundial.

En la base de la transformación cultural se encuentra a la producción en masa de mensajes y símbolos con lo cual colabora Televisa.

La difusión cultural por parte de Televisa nació de una necesidad casi obligación más que de un interés o preocupación por transmitir cultura. De hecho la creación de Televisa como empresa fue la respuesta a un anuncio presidencial hecho en 1970 en donde se calificaba como anti-nacional, deseducativa, anticultural y consumista la labor de los concesionarios privados por lo que se planeaba una modificación al régimen de concesiones de manera que las frecuencias no quedaran monopolizadas y la televisión nacional fuera un poco más representativa de la pluralidad existente en el país.

Por ello varios concesionarios decidieron unirse para crear el consorcio Televisa y quisieron corregir su total alejamiento de la cultura reestructurando la programación y creando una Fundación Cultural.

Desde entonces Televisa ha buscado contrarrestar las críticas que la califican como anticultural a través de distintos medios por ejemplo con su programación educativa orientada principalmente a la enseñanza preescolar y universitaria, con la cual ha pretendido contribuir a los planes gubernamentales. Así legitima su proyecto cultural, defiende sus intereses económicos y políticos y mejora su imagen pública.

También ha buscado instituciones que avalen su proyecto cultural a través de convenios como el de colaboración entre ella y la Universidad Nacional Autónoma de México.

Como parte de esta política cultural Televisa creo, por medio de su Fundación Cultural, el Centro Cultural Arte Contemporáneo.

Este Centro es una continuación a la respuesta de Televisa ante las críticas culturales hechas por la opinión pública contra la empresa. Así el conjunto cultural da cuerpo físico a su Fundación y se dedica a difundir arte.

Pero la exhibición de las obras artísticas y su difusión en general se mantiene apegada a las políticas económicas e ideológicas de la empresa televisiva.

El centro cultural se inscribe dentro de un circuito cultural en el que la producción industrial está regulada por el mercado, en éste existe una cultura de masas originada en la empresa privada y regulada por un sistema de consumismo. Aunque el consumismo no es totalmente material sino que incluye también la venta de ideas. Este tipo de circuitos se encuentran o se identifican con el sistema capitalista.

También como simple sala de exposiciones es un circuito privado de producción industrial organizado por una sociedad, aquí lo que cuenta es la distribución de bienes culturales.

Para estos circuitos se tomó en cuenta la combinación típica de agentes e instituciones en las fases de producción, transmisión y consumo de bienes culturales.

Televisa como empresa privada es un agente común directo de la acción cultural, interviene en el circuito cultural no sólo con el fin de ofrecer un producto sino también de influir en la orientación del circuito, de crear una tradición artística determinada, de combatir una escuela opuesta, etc. Complementan este circuito los medios de producción, (base tecnológica, propiedad de medios), el canal de comunicación, el público y las instancias institucionales de organización.

La política Cultural del Centro Cultural Arte Contemporáneo sigue el

modelo del mecenazgo cultural, copiado de modelos culturales estadounidenses, con el que se busca prestigiar el poder económico. Este modelo corresponde a la trasnacionalización de capital monopólico.

Televisa como mecenas busca imponer su prestigio a los rivales, obtener avalúo de alguna élite como pueden ser los críticos y teóricos, y de paso emplear los excedentes para pagar impuestos.

Como museo el Centro Cultural tiene el origen antiguo de satisfacer la necesidad de la clase burguesa de confirmar su poder social, económico y político por medio del mecenazgo cultural. En él se difunde una cultura elitista con su evidente carácter de clase, pero ayudados por los medios de comunicación, hacen que las clases bajas consuman modelos culturales burgueses creyéndolos suyos.

El tipo de cultura que promueve Televisa a través de su Centro Cultural es una cultura dominante porque es reflejo de las diversas expresiones de la población pero retamadas por un grupo de poder político y económico.

En sus canales de comunicación Televisa ha tratado de estandarizar la cultura al masificarla para que los contenidos sean impersonales y no alcancen la selección, esto unido al conformismo fomentado por los medios ha reducido la creatividad del público manteniéndolo como actor pasivo.

