

*revista mexicana de*  
**COMUNICACION**

AÑO DOS • NUMERO OCHO

NOVIEMBRE — DICIEMBRE DE 1989

**5 PUNTOS PARA UNA CRITICA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION**  
 HABITOS RADIOFONICOS EN EL D.F. • LOS MEDIOS Y LOS NIÑOS • RADIOFUSION EN VERACRUZ • MEDIOS Y  
 SISMOS • INDOCUMENTADOS EN LA PRENSA DE CALIFORNIA • DERECHO A LA INFORMACION: ¿TEMA OLVIDADO?



Año dos número ocho noviembre-diciembre de 1989

Director: Miguel Angel Sánchez de Armas

Consejo Editorial: Pablo Arredondo, Gerardo Arreola de Dios, Guillermina Baena Paz, José Luis Becerra López, Virgilio Caballero, José Carreño Carlán, Víctor Manuel de Santiago, Javier Esteinou Madrid, Fátima Fernández Christlieb, Héctor Gamma Lira, Sabás Huesca Rebolledo, Miguel Angel Granados Chapa, José Luis Gutiérrez Espíndola, Ricardo Ocampo, Felipe López Veneroni, Miguel Angel Sánchez de Armas, Enrique Sánchez Ruiz, Florence Taussaint Alcaraz.

Producción: Efrén Arellano Trejo, Claudia Arreola de Dios, Luz Amelia Iglesias Berthrand, Fabiola Narváez Perafán, Clara Narváez Perafán.

Fotografía: Ulises Castellanos, Magsa.

Banco de Datos: Diana Mayén Pérez (coordinadora); colaboradores de servicio social: Carolina Fernández de Lara, J. Carlos Franco Oropeza, Dolores Gutiérrez Solís, Laura de Hinojosa, Pedro Jiménez Meneses.

Unidad de opinión pública: Juan Antonio Barrera Méndez, sistemas; Bertha Hernández González, diseño y coordinación.

Archivo y Documentación: Raúl Martínez Sánchez, Raúl Velázquez Martínez.

Administración: Esperanza Narváez Perafán

Asesor: Hormisdas Cobos Horta.

Auxiliares de la Dirección: Beatriz Arellano Trejo, José Antonio Soto Feria.



La Revista Mexicana de Comunicación aparece gracias al auspicio de la Fundación Manuel Buendía, A.C.

RMC, publicación bimestral editada por AGB Comunicación, S.A. de C.V. ISSN 0187-8190. Certificados de licitud de título 3390, de contenido 3221, y de reserva de uso de título, 72-89. Miguel Angel Sánchez de Armas, editor responsable. Dirección: Av. Cuauhtémoc 16-mezanine 2, Col. Doctores, México 06720, D.F. tel. 761-99-33 extensiones 101 y 138. Télex 1775646 y 1777665. Impreso en Eco Impresos, S.A. de C.V. Plutarco Elías Calles 336, Col. Los Reyes Iztacalco, México 08620, D.F. Distribuido en locales cerrados de toda la República por DIFESA. Permiso de SEPCOMEX como publicación periódica no. D48-0689; características 229541409. No se responde por originales no solicitados. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la línea editorial de la revista. Se prohíbe la reproducción del contenido salvo citas para reseñas.

Teléfono para suscripciones: 578-1943

RELACION DE REPRESENTANTES EN LA REPUBLICA Y EN EL EXTRANJERO EN LA PAGINA 48

Foto de portada: Marco Antonio Cruz, Imagenlatina.

Encuesta: hábitos radiofónicos en el D.F.....	8
Guillermina Baena Paz	
Debate: la influencia de los medios en el desarrollo psicosocial de los niños .....	11
Varios autores	
Los indocumentados en la prensa de California.....	16
Refugio I. Rochín y Armando Valdez	
Panorama de la radiodifusión en Veracruz .....	18
Juan Schuster Fonseca y Carlos Navarrete Martínez	
Dispositivos de alta tecnología modernizan a la prensa nacional.....	21
Isaura Corlay Pérez	
La hazaña del "Boletín Florido" .....	23
Phillip Decker	
5 puntos para una crítica de las ciencias de la comunicación .....	25
Felipe López Veneroni	
El derecho a la información, ¿un tema olvidado? .....	29
Marcela Acle Tomasini	
La democracia pasaría primero por la radio .....	32
Raúl Navarro Benítez	
Los medios de comunicación y los terremotos del 85....	35
Javier Esteinou Madrid	
Bitácora de comunicación.....	4
Raúl Velázquez Martínez	
Biblioteca .....	36
O. Raúl Martínez	
Noticias de AMIC.....	39

