

en tanto que los mecanismos de coproducción se aprovecharán promordialmente para la producción de proyectos de mayor envergadura.

Con estos propósitos, para 1989, año en que se conmemora el 50 aniversario de la fundación del INAH, la Coordinación ha planteado diversos proyectos concretos que propiciarán su mayor presencia en el ámbito nacional, permitirán una mayor difusión fuera de nuestras fronteras y contribuirán a que el público perciba, de manera precisa, la necesidad de los esfuerzos compartidos para reconocer y conservar el valor específico de nuestras culturas y así ser capaces de identificarlos como riqueza propia a la vez que del patrimonio universal. Estos proyectos son:

Coordinación Nacional de Difusión

Actividades y Plan de Trabajo

La Coordinación Nacional de Difusión inició sus labores a partir de la reflexión sobre la magnitud del universo de conocimientos que competen al INAH, los múltiples propósitos que debe nutrir su tarea de dar a conocer a la sociedad entera los contenidos y significados de su trabajo, y sobre los mecanismos e instrumentos que se pueden utilizar para llevarla a cabo.

Creada para abarcar con mayor eficacia la labor de difusión del Instituto, la Coordinación Nacional, constituida por las direcciones de Difusión y Asuntos Internacionales y la de Publicaciones, inició su trabajo con una labor de sondeo acerca de los contenidos, necesidades y problemas de difusión de las distintas áreas del Instituto.

Por una parte se realizaron reuniones preliminares con sus respectivos representantes en la zona metropolitana y se inició un trabajo de diagnóstico de la difusión que se lleva a cabo en Centros Regionales; por otra, se realizó una evaluación de los contenidos a difundir y de la orientación, los lenguajes y los mecanismos más adecuados para darlos a conocer, a fin de hacer cristalizar sus objetivos en todo el ámbito nacional, tanto como en el extranjero.

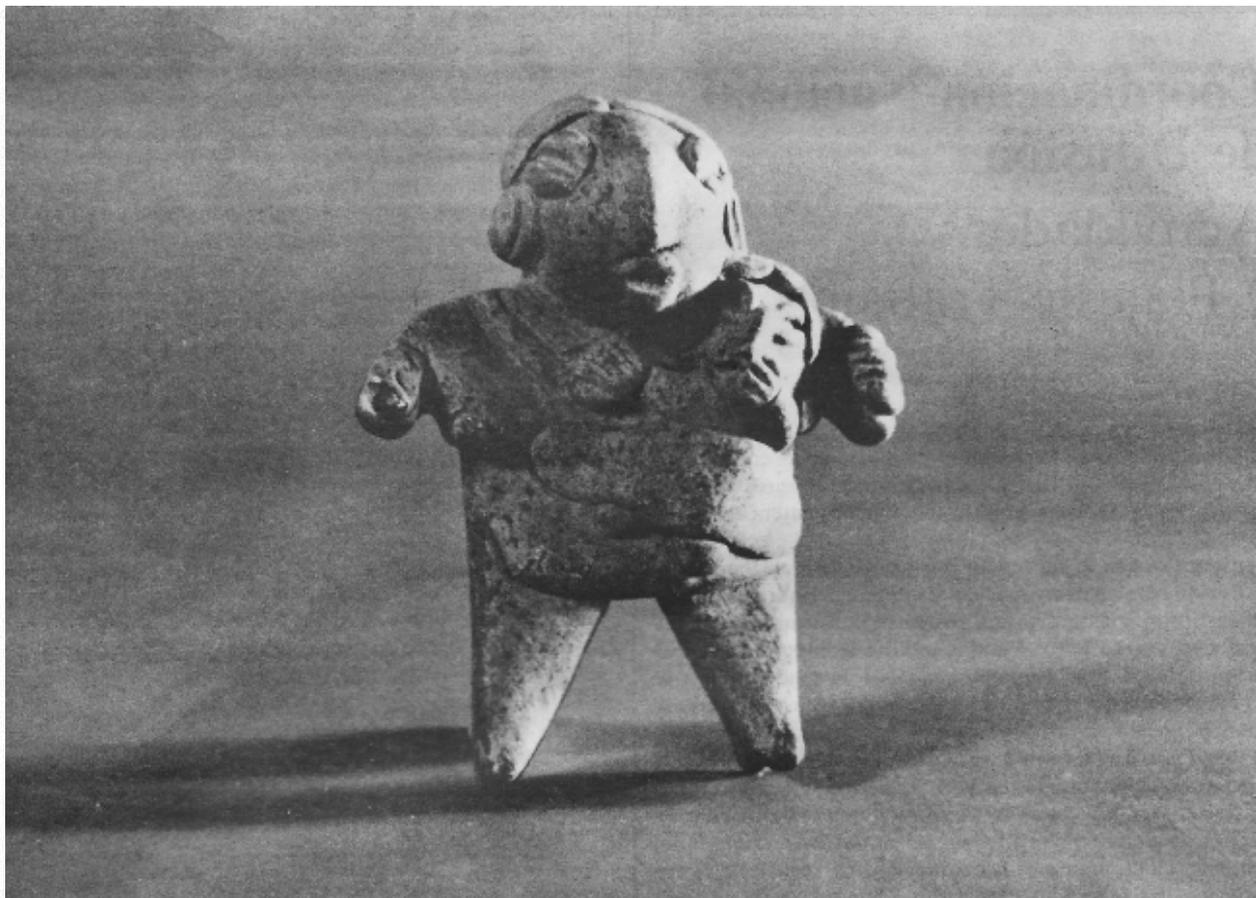
A partir de esta reflexión, la Coordinación Nacional de Difusión se planteó varias metas específicas, que de hecho amplían y profundizan los objetivos de difusión que marca la Ley Orgánica del INAH. Estas metas son:

1. Ampliar y agilizar los mecanismos de difusión interna del Instituto, con el fin de que sus distintas áreas tengan un conocimiento más inmediato del trabajo que en cada una de ellas se realiza y, a partir de ello, contribuir a una labor mejor unificada en los propósitos fundamentales de la institución.
2. Tratar los contenidos de difusión amplia de modo que enfatizan la corresponsabilidad de la sociedad civil en la valoración y conservación de nuestro patrimonio cultural.
3. Propiciar una mayor contribución de los integrantes del Instituto a las tareas de divulgación, mediante su participación en cursos, etc., a difundirse a través de los diversos medios al alcance de la Coordinación.
4. Concertar diversos mecanismos de colaboración con instituciones públicas y privadas con intereses afines a los del INAH, de modo que el Instituto proporcione los contenidos y garantice la orientación en coproducciones y empresas conjuntas que permitan lograr un mayor alcance de la información a difundir.
5. Priorizar la utilización de los medios de mayor alcance, que a la vez presenten el menor costo para el Instituto. En este sentido se favorecerá la utilización de recursos propios en la producción radiofónica, el programa editorial del año y los servicios de prensa en radio y televisión,

I. PROYECTO MEXICO

A realizarse con la colaboración de la Secretaría de Turismo, el objetivo fundamental de este proyecto es mejorar la posibilidad de dar a conocer al turismo nacional y extranjero la riqueza





za cultural y natural de nuestro país, con el fin de fortalecer en los primeros un sentido de identidad nacional y propiciar en los segundos el conocimiento de nuestro patrimonio.

Este proyecto incluye: 1) la elaboración de una serie completa de guías turísticas que en el largo plazo abarque todas las regiones y la gran mayoría de los sitios de interés histórico del país; 2) la ampliación de los servicios de paseos culturales y 3) la producción de una serie de programas de televisión que puedan ser exhibidos en museos y ser puestos a la venta al público interesado.

1) La serie de guías turísticas, traducidas a varios idiomas, abarcará a largo plazo la mayoría de las regiones y sitios de interés histórico del país. Cada una de ellas y su conjunto ofrecerá una información completa, una estructura sistematizada, una calidad uniforme y una imagen visual unificada que la hagan atractiva y fácilmente identificable. Estas guías están pensadas como documentos para suscitar el interés y orientar la percepción del visitante, de modo que contendrán en pocas páginas una información suficiente sobre cada región o sitio (historia, arquitectura, población regional, artesanía, ceremonias y fiestas, mercados museos, playas, gastronomía y restaurantes, lugares de hospedaje, etc.).

La información que proporcionan estará disponible en un banco de datos que podrá consultarse en los centros de información de Turismo y en las Oficinas de Paseos Culturales del INAH.

Se elaborará un diseño único, a partir del cual se realizará la investigación correspondiente. La información inicial será aportada por el INAH y la Secretaría de Turismo complemen-

tada por la de otros organismos como SEDUE, INBA, INI, Culturas Populares, etc.

Su producción contará con un Consejo Editorial, integrado por representantes de ambas dependencias, que garantizará su calidad.

Las guías serán vendidas tanto en el país como en el extranjero.

La ampliación del servicio de paseos culturales busca promover, organizar y realizar este servicio tradicional de visitas a los sitios de interés histórico de una manera más amplia, accesible y sistematizada, que incluya asimismo sitios naturales de importancia. Los más de 25 años de experiencia en esta actividad, realizada con el apoyo calificado de investigadores especializados y a los precios más bajos del mercado, le permiten al INAH plantear necesidades de expansión bien fundamentadas, creando dos programas de visitas adicionales a los ya establecidos. Estos, que serán igualmente de suscripción individual o grupal, son: a) el llamado "México con nosotros", a lugares cercanos al D.F., con salidas que se repetirán en fechas fijas; b) uno de carácter vacacional y de duración más prolongada, a lugares de interés tanto histórico como turístico.

Para ello se ha concertado el establecimiento de una oficina central de paseos culturales, en una ubicación estratégica en el D.F., así como de oficinas periféricas, cuya labor podrá coordinarse mediante un sistema computarizado de reservaciones, con el apoyo de departamentos de investigación, programación, promoción, hospedaje, investigación y servicio social.

Los interesados de cada recorrido buscarán equilibrar el interés académico con el recreativo y se enmarcarán en criterios

prácticos respecto a escalas para alimentación, hospedaje, etc.