Televisa se ha visto en la necesidad de volver al arte mercancía, para llegar al público, porque con la explotación masiva de los medios de comunicación han quedado fuera los mensajes culturales que no tienen la forma de mercancías, con un valor de intercambio económico o un valor como medio de presión ante la opinión pública.

Por ello Televisa es promotora de la industria cultural al producir, reproducir, conservar y difundir a la cultura con criterios industriales y comerciales. Y en este sentido impone condiciones de vida y de trabajo

a los creadores e intérpretes porque la industria cultural presupone exigencias económicas. Además la presión de volver las obras mercancías no permite que exista una permanencia de esfuerzo o una maduración lenta de un pensamiento o una obra, porque los medios de comunicación masiva le han dado como característica principal la novedad e inmediatez a los productos vendibles.

Con el museo, Televisa incursionó en un ámbito que en México era exclusivo del sector público con ello convirtió a esta institución en un instrumento corporativo que se incluye en el apropiamiento de la expresión pública por parte de las grandes corporaciones lo cual está sucediendo a nivel mundial.

El hecho de que Televisa decida incursionar en la alta cultura apoderándose, en lo posible, de la producción del artista y de los intelectuales, le ayuda a legitimar su permanencia dentro del ámbito de la cultura. Gracias a su aparato publicitario logra captar la atención del público hacia sus exposiciones, obras, programas y darles a éstos una importancia mucho mayor que la que tienen por sí mismos. De ese modo, Televisa se asegura el monopolio de la cultura, ya no sólo el de la cultura de masas, sino también el de la creación artística.

Sin embargo, Televisa no es del todo culpable al hacer suya una política de difusión cultural a nivel nacional, puesto que ella sólo se ha beneficiado de que no exista o exista

Una pobrísima cultura política en el país. Porque querámoslo o no, lo que Televisa ha hecho y ha dejado de hacer, forma parte de la cultura mexicana contemporánea, de sus contenidos y de sus insuficiencias.

Porque la estructura de comunicación lejos de satisfacer las necesidades sociales de información ha venido conformando hábitos culturales e informativos degradados pero funcionales a su propia expansión, ha creado necesidades artificiales que satisfacen con los propios productos

que ofrece, ésto es posible por factores que rebasan el terreno de la comunicación como un sistema político con una amplia base de masas, la cual participa marginal y subordinadamente, por un sistema de educación pública incapaz de generar hábitos culturales e informativos distintos y consistentes, que representarán una opción y un contrapeso al modelo privado hegemónico.

Así, el problema no es que Televisa se apropie de la difusión cultural sino que no existan otras opciones y que las políticas culturales implementadas por el gobierno no sean firmes en sus proyectos y mucho menos en sus resultados.

Lo ideal sería que Televisa respetara todas las formas de expresiones culturales que existen en el territorio nacional y que las difundiera de manera no elitista tomándolas en cuenta a todas sin caer en el nacionalismo porque el arte debe ser universal.

Y que por otro lado exista variedad en la promoción cultural, para lo cual se debe poner mayor énfasis en la educación cultural y artística. Y desarrollar diversas políticas culturales que impliquen un compromiso con la creación y la crítica.

APENDICE

APENDICE I*

ENTRE ARTISTAS DOS POSICIONES CONTRARIAS:

* PARTICIPACION INTERESADA

* APORTACION SALUDABLE

La construcción del Museo Internacional de Arte Contemporáneo "Rufino Tamayo", por parte de la iniciativa privada como del gobierno federal, abrió la crítica acerca de la orientación que tendrá en un futuro el arte y la cultura en el país.

Recibido con beneplácito porque responde a la iniciativa de un artista de indudable calidad y porque se abre una puerta más en medio de las carencias culturales de México, el museo es cuestionado en cuanto que representa la insuficiencia del gobierno para atender un área que hasta entonces le había correspondido casi de modo natural.