LA REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION Y LA FUNDACION MANUEL BUENDIA, A.C., ESTAN INTEGRADOS COMO OBSERVADORES AL CONSEJO NACIONAL DE ENSEÑANZA E INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION (CONEICC) Y A LA ASOCIACION MEXICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACION.

**COLABORAN EN ESTE NUMERO:**

- Guillermina Baena Paz, coordinadora de Ciencias de la Comunicación de la FCPyS de la UNAM, integrante de la Unidad de Opinión Pública y del Consejo Editorial de RMC.
- Juan Schuster Fonseca y Carlos Navarrete Martínez, investigadores veracruzanos, el primero de la UV y el segundo del CID.
- Refugio I. Rochín y Armando Valdez, respectivamente investigadores del Departamento de Economía Agrícola de la U. de California en Davis, y del Centro de Estudios Chicanos de la U. de Stanford.
- Philip Decker, maestro de comunica-

- ción en la UIA-Tijuana y en la U. de California.
- Felipe López Veneroni, ganador del premio Coneicc a la mejor tesis en comunicación 1988, miembro del Consejo Editorial de RMC.
- Marcela Acle Tomasini, doctorada en análisis del discurso.
- Raúl Navarro Benítez, tesorero de la Amic.
- Javier Esteinou Madrid, doctor en sociología, miembro del Consejo Editorial de la RMC.
- Isaura Corlay Pérez, periodista especializada en temas tecnológicos.

corriente política en los pasados procesos electorales, disminuyó sensiblemente.

Sin embargo, si usted tiene la audacia y paciencia de escuchar varios noticieros y servicios informativos de diferentes estaciones, puede reconstruir un panorama amplio de los sucesos que determinan la coyuntura nacional e internacional. En un mismo día y horario puede oír a líderes magisteriales, políticos de signo diverso, analistas, académicos y representantes de la sociedad civil opinando sobre una gama muy variada de conflictos. Se le presentará también la oportunidad de escuchar a subsecretarios, directores generales y funcionarios encargados de intentar explicar a trompicones las bondades de las acciones que vertiginosamente está instrumentando esta administración. Reflexionará en torno a los diagnósticos de los principales líderes empresariales y si agudiza el oído, podrá entresacar los matices ideológicos y políticos que definen sus diversos grados de conservadurismo y las condiciones que establecen con el gobierno. Estarán en cabina los dirigentes de partidos, diputados, asambleístas y senadores que emitirán juicios desde su particular espectro ideológico-político, por citar solamente los casos más significativos.

Otro segmento de población codiciado por los programadores matutinos que no ha tenido mucha suerte en cuanto a la posibilidad de ser interpelado desde perspectivas más audaces e imaginativas, es el de la mujer.

Mientras en la barra matutina los receptores son básicamente automovilistas y mujeres que laboran en su hogar, en la vespertina el abanico se abre y abarca otros segmentos de la población. Siguen predominando los noticieros, aunque en algunas estaciones se han instrumentado programas de opinión y de servicio que se combinan con una mayoritaria presencia musical en el cuadrante, que sigue apelando a los tradicionales concursos y programas de sugerencias. Las que parecen haber casi desaparecido del cuadrante son las radionovelas, abuelas de las telenovelas que han tenido un auge tal que se han convertido en uno de los principales productos de exportación de Televisa.

Al término de la tarde y en los horarios nocturnos, la programación mantiene un perfil variado en el que predominan la música comercial, algunos programas serios de opinión y los servicios noticiosos que se convierten en un adelanto de lo que los periódicos publicarán

al siguiente día. Los diarios se han convertido en los protagonistas del cambio que se está operando en los servicios informativos radiofónicos. Algunos reporteros y articulistas han sido incorporados a los cuadros que elaboran y desmenuzan los hechos cotidianos a través de la radio. Algunos servicios noticiosos radiofónicos, por ahorrarse pocos pesos copian casi literalmente las notas de los periódicos que mayormente se ajustan a su tendencia editorial, o que cubren con mayor amplitud los sucesos que mayor atención ocupan de la opinión pública.