Los aspectos técnicos del programa serán considerados con anticipación y realizados por personal calificado, de la misma manera que los recorridos mismos serán conducidos por conocedores y especialistas de los sitios a visitar.

La producción de programas de televisión se ha concebido con el mismo propósito de dar a conocer, mediante productos de calidad, los puntos de mayor interés histórico del país, a ese público no especializado que sólo excepcionalmente compra un libro, asiste a una conferencia o acude a un museo. Dado el alto costo de la producción y la transmisión en video, la Coordinación de Difusión ideó un mecanismo que le permitirá producir y difundir programas con los contenidos y la orientación elegidos por el propio Instituto, mediante el financiamiento y la comercialización realizada por una institución externa. Con este procedimiento, el Instituto puede hacerse de un fondo documental de contenido propio realizado en video, que podrá exhibirse en museos y monumentos históricos y que a la vez podrá ser adquirido por el público interesado, nacional y extranjero. Para el año en curso se ha programado la producción de dos series a través de este mecanismo:

- a) La primera, de 13 programas de 30 minutos cada uno, dedicados a distintas zonas arqueológicas (Toniná, Palenque, Bonampak, Uxmal, Chichén Itzá, Monte Albán, Tulum, Tula, Teotihuacan, Cacaxtla, Paquimé y Tenochtitlan).
- b) La segunda, de 26 programas de 30 minutos de duración, tendrá un formato de revista con diferentes secciones, referentes a temas diversos: la americanización de Occidente (es decir, sobre la exportación de productos americanos a Europa), arquitectura colonial, museos, ritos y fiestas, flora y fauna, sitios de interés turístico, tecnología tradicional, fondos fotográficos, petroglifos, códices, etc.

II. PRIMERA FERIA NACIONAL DEL LIBRO DE ANTROPOLOGIA E HISTORIA

Como actividad preponderante entre las que conmemoran el 50 aniversario del Instituto, se está organizando esta primera Feria del Libro de Antropología e Historia que se realizará del 14 al 22 de octubre en el Museo Nacional de Antropología. Con la feria, primera de este tipo en el país, el Instituto propone: dar a conocer y poner a disposición de especialistas y otro público interesado el vasto acervo editorial que sobre estas disciplinas se produce en el país; fomentar el interés por conocer y valorar nuestro patrimonio cultural; promover y fortalecer los vínculos entre editores, distribuidores, especialistas y estudiantes de antropología e historia; compilar la información necesaria para iniciar un catálogo del fondo editorial del país relativo a dichas disciplinas y promover la suscripción a publicaciones periódicas.

Se prevé la participación de aproximadamente 55 expositores, de casas editoriales, universidades, centros de investigación y otros organismos públicos y privados.

En la Feria se incluirán miniexposiciones sobre Fonoteca, Fototeca, Restauración y Planeación, esta última relativa a la ubicación de las diversas áreas del INAH y los servicios que presta en el país.

Adicionalmente, se han programado las siguientes actividades paralelas:



- a) Exposición bibliográfica del s. XIX (ediciones del Museo Nacional, antecedente inmediato del INAH).
- b) Ciclo de mesas redondas sobre los 50 años del INAH.
- c) Presentaciones de libros y pláticas con autores.
- d) Ciclo de cine histórico y etnográfico.

III. PROYECTO DE DIFUSION RADIOFONICA

Dada la importancia que este medio representa en el esfuerzo por incidir de manera eficaz en un ambiente saturado de mensajes consumistas y extranjerizantes, la Coordinación instalará una cabina de grabación. Ello permitirá una producción propia, se garantizará la orientación adecuada de la información, se abatirán los costos y, adicionalmente, se hará posible dar servicio al área de Fonoteca y satisfacer otras necesidades de sonorización.

Actualmente el programa de producción se realiza mediante

convenios de coproducción tanto con el Instituto Mexicano de la Radio como con Radio Educación. Los programas previstos son:

a) *Crónicas al aire*. Este programa seriado, de 15 minutos de duración se coproduce con el IMER.

Para su realización el INAH aporta la investigación, el guión y los locutores, mientras que el IMER se encarga de producirlo y musicalizarlo.

La serie, pensada como parte de la celebración del 50 aniversario, se inscribe dentro del género de crónica fantástica, y su contenido está tomado de la serie *Antropología en México*, Colección Biblioteca del INAH (1988). De mayo a diciembre del año en curso se producirán 35 programas.

b) *Nosotros, todos, los dueños, los responsables*, serie de 30 cápsulas culturales de un minuto cada una, se coproduce también con el IMER. En este caso el Instituto aportará guiones y locución y el IMER realizará la producción y musicalización.

Las cápsulas, que también se inscriben en la conmemoración del 50 aniversario, aportarán información sucinta sobre sitios arqueológicos, monumentos, museos, etcétera.

c) *Antropología*, programa seriado de 30 minutos cada uno, se coproducirá con Radio Educación. En él se ofrecerá información seleccionada del Boletín del mismo nombre, publicado bimestralmente por el Instituto.