Entrevistados por Proceso, once artistas emitieron encontradas opiniones. Algunos alabaron la acción de la iniciativa privada. Otros deploraron la concesión a ésta y hablaron incluso de un "desplazamiento" y aún de la incapacidad del Estado para asumir el papel rector de las decisiones culturales.

José Chávez Morado, Fanny Rabel, Carlos Aguirre y Felipe Ehrenberg coincidieron en rechazar que la construcción de museos del nivel del "Tamayo" sean realizados por la IP con concesión del Estado.

Para Mariano Flores Castro, director de Artes Plásticas del INBA el museo responde naturalmente a la estructura mixta de la economía nacional; y Rolando Arjona, director de la Escuela de

* Morales, Sonia y Ponce, Armando. "Entre artistas dos posiciones contrarias: participación interesada. Aportación saludable", *Proceso* No. 239 Junio de 1981. p. 44

Pintura y Escultura "La Esmeralda" consideró -como "artista profesional"-, que el Museo de Arte Moderno era ya insuficiente y son las autoridades gubernamentales quienes deben afrontar este problema.

Por otra parte, Gilberto Aceves Navarro, deploró que no fuera el Estado el realizador de la obra; José Castro Leñero, apuntó que existía la posibilidad de que se vetara la exposición de un arte "que no está en la línea" marcada por la IP, situación que para Alfredo Zalce ya existía, debido a que en el museo no estaba representada la corriente social.

Pero fue sólo uno de los entrevistados José Luis Cuevas, quien hizo -desde Barcelona, por vía telefónica- una defensa incondicional de los dueños del museo y una feroz crítica al Estado porque, en su opinión, "ha hecho muy poco por la cultura desde hace muchos sexenios".

Dijo el pintor guanajuatense, José Chávez Morado, director del Museo de la Alhóndiga de Granaditas que es lógico que el gobierno no haya emprendido el "Tamayo" porque ni siquiera ha realizado el Museo Nacional del Muralismo Mexicano, que es más importante para que la obra plástica de los últimos 70 años tenga un recinto específico.

Apiaudió la donación de Tamayo y declaró que era justo que el museo "que es el capricho personal de un artista", se descargue o se apoye en la IP. Aunque alertó el peligro "de que la IP mexicana e incluso las trasnacionales, quieran afectar nuestras formas de cultura: lo está haciendo la televisión, un sector del periodismo, el cine ahora dentro de las artes plásticas...eso me preocupa."

Agregó: "Monterrey es un caso típico inspirándose en experiencias norteamericanas, sus tecnológicos, sus universidades; está llenando un vacío, pero lo está llenando con un contenido de clase.

"En todos los niveles: social, económico, político, cultural, el Estado

está siendo cuestionado por la gran burguesía mexicana con contactos internacionales para desplazarlo, para desplazar los remates del liberalismo."

Fanny Rabel coincidió: Estamos siguiendo los pasos de Estados Unidos y, aunque se diga que es cultura para el pueblo, "es cultura privada". Explicó también que la IP está ganando posiciones en la cultura del país y que "el Estado está siendo desplazado."

El pintor Carlos Aguirre señaló que el "Tamayo" era un museo al ego del artista oaxaqueño en contra de los tres grandes muralistas y llamó "perisur del arte" a la nueva construcción. "Es considerable -dijo- porque a la IP nunca le ha interesado la cultura popular; al contrario, la ha mediatizado y a través de Televisa difunde una cultura que no es nacional."

Admirado por la estructura arquitectónica del recinto, Felipe Ehremberg externó su "terror" de que al "Tamayo" se desplazaran dictaminaciones que correspondieron al Museo de Arte Moderno, dado que el director de aquí, Fernando Gamboa, fue por casi 12 años titular de éste.

"Gamboa está íntimamente ligado con la clase en el poder desde Miguel Alemán; como su portavoz artístico, merece ser el director del museo Tamayo. Sus años en el MAM pueden conducir a que siga determinando políticas artísticas, lo que sería totalmente indeseable."

