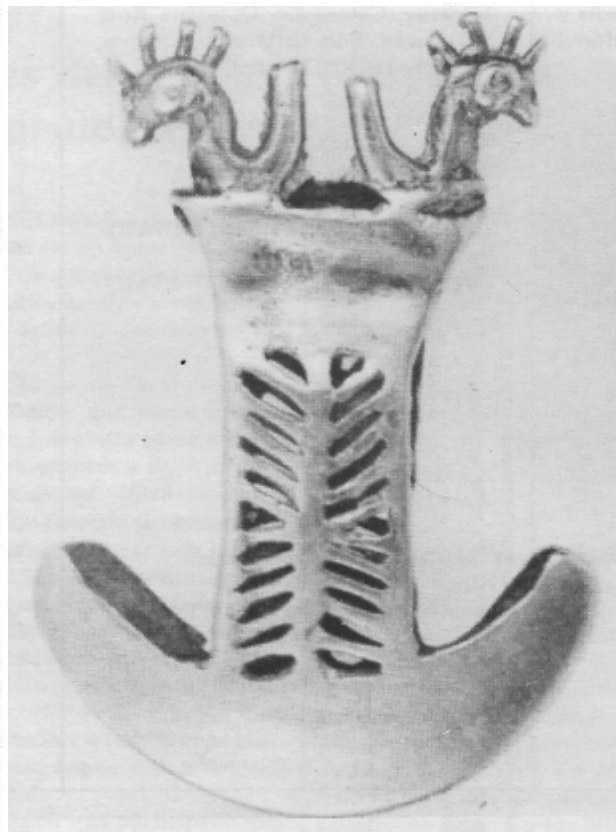


Difusión Cultural

Departamento de Difusión

A partir de 1983 se definió una política para el área de difusión, y se organizó el Departamento de Difusión y Asuntos Internacionales, el cual tiene a su cargo proyectar en forma idónea los mensajes de la institución. Las primeras acciones del Departamento consistieron en unificar las políticas de difusión, evitando la dispersión de esfuerzos y la duplicidad de acciones, al tiempo que se promovía entre el público, mediante nuevas ofertas y promociones, los eventos del Instituto. Para alcanzar estos fines, se inició una relación permanente con la prensa, la radio y la televisión. Luego se apoyó la producción, dentro del propio INAH, de programas de difusión y promoción a nivel nacional con finalidades claras y de interés general. De este programa nacieron las campañas de radio y televisión en las que cada Centro Regional difunde mensajes de 30 segundos, para dar a conocer las actividades y eventos más importantes. Por otra parte, a través de diferentes medios y mensajes se solicitó la cooperación de la población en la tarea de cuidar y proteger los bienes del patrimonio cultural de la nación. También se inauguraron nuevas formas de difusión del conocimiento especializado, como lo muestra el caso del programa radiofónico "Reencuentros con la Historia", que es un ejemplo claro del éxito que puede alcanzarse cuando se combina un conocimiento bien fundado con medios adecuados de comunicación.

Para difundir entre los radioescuchas las principales actividades del INAH se elaboran promocionales de 30 segundos, que se difunden en los



tiempos oficiales de que se dispone tanto en la capital como en el interior del país.

El Instituto ha puesto especial interés en la televisión, uno de los medios de comunicación más poderoso, y al cual de hecho no había tenido acceso. En la actualidad el Instituto tiene ya capacidad para producir programas y promocionales de televisión, y un equipo básico de producción. Se han hecho promocionales de televisión de 30 segundos, que se transmiten por tiempos oficiales, y dan cuenta de las actividades y programas más relevantes del Instituto. Según encuestas realizadas, todos han tenido una gran aceptación entre el público. Entre los más sobresalientes se pueden mencionar los relativos a

las inauguraciones de los museos regionales de Chiapas, Sonora e Hidalgo; los programas relativos a la conservación de monumentos en las ciudades de Dolores y Puebla, y los programas de difusión de las exposiciones temporales, como las de "José María Velasco" y "El Oro de Colombia", entre otras.

El Instituto distribuye un *Boletín de Difusión Cultural*, que contiene un calendario de las actividades culturales que se celebran cada mes en las dependencias del INAH. Este calendario es distribuido a instituciones académicas y culturales del Distrito Federal. La cartelera de la Subsecretaría de Cultura es otro de los medios que tiene a su disposición el Instituto para difundir

MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA

Paseo de la Reforma y Calzada Gandhi
Bosque de Chapultepec, México, D.F.

martes a domingo de 9:00 a 17:00 horas

- visitas guiadas
- visitas escolares
- tienda
- exposiciones temporales, etc.

**MUSEOS
DEL INAH**

sus actividades. La cartelera de la SEP se publica en un gran número de periódicos nacionales y llega a un público muy amplio. Por otra parte, cada día se elaboran tres o cuatro boletines de prensa que son distribuidos en todos los medios de comunicación.