En este caso Radio Educación aportará los guiones y la producción, y el INAH seleccionará la información de los boletines y aportará la locución. Esta serie constará de 35 programas en este año.

d) *Promocionales*. En las instalaciones alquiladas de Radio Educación se producirán 100 promocionales, de los cuales los primeros 11 saldrán al aire en breve, a través de tiempos oficiales de RTC, tanto en el Distrito Federal como en el interior de la República.

Los promocionales, enmarcados en el cincuentenario del Instituto, buscan promover la asistencia a sitios, zonas arqueológicas, monumentos y exposiciones.

e) *Programa piloto de apoyo a Centros Regionales*. En estudio alquilado, y más tarde en cabina propia, se producirán 66 programas de 30 minutos de duración cada uno, a partir de las necesidades de difusión radiofónica de los Centros Regionales que los soliciten. Con ello se busca proporcionar una asesoría práctica a los encargados de difusión del interior del país, y a la vez aportar un primer producto para su transmisión en la localidad respectiva.

IV. FONOTECA

Esta área, que volverá a funcionar hacia el segundo semestre del año, una vez instalada la cabina de grabación, se plantea como una instancia integrada a las responsabilidades de investigación y difusión del Instituto. Su finalidad fundamental consiste en recabar los testimonios sonoros de nuestra cultura, para rescatarlos del olvido, conservarlos, organizarlos y difundirlos, de modo que enriquezcan el patrimonio reconocido y valorado de nuestro país.

Para ello, la Fonoteca se plantea diversos proyectos, a realizar en varias etapas:

1) Continuar con la tarea de clasificar los registros existentes, misma que se suspendió el año pasado y, en una segunda etapa elaborar un catálogo del acervo con información amplia sobre su contenido.

2) Sistematizar la conservación de los registros existentes, mediante su regrabación en cintas de carrete abierto, a velocidad uniforme y la misma calidad.

3) Acrecentar el número de registros, de acuerdo con las demandas del Instituto, con el fin de abarcar el mayor número de géneros musicales y de regiones del país.

4) Apoyar con materiales sonoros los proyectos de difusión del INAH.

5) Difundir su acervo, primero mediante la reedición de discos existentes y su edición en cassettes y, en una segunda etapa, editando productos nuevos en ambos formatos.

Para realizar estas tareas se buscará establecer nexos con otras instituciones que cuenten con fonotecas, a fin de lograr intercambios y plantear proyectos conjuntos.

V. FOTOTECA

Creada en 1977 con el legado del Archivo Casasola, y localizada en el exconvento de San Francisco, en Pachuca, Hidalgo, la Fototeca ha incrementado su acervo con más fondos entre los que destacan el Guillermo Kahlo y el de Ferrocarriles que están en proceso de conservación.

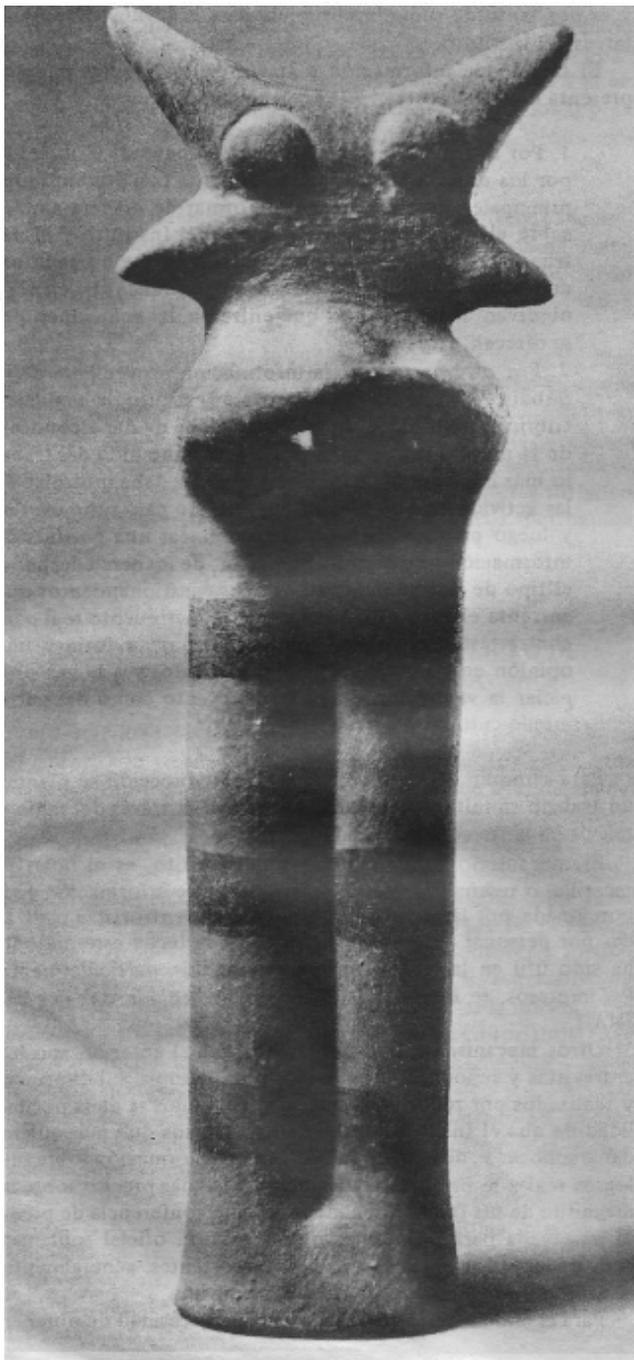
El objetivo fundamental de la Fototeca consiste en recuperar y dar a conocer la memoria fotográfica del país. Esto impli-



ca, desde luego, enriquecer el acervo existente, someterlo a proceso de conservación, sistematizarlo y clasificarlo, a fin de que pueda satisfacer necesidades concretas de documentación y difusión.