Además, explicó, el INBA debe cuidarse de no permitir mayores erosiones en el terreno de la distribución del arte. "La IP ya tiene una influencia en la cultura, está aprendiendo de la IP de Estados Unidos. El Estado debe tener sumo cuidado.

Flores Castro celebró la creación del nuevo museo elogió a Tamayo como artista excepcional y respecto al financiamiento privado dijo: "Es un reflejo de nuestra economía mixta: la colaboración entre Estado e iniciativa privada, prevista en muchas áreas, en cuestiones culturales no hay nada que la prohíba". Para él existe en la IP "buena fe".

Arjona compartió la opinión de Flores Castro y justificó el financiamiento privado debido a que "el Estado tiene muchos compromisos"

Gilberto Aceves Navarro resaltó la importancia del museo "Tamayo" y recordó que no es la primera vez que la iniciativa privada subvencionaba o realizaba museos: "Este es uno más. Ojalá la legislación en México fuera más ágil para que permitiera que la IP funcionara más en este sentido". Sin embargo, entre risas, refirió su desacuerdo porque no se realizan en provincia también.

José Castro Leñero, que se ha destacado entre la más reciente promoción de artistas jóvenes, opinó que el museo Incontestablemente iba a producir goce, "como ir a una biblioteca" y también consideró que el gobierno carece de presupuesto suficiente; sin embargo, dijo que "el problema se daría en el momento en que se comenzara a hacer política a través del museo".

Zalce fue breve. Por Teléfono, desde Monterrey, externó que a él lo que le interesaba no era si el museo lo debió construir el gobierno, sino que la iniciativa privada "no apoyaría una pintura realista" y que la representada en el "Tamayo" era "apolítica".

José Luis Cuevas señaló que es común que los grandes artistas donen obras para museos y que lo más importante del "Tamayo" es que "haya sido subvencionado por la iniciativa privada, pues podrá así actuar al margen de cualquier presión oficial o gubernamental."

No hay Ingerencia de la IP sobre el arte según Cuevas, y ésta dijo, "está demostrando un enorme interés por la cultura". Recomendó no censurar su labor y en cambio sí hacerlo respecto al gobierno.

Durante la Inauguración del museo el día 29 de mayo, se le preguntó a Rufino Tamayo qué diferencia hubiera existido si el gobierno construye el edificio. Directo, seco, hasta violento, respondió: "Yo pedí al gobierno que lo construyera, pero el gobierno no quiso."

APENDICE 2*

TELEVISA SE APROPIO DEL MUSEO TAMAYO: OLGA

La esposa del pintor mexicano Rufino Tamayo dijo hoy que en el museo que lleva el nombre de éste en la capital mexicana, construido para albergar la colección de pintura contemporánea que donó al pueblo de México, había sido virtualmente incorporado a la Fundación Cultural Televisa y transformado en una galería de tercera clase.

Olga Tamayo añadió que "es un verdadero robo a Tamayo el hecho de que se lo hayan quitado... no se imaginan la pena que tiene Rufino... todas las obras que regalamos las tienen almacenadas sin exhibir. El museo, sólo tiene de Tamayo el nombre y ellos hacen lo que les da la gana. Es una galería de tercer orden".

La esposa del pintor dijo en una entrevista con AP que "para nosotros ha sido una verdadera desgracia haber hecho ese gran regalo a México, que nos costó millones de dólares... una colección de más de 200 piezas de arte contemporáneo Internacional. Añadió que "Rufina no es feliz sólo por eso".

Al respecto, Lucía García Noriega, funcionaria de relaciones públicas del museo Tamayo en México, dijo que la dirección de esa institución se abstenía de hacer comentarios.

"Durante 15 años hicimos esta colección con el propósito de regalar un museo...no hicimos una colección para nosotros, la gente cree que nosotros, ricos, podíamos hacer una colección y ya que la teníamos quisimos hacer un museo, pero no fue así, cada pieza fue comprada para el museo que ya teníamos en mente", dijo Olga Tamayo.