Paseos Culturales, como es sabido, consiste en un programa de excursiones semanales a los sitios de mayor interés antropológico e histórico en el país. Es un servicio antiguo y reconocido del INAH, que se presta tanto a instituciones públicas como a cualquier persona interesada en conocer el patrimonio histórico y cultural de México.

Por otra parte, el Instituto ha mantenido regularmente su excelente serie de ciclos cinematográficos. Este año se realizó la proyección del ciclo "La historia del cine", en el Auditorio Jaime Torres Bodet del Museo Nacional de Antropo-

logía, con películas nunca vistas en México y de gran calidad. En los cuatro años de la presente administración los ciclos y series que ha exhibido el Instituto han sido calificados muy alto por la crítica especializada.

Convenios internacionales

Los programas de Intercambio, Cultural y Educativo con otros países han permitido al INAH fortalecer algunas de sus áreas, capacitar y especializar a su personal, y promover el intercambio de investigadores, exposiciones, etcétera. Los convenios con instituciones extranjeras han permitido que muchos especialistas e investigadores de otros países conozcan el patrimonio cultural de los mexicanos y se familiaricen con las técnicas y normas de protección, conservación y uso que hay en México.

El INAH recibió exposiciones importantes: "Japón, el Mundo de los Samurais", "El Oro de Colombia", y México envió "La Cultura Olmeca" al Japón, y "El Arte del Templo Mayor" a Alemania e Italia, así como otras exposiciones visitaron diversos países de América Latina y Europa.

Discos

El Instituto cuenta ya con una serie de 26 discos de música tradicional mexicana. Se ha procedido a reeditar los discos agotados, para los que hay una gran demanda.

Tiendas

A la red de tiendas que ya tenía el INAH se sumaron las nuevas del Aeropuerto Internacional Benito Juárez, de la Cineteca Nacional, del

aeropuerto de la ciudad de Monterrey y la del aeropuerto de la ciudad de Oaxaca.

Reproducciones

El Taller de Reproducciones ha aumentado su producción y distribución de reproducciones de piezas en cerámica y joyería. Asimismo se han incorporado nuevas piezas a la serie ya existente.

Fonoteca

En esta administración se empezó a catalogar el acervo fonográfico con que contaba el Instituto. Esta labor ha dado ya buenos resultados para el trabajo interno y para el público. En mayo de 1985 se recibió un total de 803 grabaciones sin catalogar, entre las que se incluían 492 de temas mexicanos. Hoy se han clasificado ya 635 cintas.

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL PÚBLICO

Año	Convenios Internacionales	Discos Reedición	Discos Nueva edición	Tiendas	Reproducciones	Fonoteca Cintas catalog.
1983	8	—	—	—	2 700	—
1984	11	—	—	3	3 700	—
1985	13	—	1	1	4 233	300
1986	17	11	1	—	4 871	335
Totales:	49	11	2	4	15 504	635

RELACIÓN DE ACTIVIDADES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN AL PÚBLICO

Año	T. V. Promocionales	Radio Promocionales	Cine Películas	Calendario	Cartelera	Prensa Boletines	Paseos Culturales
1983	1	24	44	0	187	70	96
1984	9	47	90	6	130	517	110
1985	7	77	146	11	269	500	525
1986	6	67	90	11	132	500	187
Totales:	23	215	370	28	718	1 587	818

Dirección de Publicaciones

El Instituto inició en 1983 sus tareas editoriales con un diagnóstico de lo que se había hecho antes y un programa para 1983-1984. Se definen entonces las necesidades básicas para fortalecer este importante sector del Instituto: reorganizar los procesos productivos, establecer normas técnicas, crear un Consejo de Publicaciones que definiera los requisitos académicos de publicación y seleccionar las obras que deben publicarse.

La reorganización del proceso productivo dio como resultado que se establecieron

procedimientos de control de las distintas fases y la instalación de nuevos equipos en la Dirección de Publicaciones. Hoy hay un conjunto de normas que regulan la presentación de originales y el diseño y cuidado de la edición. Por otro lado, la formación de consejos editoriales por área, y la creación de la Comisión Dictaminadora de Publicaciones, han mejorado sensiblemente el proceso de selección y revisión de las obras, así como la definición de las colecciones que componen el fondo editorial. A las colecciones ya

existentes se agregaron las de *Fuentes, Divulgación, Biblioteca del INAH, Regiones de México, Textos Básicos y Manuales, y Leyes y Reglamentos.*

Aun cuando es notorio el mejoramiento habido en este sector, es necesario hacer más eficiente el proceso de producción, obtener mayor calidad en la edición de libros, y afinar los procesos de selección de textos.

Los resultados obtenidos de 1983 a 1986 se manifiestan gráficamente en los cuadros que se presentan en este apartado. Como puede observarse, la respuesta (en producción y distribución) a la demanda, ha ido más allá de la meta prevista.