1. Catalogación. En este año la Fototeca tendrá la posibilidad de acelerar sus tareas de catalogación, mediante un sistema computarizado de reciente adquisición. Este sistema, que cuenta con monitor de imagen, facilitará enormemente la clasificación del acervo, permitirá llevar un mayor control de las colecciones, hará más ágil la consulta y reducirá al mínimo la manipulación de negativos. Se prevé que en este año al menos la mitad de los fondos existentes quedarán debidamente catalogados.

2. El proyecto de conservación, que es permanente, implica un trabajo técnico de limpieza y estabilización de placas negati-



vos, copiado de negativos de nitrato, elaboración de fichas técnicas, etc.

3. En el programa de difusión se consideran tres aspectos principales: Museo de la Fotografía, talleres abiertos al público y exposiciones temporales.

a) El Museo de la Fotografía consta de cuatro secciones de exposición permanente, con los cuales se busca ofrecer un acercamiento a conjuntos fotográficos que constituyan una explicación de diversos aspectos de la vida en México. La sección introductoria aborda los primeros intentos de manejar la luz y fijar las imágenes y llega hasta la presentación de lo que en el s. XIX constituyó la base de la fotografía actual. La segunda es la "Del daguerrotipo de la albúmina", donde se muestra cómo la fotografía se movió entre estos procesos en el siglo XIX. La tercera aborda la fotografía mexicana del s. XX, a través de tres géneros —negativo de cristal, fotografía de prensa y fotografía paisajista y folclórica— y tres autores —Guillermo Kahlo, Casasola y Hugo Breme. El Museo cierra con una sección dedicada a los principales problemas de conservación de un acervo fotográfico de carácter histórico.

Adicionalmente se cuenta en el exconvento con una sala de exposiciones temporales que permite presentar aspectos particulares de diversos temas, géneros y autores representados en los fondos de la Fototeca.

b) Talleres y seminarios. La Fototeca busca ofrecer cursos periódicos sobre historia, géneros y estilos fotográficos, así como sobre procedimientos técnicos y de conservación. Se prevé que este año será posible reanudar los talleres de fotografía abiertos al público, en cuanto sea posible lograr la readaptación del laboratorio, concertado con el apoyo del gobierno del estado. Estos talleres permitirán ampliar los servicios de la Fototeca, en la medida en que permitirán proporcionar capacitación y asesoría a centros educativos y culturales de otros estados del país.

c) Exposiciones itinerantes. Para el año en curso está programado preparar cinco exposiciones, de aproximadamente 30 fotografías cada una, debidamente documentadas, enmarcadas y embaladas, de modo que puedan circular por todo el país. Este proyecto implica la colaboración de otros organismos que aporten el financiamiento necesario para que en el mediano plazo el Instituto cuente con un acervo que pueda circular de manera permanente para su exhibición, tanto en Centros Regionales como en casas de cultura y otros centros afines en distintos estados de la República.

VI. CINEMATECA

Tradicionalmente el trabajo de esta área se ha abocado a difundir el acervo filmico relativo a nuestro patrimonio nacional y, a la vez, a dar a conocer las grandes obras de la cinematografía mundial. Ambas líneas de trabajo se han complementado para hacer de la Cinemateca del INAH una de las instancias más reconocidas del país en lo que se refiere a la divulgación de obras de cine de primera calidad.

Para continuar con esta tradición y para estar en posibili-

COLECCIÓN DE ANTHROPOLOGÍA E HIST
BIBLIOTECA
PUBLICACIONES PERIÓDICAS



dades de ampliar la capacidad de difusión de la Cinemateca, en este año se iniciarán dos tareas básicas.

Por una parte, se buscará reproducir lo mejor de la producción del INAH, tanto en su formato original de 16 mm, para contar con copias suficientes que circulan por todo el país, como en video para su exhibición en monitores de los diversos museos y también para su posible comercialización. Por otra parte, se empezará un proceso de revisión del material acumulado a lo largo de los años, tanto de aquel filmado por el INAH como del procedente de otras instituciones, con el fin de obtener ediciones antológicas de gran valor documental para la historia de la producción cinematográfica del país.

Para llevar a cabo estas tareas, que se realizarán al ritmo en lo que permitan los recursos disponibles, se buscará la colaboración de los gobiernos de los estados, interesados en dar a conocer estos materiales en sus propias entidades.