* "Televisa se apropia del Museo tamayo: Olga" *La Jornada* 16 de octubre de 1985 p. 25

Añadió que cuando Tamayo expresó su deseo de donar la colección para el museo, el entonces presidente Luis Echeverría se mostró dispuesto a regalar el edificio, pero poco después de concluido su gobierno dijo que no podía, "porque intelectuales de izquierda y la esposa de David Alfaro Siqueiros dicen que va a ser un regalo para los ricos, nada para el pueblo, y nos dejó con todo comprado".

Relató que posteriormente un grupo de empresarios, incluso el propietario de Televisa, Emilio Azcárraga, se ofreció para construir el edificio y que el entonces presidente, José López Portillo, facilitó los terrenos en el Bosque de Chapultepec mediante un préstamo por 99 años. "El primer año el museo exhibió nuestra colección. Tamayo no quiso nunca dar más de 12 cuadros suyos para que no creyeran que era un monumento para él".

Pero un día añadió, "se apareció en nuestra casa el señor Azcárraga, y le dijo a Tamayo: 'ya tú no tienes nada que hacer en el museo' y desde ese momento se apoderó de él y nos echó a un lado". El consejo de dirección que lo regía cesó en sus funciones, añadió.

APENDICE 3*

TELEVISA DEVOLVIO EL MUSEO TAMAYO Y EVITO EL ESCANDALO; AHORA LA SEP DEBERA MANTENERLO

"Yo estoy dispuesto a hacer un gran escandalo ahora con esto del futbol apoyado en la opinión pública, si el problema del museo no se resuelve". confió a Proceso el pintor Rufino Tamayo 15 días antes de que Televisa decidiera, el viernes 23, renunciar a la concesion estatal por 100 años para administrar el Museo Rufino Tamayo de Arte Contemporáneo Internacional.

Inaugurado el 29 de mayo de 1981 (exactamente 15 años después de la apertura del Estadio Azteca), el Museo Tamayo se convirtió en el centro de cultura más promocionado de México y América Latina. Pero desde hace cuatro años, el pintor oaxaqueño entró en conflicto con el dueño del consorcio televisivo, Emilio Azcárraga, y denunció que la colección que había donado al pueblo de México (alrededor de 300 cuadros que costaron al artista 10 millones de dólares), dejó de exponerse y se convirtió virtualmente en propiedad privada.

"Este señor Azcárraga, por su poder económico, yo creo que ha adquirido un poder político también -dijo Tamayo el 6 de mayo-. Pero ya espero que se resuelva ya, me ahorraría hacer el escándalo para no molestar a este señor, porque sería grave para él. Tengo los contactos con la prensa universal".

Si el problema no se arregla -añadió- "yo acuso al señor de robo a la nación que es más grave que si fuera a mí.

* "Televisa Devolvió el Museo Tamayo y evitó el escándalo. Ahora la SEP deberá mantenerlo", *Proceso* 26 de mayo de 1986, págs. 44 y 45.

Por esos días, Rufino Tamayo esperaba una resolución pronta del gobierno, ya que el asunto se encontraba en manos de la Secretaría de Educación Pública desde mediados de 1985. Además, el presidente de la República Miguel de la Madrid había exhortado el 11 de abril actual, si bien a título personal, a que la colección donada por Tamayo se exhibiera en el museo completa y pronto.

"Ya entiendo que una exhortación del Presidente es una orden, velada si usted quiere, pero una orden ", explicó el artista y comentó así el daño sufrido por la actitud del presidente de Televisa:

"Mire usted, mi salud se ha quebrado mucho. Es natural. Cómo es que una cosa que yo dono a la Nación pasa a manos de un señor nomás porque tiene mucho dinero...Y esto se ha alargado. Muchas personas incluso dentro de la política me llegaron a decir que esto no tenía remedio. Y claro, cuando se me dice que no tiene remedio una cosa que legalmente sí lo tiene, estaba preocupado. Estaba preocupadísimo. Me he enfermado. Tengo un stress terrible".

-¿Cuánto tiempo más va esperar?