Este nuevo espectro radiofónico requiere de un replanteamiento en las formas como tradicionalmente se le oye y se le escucha. Las maneras actuales de recepción deben ajustarse a las preferencias del auditorio que abarcan una amplia gama de temas que son tratados desde perspectivas que responden a intereses que deben ser ubicados con claridad. Si usted desea conocer la versión netamente oficialista de algún suceso debe saber con claridad cuáles son sus opciones. Si en cambio busca una no tan cargada hacia los intereses gubernamentales ahí están las estaciones que las transmiten. O por el contrario, si se identifica con la perspectiva empresarial e incluso un tanto clerical, también existen numerosos espacios desde de los cuales usted puede satisfacer su curiosidad. Si en cambio le interesa la confrontación de diversos puntos de vista, y la visión plural de la realidad, las oportunidades son pocas pero las puede identificar. Tal vez le parezca atractivo participar con su opinión o conocer la de sus otros conciudadanos; el espectro radiofónico tiene opciones a la vuelta de la perilla. Esta creciente movilidad del auditorio está obligando a ofrecer mejor calidad y a definir los compromisos políticos adquiridos por los concesionarios. Los anunciantes y propagandistas —para diseñar sus campañas publicitarias— deberán tomar en cuenta la existencia de este nuevo y creciente público golondrino. Esta nueva forma de recepción, seleccionando sus mensajes de una oferta determinada a una competencia feroz por los distintos segmentos sociales, genera cambios en la producción radiofónica que convertirán a este regulado medio en el instrumento fundamental de la lucha por la hegemonía ideológica y la orientación del proyecto nacional. La lucha por la democra-

tización del país, cuyo escenario dominante es la calle, pasará primero por la radio que por la televisión, desequilibrando el entramado que hasta este momento habría caracterizado al sistema nacional de comunicación público y privado.

## Los medios de comunicación y los terremotos de 1985 en México

Dr. Javier Esteinou Madrid

En los últimos 30 años los medios electrónicos de información en México han operado en función a cuatro principios de reproducción del orden establecido: la lógica de la acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia. Dentro de este modelo, se ha marginado el empleo sustantivo de los medios de comunicación para el impulso de los proyectos de desarrollo social que ha requerido la población mayoritaria del país durante más de 5 décadas.

Sin embargo, a las 7.20 de la mañana del jueves 19 de septiembre de 1985, los medios electrónicos de comunicación cambiarán drásticamente su transmisión cultural. La causa, la enorme agresión que la naturaleza arrojó sobre la ciudad de México, con la furia más violenta que se ha producido desde su fundación hace 500 años a través de un terremoto de 8.1 grados en la escala Richter (diez mil veces más fuertes que una explosión atómica subterránea) que generó una profunda ruptura emotiva, un enorme desastre material y una gran pérdida de las vidas humanas.

En 120 segundos el asalto del siniestro arrojó más de 10 mil muertos, 5,500 desaparecidos, 7,000 heridos, 6,000 edificios dañados, 137 escuelas afectadas, 97 cines y teatros resentidos, 11 hospitales cancelados, 35,000 personas sin vivienda, 100,000 trabajadores sin empleo, 6 millones de habitantes sin agua potable, 4 millones sin energía eléctrica, suspensión del 60% de las comunicaciones locales y del 100% de las nacionales e internacionales, imposibilidad de circular por el centro de la ciudad, cientos de fugas de gas, varios archivos y memorias oficiales de órganos de gobierno perdidos, 17

millones de habitantes altamente sensibles, etc. En síntesis, además de la enorme pérdida de seres humanos y del fuerte desajuste síquico, el sismo deja una secuela de destrucción por más de dos billones de pesos (aproximadamente cinco mil millones de dólares).