De manera paralela, la Cinemateca continuará proyectando sus ciclos tradicionales y, aunque de momento de manera limitada, proporcionará el servicio de préstamo de películas del INAH demandado por escuelas y universidades.

Los ciclos que este año se han programado para su proyección en el Auditorio Torres Bodet del Museo Nacional de Antropología son:

1. Ciclo de cine etnográfico, con películas producidas por el INAH, en abril y mayo, y con películas del INI y otras de productores independientes, en agosto y septiembre.
2. Ciclo de obras maestras de la cinematografía mundial, a proyectarse dos veces en el año, con películas distintas en versión original.
3. Ciclo sobre el desarrollo del cine en México. Por primera vez se presentará esta compilación de los momentos más importantes de la historia del cine en México, lo-

grada mediante un minucioso trabajo de edición, organizado en dos etapas: de 1896 a 1948 y de 1949 a la fecha. La programación del material correspondiente a la primera etapa ya se inició el 4 de mayo.

4. Ciclo patrimonio e historia, en octubre, con películas nacionales y extranjeras relativas a episodios históricos y al patrimonio cultural de América Latina.

VII. PRENSA

La imagen que el Instituto proyecta hacia el exterior se concreta de manera inmediata en la información que aparece en la prensa.

Es ésta la que en gran medida forma la opinión del público y es por tanto de suma importancia para la divulgación de las tareas del Instituto.

El trabajo de información a través de los medios masivos presenta diversas facetas.

1. Por una parte está la información buscada y obtenida por los propios medios que se presenta con dos enfoques principales: la que pretende informar de manera amplia sobre el contenido de los trabajos del Instituto y el patrimonio que le compete custodiar, y la que busca informar sobre la calidad de ese trabajo, las fallas que en él se observan, los problemas que enfrenta, las soluciones que se ofrecen, etcétera.

2. Por otra parte, está la información proveniente de la Subdirección de Prensa del propio Instituto, la cual debe cubrir una infinidad de aspectos: debe de dar a conocer, de la manera más amplia posible, el contenido del trabajo más importante de las diversas áreas; debe informar de las actividades que se realizan, primero para promoverlas y luego para reseñarlas, y debe delinear una política de información que permita enmarcar, de manera adecuada, el tipo de respuesta necesaria a los cuestionamientos que enfrenta el Instituto. Esto es un requerimiento real para contrarrestar el amarillismo, contribuir a formar una opinión equilibrada acerca del Instituto, y a la vez propiciar la valoración de su trabajo tanto como del patrimonio cultural del país.

Para cumplir con sus objetivos, la Subdirección se plantea un trabajo simultáneo en varias vertientes, a través del radio y televisión tanto como de medios escritos.

El mecanismo más socorrido por expedito, es el boletín, gacetilla, o reseña, que se redacta a partir de información proporcionada por las áreas, o de reportajes o entrevistas realizadas por personal adscrito al Instituto. A la fecha este método ha sido útil en la medida en que los medios, particularmente los impresos, se interesan auténticamente en los trabajos del INAH.

Otros mecanismos, más inmediatos que el anterior, son las entrevistas y reportajes promovidos por la propia Subdirección y realizados por reporteros externos. Con ellos se da la posibilidad de que el Instituto destaque los trabajos que más quiere dar a conocer y, de manera indirecta, con información sobre sus logros reales se propicia un conocimiento más preciso sobre la magnitud de sus tareas. Finalmente está la conferencia de prensa, reservada para proporcionar información oficial sobre las actividades y los lineamientos más importantes, generalmente concertada a petición de las áreas de Dirección.

Para el año en curso se ha planteado la necesidad de obtener

información más frecuente y más completa de las distintas dependencias del INAH, con el fin de enriquecer el contenido de los boletines y de estar en posibilidad de concertar un mayor número de reportajes, así como de acrecentar la presencia directa de investigadores y responsables de proyectos en programas radiofónicos y de televisión. A la fecha se han concertado varias acciones concretas tendientes a lograr ese objetivo.

Con Radio Educación existe la posibilidad de transmitir entrevistas directas o reportajes en vivo cada dos o tres semanas.

Asimismo, con los canales 11, 9 y 13 se está negociando transmisiones noticiosas del mismo tipo, y es propósito de la Subdirección ampliar los espacios disponibles, en la medida en que las dependencias del INAH asuman la posibilidad de contribuir a este tipo de divulgación. También con varios periódicos se ha concertado la posibilidad de publicar artículos de fondo sobre temas de interés general. Para ello se está sondeando a las distintas áreas, con el fin de medir la capacidad real del Instituto para cubrir los espacios que se ponen a su disposición.

VIII. PUBLICACIONES

La Dirección de Publicaciones tiene a su cargo una de las tareas de mayor importancia del Instituto. A través de ella, en forma de libros, se da a conocer el resultado de las investigaciones que constituyen la labor sustantiva del INAH, y se propicia la discusión académica de los conceptos y teorías aplicadas tanto a la investigación como a la restauración y la conservación de nuestro patrimonio nacional. Adicionalmente, la Dirección de Publicaciones produce, por iniciativa propia, libros, guías y folletos de divulgación, para que el público general pueda conocer y valorar nuestra historia, así como el significado de los vestigios arqueológicos y los monumentos que constituyen piedra de toque de nuestra identidad.

