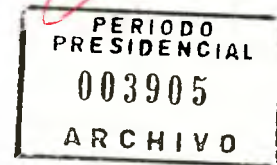


DISCURSOS DE S.E. EL PRESIDENTE DE LA  
REPUBLICA EN EL MES DE MARZO DE 1992



2-3-9

FECHA DE ENTREGA: 20 de Marzo de 1992

- Día 10 Entrevista del Diario La Nación
- 12 Reunión con dirigentes sindicales de Curanilahue
- 15 Discurso en Seminario sobre Democratización en el Cono Sur
- 16 Entrevista de periodistas extranjeros que asistieron a Reunión de Internacional D.C.
- 18 Entrevista de Revista "Forbes" de Estados Unidos
- 19 Saludo a Delegación del Servicio Evangélico para el Desarrollo
- 19 Saludo a Delegación de Ministros Latinoamericanos de la Vivienda
- 19 Discurso en clausura de Reunión Latinoamericana de Ministros de la Vivienda.

FECHA DE ENTREGA : 27 de Marzo de 1992

- 21 Saludo a su llegada al Aeropuerto Internacional de Carrasco - Uruguay
- 21 Discurso en Encuentro Empresarial Binacional Chileno- Uruguayo
- 22 Saludo a Colonia Chilena residente en Uruguay
- 23 Discurso al agradecer la entrega de las llaves de la ciudad de Montevideo
- 23 Discurso ante el Comité de Representantes de la ALADI
- 23 Discurso ante la Asamblea Legislativa de la República Oriental del Uruguay
- 23 Discurso en cena ofrecida por el Presidente del Uruguay Dr. Luis A. Lacalle
- 23 Discurso ante la Suprema Corte de Justicia de Uruguay
- 24 Intervención en Conferencia de Prensa Conjunta con el Presidente de Uruguay
- 27 Saludo a integrante de Comisión Interpalamentaria Chile- México

FECHA DE ENTREGA : 6 de Abril de 1992

- 27 Discurso cena señora Violeta Chamorro , Presidenta de Nicaragua
- 31 Discurso población Montedónico en Valparaíso
- 31 Saludo ceremonia firma Convenio Serviu - Municipalidad de Valparaíso
- 31 Declaraciones integrantes de la Agrupación de Reporteros de la Moneda.

3 de Abril 1992.-

## LOS DISCURSOS E INTERVENCIONES

Los discursos e intervenciones presidenciales, en las giras nacionales e internacionales, pueden tener una llegada más completa y oportuna a la opinión pública, modernizando el sistema de edición y entrega sin aumentar costos.

Los intervenciones en terreno actualmente tienen una entrega de texto entre uno a diez días. Este lapso puede reducirse a horas en forma simple.

Así también se resuelva la causa de uno de los frecuentes problemas derivados del uso de frases o citas incompletas, fuera de contexto de las palabras del Presidente.

Si se compara la lista de textos con recortes de cobertura, con sus fechas, \* existe una desproporción notable entre los conceptos emitidos y los conocidos por la opinión pública.

\* Se adjunta lista

Sistema usado por otros jefes de Estado.

Instalación de adaptador telefónico a grabadora por línea directa en La Secretaria de Prensa. En el lugar donde esta el Presidente se usa un accesorio igual, con línea telefónica de entrada que puede conectarse en uno de los presidenciales, que no siempre están ocupados, como en cualquier teléfono.

Edición inmediata.

Con ese procedimiento, en las actividades fuera del palacio, se graban las palabras del Presidente y de la misma grabadora se transmiten telefónicamente a La Moneda inmediatamente después de pronunciadas. Así son transcritas y editadas por un periodista que conoce el itinerario y las distribuye por teletipo a los medios de comunicación, con poca diferencia horaria, eliminando la entrega a fecha.

Capacidad permanente de comunicación al país

Este método informativo es el usado en todo el mundo por los Jefes de gobierno, políticos y empresarios para tener la certeza que sus palabras son emitidas oportunamente, desde la sede de sus funciones por personal responsable, en forma inmediata.

Esta forma de comunicación le permite al Presidente, si es necesario, de su propia voz y con buena calidad de reproducción emitir saludos, declaraciones u opiniones que pueden servir para la radio y television, como si fueran emitidas desde la sede del gobierno.

### Fotografía y Televisión.

Los sistemas audiovisuales son los más eficaces para las comunicaciones presidenciales. La radio es el medio que más llega a través del país. Las imágenes son más vistas que los textos en los impresos. Las tomas de televisión son más registradas en la forma que en el contenido.

A partir de este año y hasta 1994, existe el mismo lapso de tiempo para perfeccionar estos campos.

#### Contenido

En el tiempo transcurrido hasta el 11 de Marzo, fue conveniente enfatizar la imagen del gobernante, símbolos de su rango y presencia con personajes, en distintos escenarios.

Hoy lo importante es la imagen en contacto directo con la gente. En una entrega de viviendas, visitando las casas con los nuevos beneficiarios, es una imagen de mayor novedad e impacto que sentado en la testera rodeado de las autoridades, entregando títulos o cortando cintas.

En inauguraciones o visitas industriales, con los trabajadores en dialogo directo que hablando desde un podio y así en las variadas circunstancias de su actividad.

Agilidad de entrega.

Para obtener lo señalado es preciso que los fotógrafos se alternen y en lo posible uno se dedique a las fotos de archivo histórico y protocolo, mientras el otro capta lo periodístico.

Siempre tiene que haber entrega en el día, de fotos de prensa en cualquier lugar y circunstancia, que se distribuyan en forma de copia exclusiva, a los medios de comunicación, esta exclusividad debe ser respetada rigurosamente para que el sistema tenga credibilidad y funcione.

Con los adelantos de laboratorio portátil, o los existentes en todas las ciudades del mundo, es factible entregar vía fax, fotos con horas de diferencia. Otros Jefes de Estado y los fotógrafos papales tienen máquinas profesionales de revelado simultáneo (Polaroid).

Para los videos se puede utilizar el mismo sistema y las facilidades de reproducción con que cuenta el gobierno para distribuir material, desde La Moneda a medios y agencias, reforzando los despachos de sus periodistas.

Política de acercamiento

La segunda etapa del gobierno requiere que el entorno presidencial, no involucrado en las campañas parlamentarias o presidenciales afiance un nivel de comunicación y confianza con sectores profesionales de la prensa.

Transparencia

Esta tarea requiere establecer, por parte del Gabinete del Presidente, objetivos que transparenten la acción ejecutiva y sean un método de acceso directo a los medios de comunicación.

La información que recogen y transmiten los periodistas acreditados en la Moneda es materia prima informativa que necesita explicaciones y a veces ser digerida con los antecedentes que generan esas noticias.

Por ello es conveniente establecer un grado de relación periódica con los editores o personas con influencia en los medios a las que es preciso dedicarles un tiempo para hacer más fluida, en un período complicado, la acción de contacto con la ciudadanía a través de los medios de comunicación.