A partir de estos momentos, los medios electrónicos de la comunicación que sobrevivieron (varias instalaciones de algunas industrias culturales como canal 2, de Televisa, el Instituto Mexicano de la Radio, Radio Fórmula, el periódico *La Prensa* y otros más que fueron destruidos y salieron de aire) reaccionaron y alteraron radicalmente, por algunos días, sus tendencias y lógicas de producción de la tradicional cultura de masas en el valle de México. No hubo tiempo para esperar la ayuda internacional, ni para diseñar un proyecto meditado de difusión de información, por lo que aceptados las circunstancias radicales los aparatos de comunicación colectiva improvisaron un desordenado y contradictorio, pero a la vez, enormemente útil, programa de conducción social. Tanto medios oficiales como privados, trabajaron durante varios días con todo su poder de movilización en una sola línea de apoyo social: el rescate de las víctimas, la asistencia a los dañados y la reorganización de la ciudad.

Aprovechando su capacidad de la relación ampliada con los receptores y ocupando los espacios tradicionales que momentos antes le correspondían al teléfono, al telégrafo y al télex que quedaron destruidos o inutilizados en un alto porcentaje, se convirtieron en el principal sistema nervioso de la ciudad y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio, con los apoyos de la colaboración espontánea que ofrecieron la multitud de ciudadanos afectados indirectamente.

El proyecto social emergió abruptamente en los medios y sepultó drásticamente las otras lógicas culturales, que media hora antes, sostenían otro programa ideológico antagónico. Los medios recobraron el único sentido que los puede justificar en el país: su carácter altamente social.

Desde este instante los aparatos de comunicación funcionaron orgánicamente para vincular la información que transmitieron con las apremiantes necesidades sociales que debían encararse en todos los puntos cardinales de la ciudad y del interior de la República. Desde la Radio y la televisión se produjo un intuitivo y espontáneo proyecto de educación

de masas que se expresó a través de un permanente flujo de dirección auditiva y visual que gobernó a la capital en estado de emergencia. En este contexto desapareció la información parasitaria que abundaba en la atmósfera matutina hasta antes de la tragedia: se cohesionó orgánicamente en la cultura de las masas, con los requerimientos humanos de socorro.

Así, a través de los medios se sensibilizó aceleradamente a la ciudadanía de la gravísima realidad que se vivía y se informó de los apoyos de la emergencia que exigía la sobrevivencia social. Durante más de una semana se produjo un ambiente cultural que osciló desde la aportación de medicinas, para hospitales, cruz roja, centros de emergencia y puestos de socorro, hasta la donación de cascos, tiendas de campaña, serruchos para concreto, martillos hidráulicos, cortadoras de fierro, picos, palas, sierras, palas mecánicas, camiones de carga, plantas de luz y grúas para las cuadrillas de rescate que tenían que remover los escombros.

La entrega de alimentos preparados, conservas en latas, plasma sanguíneo, agua purificada en grandes cantidades, etc. para los 131 albergues de los damnificados.

El informe de la localización de los refugios, centros de auxilio, heridos trasladados de un hospital a otro, personas extraviadas, víctimas rescatadas y el reconocimiento de cadáveres antes de pasarlos a la fosa común. La instrucción civil para hervir el agua por más de 10 minutos y ponerle gotas de cloro, no consumir alimentos en la vía pública, no tirar basura en la calle, no romper ni abrir las válvulas maestras de agua, no realizar las necesidades fisiológicas al aire libre, ni obstruir el paso de los desechos negros para evitar epidemias de tifoidea y peste por contagio de los redes de agua potable que se destruyeron en 1,197 uniones.

La canalización de bomberos, ambulancias, socorristas, cuerpos de seguridad y voluntarios para reparar fugas de gas, cables rotos de alta tensión, transformadores con corto circuito, incendios, semáforos, etc., en todas las delegaciones de la ciudad. La realización de llamadas angustiosas de SOS a las cuadrillas de rescate para que después de siete días desenterraran a personas que aún estaban atrapadas entre las ruinas y gritaban auxilio.

Hasta las solicitudes por parte de las autoridades militares para que los automovilistas y curiosos no bloquearan las calles de acceso de emergencia a los centros de desastre, especialmente las vías de desahago del aeropuerto central,

desde el cual se movilizaron más de 3,000 toneladas de víveres, apoyo médico, material de rescate y equipo de demolición, que llegaron al país, a través del puente aéreo que construyeron durante 12 días más de 46 países de los 5 continentes.