De hecho, la tarea editorial del Instituto constituye un canal de comunicación para el avance de las ciencias aplicadas al hombre de nuestro país, es una vía para subsanar importantes necesidades de información de la población y, en este sentido, contribuye de manera fundamental al desarrollo cultural del país.

Para la mejor realización de su labor, la Dirección de Publicaciones ha definido una política editorial que considera la calidad de los contenidos y la especificidad de los destinatarios, para proporcionar un producto editorial que en temática, formato e imagen sea coherente tanto con los objetivos de difusión como con los de un alto nivel académico, propios de un Instituto dedicado a la conservación y el rescate del patrimonio cultural de la nación.

Para cumplir mejor con esta tarea, el área de Publicaciones ha creado diversas colecciones para canalizar con mayor precisión la producción editorial. A la fecha existen las colecciones Científica, Fuentes, Biblioteca, Regiones de México, Divulgación, Textos Básicos, Leyes y Reglamentos y Cuadernos de Trabajo; otras ediciones se publican bajo el rubro de obras varias. Cada colección está regida con criterios editoriales específicos, relativos al carácter de su temática, al tratamiento que a ésta se le da y al tipo de lector que pretende alcanzar.

Esta Dirección cuenta con áreas de edición, diseño e impresión que le permiten dar un seguimiento total a cada proyecto editorial. Sus trabajos los realiza apegado a los criterios generales correspondientes a cada colección, y siempre de acuerdo con el autor de la obra y con el área del INAH que promueve su publicación.

Para garantizar la calidad de las ediciones, existen, en pri-



mer lugar, los consejos editoriales que dictaminan la viabilidad de cada publicación, así como las normas editoriales para presentación de manuscritos, los códigos que facilitan la producción tipográfica y el armado de originales, y los controles establecidos en el proceso de impresión y encuadernación para garantizar una presentación de óptima calidad.

Finalmente, la distribución de los libros, que constituye una fase clave en la tarea de difusión editorial del INAH, se realiza a través de contratos con librerías privadas, universitarias y del Estado, participando en ferias de libros, y logrando contactos con posibles clientes nacionales y extranjeros.

En el proyecto de distribución y difusión destaca para este año la Primera Feria Nacional del Libro de Antropología e Historia, a celebrarse en octubre. Esta Feria proporcionará, por primera vez, la ocasión de mostrar a un público amplio la totalidad de la producción del INAH y la mayor parte de la producción editorial que sobre las disciplinas de antropología e historia se realiza en el país.

Se prevé que de ella se derivará una gran demanda de los libros del INAH.

Además de la producción de libros, la Dirección de Publicaciones tiene a su cargo la edición de carteles, invitaciones, folletos y papelería demandados por diversas áreas del Instituto. Esto ha llevado a establecer periodos mínimos para satisfacer pedidos así como mecanismos de recepción y entrega de materiales impresos, que no afecten los ritmos de trabajo de la Dirección.

La producción editorial del año en curso incluye 45 libros de la Colección Científica, 11 de Divulgación, 2 de Biblioteca del INAH, 34 Cuadernos de Trabajo, 11 de la Colección Fuentes, 9 de Regiones de México, 1 de Leyes y Reglamentos y 5 obras varias.

Adicionalmente, como parte del Proyecto 50 aniversario, se producirán carteles sobre diversas zonas arqueológicas de México, y se iniciará un proyecto para producir minigüías de bajo costo y fácil comprensión para su venta entre el público no especializado que visita nuestros monumentos históricos. Las ediciones más importantes a realizar en el marco del cincuentenario son la reproducción facsimilar de cuatro incunables y la publicación del rico acervo constituido por las portadas de más de 300 libros conventuales.

Como parte del Proyecto México se prevé la edición de la serie de guías, mencionada en un apartado anterior, la cual se realizará mediante convenio con la Secretaría de Turismo.

Como en otras áreas fundamentales de la Coordinación de Difusión, la de Publicaciones tiene en mente la importancia

de las colaboraciones extra INAH que posibilitan la coedición y de esa manera enriquecen el acervo editorial del instituto.

Otro medio igualmente importante de difusión impresa es el *Boletín Antropología*, de publicación bimestral, destinado a un público amplio, desde estudiantes de secundaria hasta investigadores y especialistas. Su contenido procura dar una visión lo más amplia posible de los campos de conocimiento que competen al INAH —historia, antropología, etnología, arqueología, etc.—, con el fin de proporcionar información de buen nivel académico, tratada de manera relativamente sintética, con un lenguaje no especializado.

De hecho, el *Boletín Antropología* constituye un medio importante para mantener informado al personal del INAH sobre los trabajos más significativos que se llevan a cabo en áreas distintas, y adicionalmente ha servido de base para realizar productos de difusión masiva, como la serie radiofónica "Antropología", mencionada en el apartado correspondiente a radio. El *Boletín* se recibe en Centros Regionales y en las distintas direcciones del Instituto en el área metropolitana, y se distribuye asimismo en escuelas, universidades, bibliotecas, centros de investigación, etc. También tiene una buena demanda en centros de estudio en el extranjero.