La alta producción alcanzada se expresa en la publicación de 49 títulos de la *Colección Científica*, 89 de la *Colección Cuadernos de Trabajo*, 10 números de la revista *Historias*, nueve de la *Colección Fuentes* y 12 de la *Colección Divulgación*, que sumados a los demás títulos forman un gran total de 270 en cuatro años. Para darle salida adecuada a la producción de las diferentes áreas se hicieron convenios de coedición con el Fondo de Cultura Económica, Editorial Joaquín Mortiz, Editorial Planeta, Editorial Grijalbo y Salvat Editores. En colaboración con esta última empresa se inició el programa de actualización de las guías de sitios arqueológicos y de museos. A la fecha se han editado cinco guías en español e inglés y se encuentran en proceso editorial doce más, que aparecerán en los próximos meses. Además, la Dirección de Publicaciones tuvo a su cargo la coordinación de la obra *Atlas Cultural de México*, que será presentada al público en el mes de diciembre.

En la presente administración hubo un cambio notable en el renglón de ventas de las ediciones del INAH. En 1981 las ventas por este concepto ascendían a tres millones de pesos; en 1982 llegaron a cinco millones, y a partir de 1983

MUSEO REGIONAL DE ARTES INDUSTRIALES POPULARES

Enseñanza y Alcantarilla, Pátzcuaro, Michoacán

martes a sábado de 9:00 a 19:00 horas
domingos de 9:00 a 15:00 horas

ONCE SALAS

- máscaras
- lacas antiguas
- joyería de plata
- textiles
- cerámica, etc.

**MUSEOS
DEL INAH**



Puente de Méjico, órcolista, 152 x 120 cms., J. Mo. Velasco (1881)

**José María Velasco
y su Tiempo**

MUSEO NACIONAL DE HISTORIA

hubo un incremento que permitió realizar ventas por 15, 22 y 32 millones de pesos en los años 83, 84 y 85 respectivamente, hasta culminar en septiembre de 1986 con ven-

tas superiores a los 40 millones de pesos. Estos incrementos pueden ser mejor apreciados si se toma en cuenta que el aumento de los precios ha sido de un 300% entre 1981 y

1986, mientras que las ventas han crecido en 1 366%. Todo lo anterior indica claramente que se ha elevado el número de ejemplares distribuidos; sobre todo porque el Instituto

atiende actualmente 69 expendios en la República, 265 clientes a nivel nacional y 413 clientes a nivel internacional.

PRODUCCIÓN EDITORIAL POR COLECCIÓN Y AÑO 1981-1982

COLECCIÓN	1981	1982	TOTAL
SERIE UNA VISIÓN	3	1	4
SERIE HISTORIA	2	3	5
BOLETÍN DE MONUMENTOS HISTÓRICOS	2	3	5
CUADERNOS DEL MÉXICO PREHISPÁNICO		1	1
SERIE MEMORIAS		2	2
BOLETÍN ANTROPOLOGÍA E HISTORIA	1	2	3
OBRAS VARIAS	16	17	33
CATÁLOGOS Y EXPOSICIONES		1	1
COLECCIÓN CIENTÍFICA	16	9	25
CUADERNOS DE TRABAJO	3	2	5
GUÍAS OFICIALES	12	6	18
REVISTA HISTORIAS		1	1
REVISTA CUICUILCO	4		4
LEYES Y REGLAMENTOS	1		1
	60	48	108

IMPORTE DE LAS VENTAS REGISTRADAS:

5'117,500



**PRODUCCIÓN EDITORIAL POR COLECCIÓN Y AÑO
1983-1986**

COLECCIÓN	1983	1984	1985	1986	TOTAL
COLECCIÓN CUICILCO	1				1
COLECCIÓN SEP-INAH	1				1
BOLETÍN ANTROPOLOGÍA E HISTORIA	1	1			2
OBRA VARIAS	13	9	4		26
CATÁLOGOS Y EXPOSICIONES	2	15	9		26
COLECCIÓN CIENTÍFICA	17	7	15	10	49
CUADERNOS DE TRABAJO	20	18	19	32	89
GUÍAS OFICIALES			7	3	10
REVISTA HISTORIAS	3	2	1	4	10
REVISTA CUICILCO	1	2	1	2	6
LEYES Y REGLAMENTOS	2	1		7	10
FUENTES		1	3	5	9
COLECCIÓN DIVULGACIÓN			10	2	12
BIBLIOTECA DEL INAH				3	3
REGIONES DE MÉXICO				2	2
MUSEOS - GUIONES - MEMORIAS				1	1
VARIOS				1	1
BOLETÍN ANTROPOLOGÍA		1	5	6	12
	61	57	74	78	270
IMPORTE DE VENTAS REGISTRADAS	15'533,372	22'248,122	32'172,120	41'282,364*	

* Hasta el mes de septiembre.

DISTRIBUCIÓN Y VENTA

LIBRERÍAS ATENDIDAS	
EXPENDIOS DEL INAH A NIVEL NACIONAL	69
CLIENTES NACIONALES (LIBRERÍAS, GALERÍAS, INSTITUTOS, MUSEOS, UNIVERSIDADES, SECRETARÍAS)	265
CLIENTES EXTRANJEROS (UNIVERSIDADES, COLEGIOS, LIBRERÍAS, DISTRIBUIDORAS, ASOCIACIONES)	413