Las denuncias de los damnificados por la rapiña y corrupción que proliferó en el rescate de sus pertenencias, como por el pago de 8 mil pesos para la entrega de los cadáveres por los ministerios públicos, el abuso de los funcionarios y por la reetiquetación de precios en los artículos de primera necesidad en 2,000 comercios de la capital.

La conducción de miles de mensajes de los habitantes del D.F. a sus familias y amigos del interior de la República y de otros países a través de los medios de información electrónicos, correos personales y la estación de onda corta XE-I-SO de los radioaficionados. El anuncio del cambio de rutas de tránsito, transporte y los sentidos de las avenidas por estar canceladas 23 de las 200 vías de tráfico que existen en el D.F.

El aviso de distribución de 20 millones de litros de agua a través de 420 pipas, 20 carros tanques y 200 mil bolsas de líquido para las delegaciones afectadas. La cooperación de voluntarios para distribuir diariamente a los 50,000 refugiados en los albergues 80 toneladas de frutas y verduras, 20 mil raciones alimenticias, 206,000 litros de leche, 400,000 bolillos, 15,000 kilos de tortillas y 400,000 litros de agua purificada.

Y la notificación de la formación de centros de tratamiento psíquico para los damnificados para evitar traumas y rupturas mayores.

Ante esta permanente distribución de información de emergencia por los aparatos de comunicación, se removieron los escombros de frialdad ciudadana acumulados durante muchos años sobre nuestras conciencias. La ruptura emocional que provocó el movimiento telúrico y que varió desde el medio, la histeria, la angustia, la depresión, el llanto, la tristeza, el dolor y la hiperactividad, se convirtió en un enorme movimiento de solidaridad y de heroísmo de todos los estratos sociales de la población.

La ayuda provino de todas partes, especialmente, de la juventud, que canalizó su vital energía en el socorro a los desvalidos. Cientos de miles de voluntades espontáneas de todas las edades salieron a la calle con el fin de salvar vidas. La respuesta fue tal, que la entrega de la sociedad civil cubrió las enormes lagunas que dejó el ineficiente aparato burocrático del gobierno y rebasó sustancial-

mente la reacción que ofreció el Estado a través de su programa militar DN-III para casos de emergencia nacional.

Sin embargo, a 15 días de ocurrido el drama, los medios de información electrónica volvieron a ser atrapados lenta y sutilmente por las lógicas del desarrollo desigual. Tendencias que más que continuar centrado la atención en la cruda situación nacional y en los difíciles caminos de la reconstrucción que hay que apuntalar, la han desviado nuevamente hacia los deportes, las series de entretenimiento, las telecomedias, la publicidad, los éxitos musicales, la programación extranjera, la propaganda institucional, los concursos juveniles y las fantasías infantiles; y las realidades fundamentales, de la problemática nacional exclusivamente, son recobradas, en el mejor de los casos, por los noticieros y uno que otro mensaje especial.

Después de la respuesta inmediatista de los medios, las viejas inercias de poder volvieron a ocupar en éstos, sus espacios perdidos durante algunos días. Los aparatos electrónicos volvieron a separar el corazón y la inteligencia del país que días antes se unió en una sola expresión: la ayuda al vecino.

Situación que posteriormente fue reforzada por la mayor desmovilización ideológica que produce anualmente en nuestra República el ciclo cultural que impulsan los medios comerciales: la Navidad. Fase en la cual, en 45 días de trabajo publicitario se desviaron los efectos, la energía colectiva y el presupuesto familiar hacia el consumismo. Hay que recordar que simplemente en diciembre de 1984, en plena crisis global del país, en la que se importaban alimentos, avanzaba el proceso de desertificación del campo, existía un déficit de 3 millones de viviendas, se aumentaba la deuda externa para financiar el desarrollo interno, se incrementaba la destrucción ecológica y ambiental, se agravaba la dotación de agua a las ciudades, etc., las campañas navideñas provocaron en 24 días, una erogación artificial de más de 120,000 millones de pesos por concepto de compras artificiales, de los cuales 12,000 millones se fueron en bebidas alcohólicas, 6,000 millones en adquisiciones de última hora, 4,000 en la cena de noche buena y 3,500 se destinaron a la basura por abarcar las envolturas de los regalos.