Para mejorar tanto su imagen como su contenido, en este año se introducirá un nuevo diseño, más atractivo, que permita una mejor organización de sus partes. También se han establecido lineamientos para garantizar la calidad y el rigor de los contenidos y para ampliar el número de colaboradores.

Otro órgano de difusión, cuya publicación está prevista para el segundo semestre, es la agenda mensual *Actividades de Difusión*. Con ella se pretende garantizar que el personal del INAH tenga conocimiento de la programación de actividades abiertas de las distintas áreas, para propiciar una mayor asistencia. La agenda contará asimismo con una sección de reseña, en la que se dará cuenta de nuevas ediciones y de grandes proyectos a realizarse tanto en el Distrito Federal como en Centros Regionales.

IX. TALLER DE REPRODUCCIONES

El Departamento de Reproducciones se fundó ante la necesidad de producir réplicas de objetos de valor estético e histórico, como un medio para lograr su revaloración y también para obtener ingresos a través de su venta. Los primeros talleres, instalados en la parte baja del Museo del Carmen, reproducían ya, a mediados de la década de los setenta, 37 objetos de cerámica y 18 de joyería, que se venden en la cadena de expendios del propio Instituto. Es evidente que desde entonces, la demanda de estos productos ha crecido considerablemente, y, por lo mismo, el número de piezas reproducidas ha ascendido a más de 300, entre figuras de cerámica, piezas de plata y joyas doradas.

No obstante, el mercado para estos productos es cada vez mayor. Para satisfacerlo y para lograr sistemas adecuados de producción y comercialización, para este año el Departamento de Reproducciones se plantea un trabajo paralelo en diversos sentidos.

1) En lo que respecta a la producción, se prevé establecer los principios de un sistema de talleres regionales concretamente un taller piloto en Tlalmanaco, Edo. de México, en el cual se ensayarán las posibilidades de capacitación para establecer una red de productores locales que utili-

cen tanto la asesoría como las matrices y moldes proporcionados por el área central. Para ello se busca obtener apoyos de los gobiernos de los estados, de modo que financien la instalación del taller y los materiales para producir, en tanto que el INAH aporta capacitación, asesoría y control de calidad. Asimismo se están buscando procesos técnicos alternativos que optimicen la producción.

2) En lo que concierne a la selección de piezas reproducibles, se ha obtenido asesoría de arqueólogos y personal especializado de museos con el fin de preparar una selección que represente a las distintas regiones y culturas del país y que satisfaga los criterios estéticos y de valor histórico así como los aplicados a la relación esfuerzo, costo, posibilidades de comercialización.

3) Para mejorar la capacidad de distribución, el Departamento está elaborando un catálogo completo de las piezas reproducidas, que se publicará en tres idiomas a fin de que contribuya a penetrar en el mercado externo. Asimismo, se están diseñando empaques especiales, adecuados al tipo y el tamaño de las piezas, y se está compilando una información más completa para la cédula informativa que acompaña a cada pieza.

Se prevé que en este año se producirán aproximadamente 10,000 piezas, más del doble que el año anterior, y que en el curso de dos o dos y medio años se habrá establecido una primera red de producción local que pueda satisfacer tanto la demanda propia de cada estado, como la del país y del exterior. De este modo, a mediano plazo las instalaciones centrales podrán abocarse a la producción de matrices y moldes que garanticen la calidad de la producción nacional y satisfaga las exigencias de la comercialización.

X. OTRAS ACTIVIDADES

Se prevé que a partir del año en curso la Coordinación Nacional tendrá capacidad para asumir algunas tareas de gran importancia que a causa de diversas carencias habían sido postergadas.

Una de ellas trata de propiciar la colaboración de la comunidad, para conformar una serie de microhistorias relativas a los campos de interés del Instituto. Para este año, en el marco del cincuentenario se ha convocado al concurso "Historias del INAH", en el cual se premiará a los mejores trabajos escritos en las modalidades de ensayo, crónica y testimonio, sobre la vida y quehacer del Instituto desde su fundación en 1939. Se prevé que en el futuro se convocará a otros concursos de este tipo, que posiblemente se harán extensivos también a un público abierto.

Otra tarea necesaria es la extensión académica que rebasa el ámbito de cada una de las áreas del Instituto. La propuesta consiste en colaborar con la Coordinación Nacional de Investigación para promover la realización de simposios y congresos que constituyan un espacio abierto a la presentación de proyectos y la discusión de los marcos teóricos y las políticas que los fundamentan. Este tipo de foros enriquecerán de manera sustantiva el trabajo del Instituto.

Finalmente, la Coordinación continuará brindando apoyo a las revistas: *Historias*, de la Dirección de Estudios Históricos; *Cuicuilco*, de la Escuela Nacional de Antropología e Historia y *Arqueología* de la Dirección de Arqueología, así como al reinicio de la revista *Monumentos Históricos*, de la Coordinación Nacional de Monumentos.