"Pues yo creo que ya va a ser poco -respondió- Esto está por resolverse. he esperado pacientemente a que se resuelva. pero ya mi paciencia llegó al límite"

Un límite que estuvo a punto de desbordarse un año antes. El 22 de julio de 1985, Raquel Tibol escribió. (Proceso 455)

"El vigoroso artista de 86 años de edad, en la plenitud de sus facultades, entregado con intensidad a su trabajo creativo, pero con la salud resentida por las tensiones que la impulsaron a solicitar tal audiencia con autoridades nacionales (el Presidente y el Secretario de Educación) ha comentado entre sus íntimos que de no lograrla antes de fin de año se declarará en huelga de hambre".

El artista había llegado a entrever el problema con Azcárraga como "personal" por parte de éste.

"Mire, yo he detenido a la opinión pública, sinceramente. He estado aguantando a que este señor reconozca que ha cometido un error muy grande. En la inteligencia de que ese error que ha cometido lo ha hecho en contra mía, personalmente, él no piensa en la nación, en que eso es de la nación. Él piensa en hacerme daño".

-¿Cuál es el origen de este problema? ¿Por qué quiere hacerle daño?

"Pues es muy sencillo...Eramos muy amigos. Pero muy amigos. Pero él quiso absorberme, un poco como ha pasado con otras gentes. Yo no necesito que me patrocine ninguna corporación de ninguna especie. Y resulta que él me llamó una vez y me dijo tú ya entregaste tu colección, tú ya no te metas en nada. Así tranquilamente. Yo le contesté cómo no voy a participar en nada, si soy el socio mayoritario, yo diría, de la asociación, porque hay una asociación civil, que también fue destruida, que estaba encargada de vigilar el funcionamiento del museo. Ya no volvió a llamar a esas gentes. Incluso en una junta tuvieron que salirse dos personas, porque les dijeron: ustedes no tienen nada que hacer aquí. Ya no volvió a llamar a la asociación, formada por banqueros e industriales, entre ellos Legorretá, la hija de Espinosa Iglesias...todos ellos no han dicho nada.

Sin embargo, señaló que la opinión pública estaba con él, "incluso pintores que son enemigos míos están dispuestos a pelear por esto".

-Hay pintores que dicen que se metió a la boca del lobo.

"No es cierto -dijo- Desde el principio está que yo regalé esa colección al pueblo de México. Yo no necesito del señor Azcárraga... a mí la iniciativa privada, que no fue precisamente del señor, vino a ofrecerme la construcción del museo, en vista de que el gobierno anterior me había prometido, pero no cumplió. Fue el grupo Alfa quien ofreció hacer el museo,

mire usted, sinceramente en el museo que pone a México en un lugar muy alto en las artes plásticas, están los mejores nombres de las artes plásticas: Picasso, Miró. Es uno de los mejores museos en el mundo en lo que se refiere a arte contemporáneo. Imagínese si yo iba a tirar mi dinero en comprar obras mediocres. En un museo donde quiera, en cualquier país. Y yo traigo esos cuadros al pueblo, a los estudiantes, a los que no pueden ir a los centros de cultura en otros lados, para que vean lo mejor que se está haciendo en el mundo en este momento.

Olga, la esposa del artista agregó:

"Aquí estábamos comiendo con el señor Héctor Vasconcelos. Y de repente Azcárraga se acerca a Rufino y le dice: tú ya diste lo que tenías que dar, en el museo ya no tienes que hacer. Se dieron una pelea que ya no acabaron de comer. Se fueron. Nada más que luego a mi me mandó una canastota de flores diciendo te quiero, Olga..."el pintor comentó: "Sí, el ataque para mí es queriéndola a ella mucho".

Finalmente se acordó el retiro de Televisa de la administración del Museo Tamayo lo cual informó Valentín Molina Piñero, director del consejo Consultivo del Museo Tamayo y miembro de la Fundación Cultural Televisa. A Televisa le corresponde informar que "por acuerdo del presidente de la República, él ha asignado al secretario de Educación Pública para que el Museo Rufino Tamayo pase a formar parte del patrimonio nacional.