Ciclo mental que posteriormente fue reforzado por las vacaciones de fin de año en las cuales el conjunto social buscó vivir la catarsis que provoca el descanso y el olvido del peso de la crisis social acumulado durante todo el año. Realidad

que más adelante fue rematada por la enorme desorganización ideológica, especialmente de la juventud, que provocó la celebración del Campeonato Mundial de Fútbol en nuestro país en los primeros meses de 1986.

Frente a estas circunstancias, no podemos desconocer que el ciclo cultural que cotidianamente han construido los medios de comunicación a lo largo de los últimos años, ha hecho olvidar totalmente la tragedia sucedida en noviembre de 1984 en San Juan Ixhuatepec.

Por ello, consideramos de la más alta prioridad política que la débil sociedad civil que existe en el país trabaje en la línea de orientar al funcionamiento de los medios electrónicos hacia la atención de los conflictos centrales que atoran nuestro proyecto de desarrollo nacional.

Algo muy importante que el mismo nos enseñó, es que los medios de comunicación son capaces de gestionar un proyecto de impulso social. Que cuando todos los canales de difusión trabajan en una sola línea son capaces de producir un proceso de desarrollo social de infinitas dimensiones que anula las más viejas inercias de poder que cultiva la ciudad. Pero también, hemos aprendido que la conservación de un programa de promoción social a través de las industrias culturales, no se mantiene por la sola presencia de la catástrofe, por más grave que ésta sea. Se requiere la acción constante de nuevas fuerzas y actores sociales que orienten el uso futuro de estas instituciones mentales.

Por todo ello, pensamos que uno de los desafíos centrales de la reconstrucción de nuestra ciudad y de nuestro país se enfrenta en el terreno cultural: será desde aquí donde se movilizará solidariamente o se inmovilizará individualmente al conjunto social, frente al proyecto de reedificación de nuestra sociedad. De no trabajar arduamente en esta esfera, el ritmo cotidiano y las tendencias enajenantes de la vida urbana, insensibilizarán nuestra participación y convertirán el anhelo de reconstrucción de nuestra capital y de nuestra nación en un tortuoso proceso burocrático como ha sucedido con el sismo de 1957, el temblor de 1973 en Cd. Serdán (Puebla) y las recientes inundaciones y desastres naturales en el Bajío.

Por ello, la sociedad civil debe crear a través de los aparatos de comunicación, en el mediano y largo plazo, una atmósfera cultural que recobre la nueva jerarquía de valores humanos que surgieron en años pasados de los sentimientos más puros de la sociedad, para que orienten el proceso de reconstrucción y combatan con ello la devastadora vorágine cultural

que producen los medios de información comerciales sobre nuestras conciencias. De lo contrario, de no producir esta nueva carga cultural se volverá a vivir la profunda contradicción entre cultura nacional y proyecto de desarrollo global. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo social por otro.

No podemos olvidar que la creación de una nueva sociedad, requiere la producción de un nuevo eje cultural, y éste, en nuestro país creemos que hoy día gira alrededor de la renovación de los medios de comunicación social. ¶



RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

860 kHz A.M./ 96.1 MHz F.M.  
Estereofónica 9,600 kHz Onda Corta,  
Banda Internacional de 31 m

CULTURA Y REFLEXION  
NACIONALES

Barra de programas en vivo

Lunes:

¡QUE DIJERON!

Conductor: Alberto Dallal

El arte y la cultura de México y el mundo

Martes:

SITUACIONES

Conductor: Fernando Escalante

Los universitarios, sus obras y su compromiso social

Miércoles:

SIN PERMISO

Conductor: Salvador Martínez della Rocca

Aspectos económicos, política y problemas sociales

Jueves:

DESNUDOS

Conductora: Verónica Ortíz

Encuentros genuinos entre los individuos y su entorno

NUEVA SERIE: CONTEMOS CON LA CIENCIA Y  
LA TECNOLOGIA

Información científica para niños del segundo  
y tercer ciclo de Enseñanza Básica

Guión y realización de Manuel Estrada

Sábados: 8:30 hs