



Secretaría
de Comunicación
y Cultura
S E C C

REPUBLICA DE CHILE			
PRESIDENCIA			
REGISTRO Y ARCHIVO			
NR.	93/8502		
A:	22 ABR 93		
P.A.A.	<input type="checkbox"/>	R.C.A.	<input type="checkbox"/>
C.B.E.	<input checked="" type="checkbox"/>	M.L.P.	<input type="checkbox"/>
M.T.O.	<input type="checkbox"/>	EDEC	<input type="checkbox"/>
M.Z.C.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

ORD.: N° 211/93 /

ANT.: Su Of.Ord. 93/1911 del
19 de abril 1993.

MAT.: Sobre carta de revista
LEADER'S.

ARCHIVO

SANTIAGO, 22 ABR 1993

DE : DIRECTOR DE LA SECRETARIA DE COMUNICACION Y CULTURA

A : SR. JEFE DE GABINETE PRESIDENCIAL - DON CARLOS BASCUÑAN E.

En respuesta a lo solicitado en documento indicado en el ANT., relativa a la carta del Presidente del Directorio y Editor Jefe de la revista "Leader's", Sr. Henry O. Dormann, me permito exponer a Ud. lo siguiente :

- 1.- Debido a las numerosas solicitudes de apoyo que el gobierno recibe para realizar este tipo de suplementos o ediciones especiales, la aprobación debe ser bastante selectiva y relacionada tanto con la importancia del medio como con la conveniencia y oportunidad para Chile del suplemento en cuestión.
- 2.- Aprobar una iniciativa de este tipo sólo significa que el gobierno respalda la idea y realiza algunas gestiones ante el sector privado para conseguir su apoyo y allanar el camino a los autores del suplemento que solicitan avisos comerciales. Pero en ningún caso el gobierno puede comprometerse a asegurar un avisaje determinado por parte del sector privado.
- 3.- La experiencia ha demostrado que el sector privado es cauteloso y reacio a contratar avisos en la prensa extranjera, porque en general los costos son muy altos y no se tiene una percepción clara respecto a su efectividad. El sector privado tampoco percibe una necesidad imperiosa de reforzar la imagen positiva de Chile, porque ésta ya existe a través de la cobertura periodística normal.

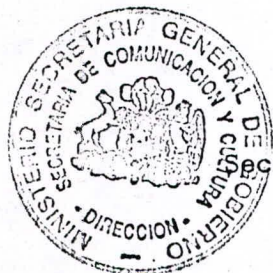


- 4.- Efectivamente hay sectores nacionales que prefieren una política de promoción de bajo perfil porque no tienen la infraestructura necesaria para acoger la demanda que les significa una mayor difusión. Es el caso del turismo en algunas zonas del país, como Isla de Pascua, Torres del Paine o parques nacionales bajo tuición de CONAF.
- 5.- El gobierno está consciente de la importancia de la prensa extranjera. También está interesado en que los medios extranjeros cubran las diversas actividades de la vida nacional y está dispuesto a facilitarles la labor a todos los periodistas que deseen escribir o filmar sobre Chile. Para ello, cuenta con el Departamento de Prensa Internacional de la Secretaría de Comunicación y Cultura, que se encarga de organizar programas, entrevistas y eventos especiales.
- 6.- No obstante, el gobierno carece de la capacidad para apoyar financieramente todos los suplementos que aparecen sobre el país. Tampoco es su labor hacerlo. Ni puede presionar al sector privado para que lo haga.

Le saluda muy atentamente,

EUGENIO TIRONI B.
Director

Secretaría de Comunicación y Cultura



Distribución

- 1.- Sr. Jefe de Gabinete Presidencial
- 2.- Archivo Dirección de la S.C.C.

ETB/ABP/ama