Dijo además que "desde 1982, cuando se retiró el grupo Alfa, Televisa ha venido haciendo esfuerzos para sufragar los gastos de administración del museo, y se ha hecho en la forma en que hemos creído más conveniente que podría haber sido".

Del funcionamiento no mencionó que la inversión en promoción y difusión cultural es deducible de impuestos. Los costos de manutención del museo actualmente se desconocen.

Más adelante Miguel Alemán Velasco expresó que era "muy difícil manejar un museo y más si lleva el nombre de un pintor. Si el pintor quiere manejarlo con su estilo, pues entonces que él se haga cargo del museo".

APENDICE 4*

DEMANDA DEL ARTISTA LUIS BARRAGAN

Televisa, su ex presidente Emilio Azcárraga Milmo y la ex administración del Museo Rufino Tamayo serán acusados por "ilícitos del orden penal, civil y mercantil, adeudos, daños y perjuicios" por el arquitecto Luis Barragán.

El profesional y sus representantes legales informaron que el consorcio televisivo se presenta como mecenas de la cultura para defraudar al fisco y saquear "los bienes de la nación que pertenecen a todos los mexicanos".

Ilustrando su caso -la exhibición y explotación de su obra que redituó unos 14 millones 188 mil 240 dólares- el arquitecto Barragán dice que se vendieron fotografías de sus creaciones sin consentimiento expreso, se incumplieron contratos, no se pagaron dividendos acordados y se hicieron programas sin su autorización.

Cedido el Rufino Tamayo al estado -hoy en manos del Instituto Nacional de bellas artes (INBA)-, Televisa abrió el llamado Centro Cultural Arte Contemporáneo frente al Auditorio Nacional.

"Por lo que se ve, no están dispuestos a sacrificar las utilidades que produce la explotación fiscal y comercial de la cultura", acusan el profesional, sus apoderados y sus familiares.

Con el fin de informar a la opinión pública lo que hacen esos "individuos y compañías que controlan una parte importante de las comunicaciones del país y de su imagen en el extranjero", el arquitecto Barragán envió a la redacción de La Jornada, un informe pormenorizado del asunto.

* Ureña, José. "Por adeudos, daños y perjuicios Luis Barragán demandará a Televisa y Emilio Azcárraga", *La Jornada* 11 de diciembre de 1986. pág. 12

En febrero de 1983 se invitó a Luis Barragán a exhibir en el Museo Rufino Tamayo. Él rechazó la propuesta porque "no deseaba más publicidad". Entonces Televisa contrapuso: sería una "exposición homenaje" y se intentó involucrar a Armando Salas Portugal, fotógrafo del arquitecto y amigo suyo.

Como no diera resultado, se pretendió hacer una película. El arquitecto pidió a los dueños de las casas que edificó, impidieran el acceso a los camarógrafos de esa empresa, "que fueron muy insistentes".

Las negociaciones continuaron. En octubre de 1984 se planteó un contrato que en nada se parecía a lo hablado y la petición -"casi orden"- fue rechazada diplomáticamente, hasta que por fin se firmó otro el 11 de febrero de 1985.

El artista exigió por escrito que no se comercializara ni denigrara su imagen, que no se difundieran falsedades e inexactitudes sobre sus ideas y obra, que no se invadieran los derechos de autor para explotación comercial. También prohibió los programas de televisión "y la explotación comercial de la exposición", pues sus construcciones no son "un detergente o producto de consumo".

La directora del museo, Françoise Reynaud, le anunció que se harían carteles, tarjetas, catálogos y otro material promocional patrocinado, cuya délcima parte de su fruto iría al autor. Pero "nunca, hasta la fecha, han cumplido y, al final, no pagaron siquiera el 10 por ciento pactado en el contrato".

La obra a exponer se aseguró "hasta que el despacho (del arquitecto) se negó a entregar el material" y parte de él finalmente no se aseguró.

Lejos de pagar, Televisa hizo "descuentos arbitrarios" por 6 mil 789.71 dólares y luego pasó una cuenta por mil 380 dólares "de unas fotografías que solicitó erróneamente la señora Reynaud, del Japón". Luego hubo

más descuentos y, ante tanto incumplimiento, el arquitecto Barragán decidió cancelar el recorrido de su exposición, por el que se le otorgaría 50 por ciento de las utilidades.

Dice el profesional que dejó de percibir 60 mil dólares -tenía contratos con Carver Companies y The Menil Fundatlon- para dedicarse a atender la exposición. Que luego se exhibió un documento que no autorizó y cuya explotación produjo los 14 millones de dólares citados.

En publicidad, el museo argumenta que gastó más de 850 millones de dólares, pero Barragán, supone que ahí hay evasión encubierta, pues el dinero sale como apoyo al Rufino Tamayo y éste lo reintegra a Televisa.

Explica el arquitecto "Mediante estas transacciones, los propietarios de Televisa aparecen ante el público como patrones y mecenas de la cultura con un costo mínimo, ya que Televisa vuelve a recibir los aparentes donativos y los exime de impuestos que pertenecen a la nación, con esta astuta maniobra".

Dice que como ciudadano tiene la obligación de expresar estas inquietudes y que dará la pelea legal "hasta sus últimas consecuencias".

Plantea que los artistas no se dejen "engatuzar" con supuestos homenajes y medallas amañadas, pues "el tiempo de cambiar espejos por oro ha pasado ya".

BIBLIOGRAFIA

ANVERRE, Ari y otros.

Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego.

Fondo de Cultura Económico, México/UNESCO, París 1ra. Ed. 1982

México, 1987

CAPRILES, Oswaldo

"Comunicación y cultura en el reino del Big Brother".

Nueva Sociedad, núm 71 marzo-abril de 1984

DE FLEUR, Melvin L. y Bail-Rokeach, Sandra

Teorías de la comunicación de masas

Ed. Paidós, 4ed. México, 1987

GARCIA Canciani, Nestor

Las culturas populares en el capitalismo.

La Habana Ed. Casa de las Américas 1982

Políticas culturales en América Latina.

Ed. Enlace Grijalbo México, 1987

GIMENEZ Montiel, Gilberto

La teoría y el análisis de la cultura.

Ed. Universidad de Guadalajara, México, 1987

GODED, Jaime

Los medios de comunicación colectiva. (Antología)

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. México 1976

HAMELINK Cress

La aldea transnacional. El papel de los Trusts en la comunicación mundial.

Ed. Gustavo Gili, Madrid, 1981

MARTINEZ, Medellín Francisco.

Televisa. Siga la huella.

Claves Latinoamericanas, 2ª Edición, México 1992

MATTERLART, Armand

La cultura como empresa multinacional.

3ra. Ed. Ediciones Era. México, D.F. 1979.

MOLES, Abraham

Sociodinámica de la cultura.

Buenos Aires, Paidá, 1978

MORTENSEN, C. David

La comunicación: el sistema intrapersonal.

Ed. Tres tiempos, c. 1972, Argentina, 1978

NERI López Veneroni Felipe

Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación

Ed. Trillas 1ra. Ed. México 1989.

OJEDA, Gerardo y otros.

La televisión educativa en México.

Serie comunicación: educación y tecnología. SEP/COSNET.

México 1986

PIO E. Ricci Bitti y Bruna Zani

La comunicación como proceso social.

Ed. Griljalbo, México, 1990

PEREZ Espino, Efraín

Los motivos de Televisa. El proyecto cultural de XEQ Canal 9.

Cuaderno de Investigación Social núm. 22. Instituto de Investigaciones Sociales. UNAM. México 1991

READ H. Blake E. O. Haroldsen.

Taxonomía de conceptos de la comunicación.

Ed. Nuevo Mar. 1ra. edición 1977 reedición 1980 México.

SCHILLER, Herbert I

Cultura, S. A. La apropiación corporativa de la expresión Pública.

Universidad de Guadalajara. México, 1993, p. 126

TREJO, Delarbe Raúl y otros.

Televisa el quinto poder.

México, Claves Latinoamericanas, 1985 3ra. Ed. 1988