

FALLA DE ORIGEN

36

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO

ENEP ACATLAN

ESTRATEGIA DE COMUNICACION INTERNACIONAL
:MEMORIA DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LIC. PEDAGOGIA Y COMUNICACION
COLECTIVA

PRESENTA:

FRANCO GARCIA, AUGUSTO RAMIRO

1985



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

ESTRATEGIA DE COMUNICACION INTERNACIONAL

INTRODUCCION

1. MARCO TEORICO
2. COMUNICACION INSTITUCIONAL COMO SISTEMA COORDINADO
3. ESTRATEGIA DE COMUNICACION INTERNACIONAL
4. COMITE DE COMUNICACION INTERNACIONAL
5. DEFINICION CONCEPTUAL DE LA FUNCION DEL CONSEJERO DE PRENSA
6. RELACIONES PUBLICA
7. SISTEMA COMPUTARIZADO DE INFORMACION
8. CREACION DE UN ORGANO DE INFORMACION DE LAS EMBAJADAS
9. ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN VENEZUELA
10. ORGANIZACIONES GREMIALES
11. RADIO
12. IMAGEN DE MEXICO
13. EVALUACION DE LA GESTION
14. PROBLEMAS Y METAS NO CUMPLIDAS
15. ESTRATEGIAS Y METAS
16. CONCLUSIONES
17. BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCION

Meses antes de pensar siquiera que colaboraría directamente en la Secretaría de Relaciones Exteriores, un amigo, quien habría sido mi jefe en la Agencia Mexicana de Noticias (NOTIMEX) y que se desempeñaba como asesor político del Secretario en la Cancillería, me pidió que en forma conjunta realizáramos un trabajo sobre la conveniencia de contar con encargados de prensa en las embajadas de México, aprovechando mi experiencia como corresponsal por tres años en Centroamérica y como Jefe de la Sección Internacional de NOTIMEX.

Habría que definir, en primera instancia, cuál es el concepto de comunicación y su aplicabilidad dentro del contexto de la Secretaría de Relaciones Exteriores, dado que por muchos años la mayoría de las representaciones mexicanas en el exterior habían carecido de una persona profesional dedicadas a las tareas de prensa o quienes habrían ejercido esa función, en la mayoría de los casos, eran nombrados en forma personal o por simples afinidades profesionales (en la generalidad de las veces los Agregados Culturales eran quienes debían mantener la vinculación con los medios de comunicación).

Asimismo existía el antecedente que en el Plan Nacional de Desarrollo del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari, se planteaba como punto neurálgico y estratégico un inciso especial sobre el mejoramiento de la imagen de México en el exterior, función que por obvias razones debía ser realizada por la propia Secretaría de Relaciones Exteriores.

Cuando iniciamos el análisis de la posición de México en el mundo, nos hicimos los siguientes cuestionamientos, los cuales fueron discutidos en el propio interior de la cancillería y con funcionarios de otras dependencias, a fin de percatarnos realmente de la importancia que tenía la formación de esas áreas especializadas en las Embajadas y representaciones en el exterior.

Entre estas reflexiones el primer análisis fue que en un mundo globalización cerca de 200 naciones fijan su bienestar social y su desarrollo económico presente y futuro en las relaciones internacionales.

Sin embargo las relaciones inter-naciones en este fin de siglo tienen estas características:

a) Tan sólo el 5 por ciento de los países controlan más de la mitad del territorio y población del mundo.

b) Tienen el control de la riqueza. La suma del Producto Nacional Bruto de Estados Unidos y Japón con más de nueve mil billones de dólares, < supera en más del doble al PNB de 150 países que representaban la totalidad de Europa del Este, Africa, medio Oriente, Latinoamérica y el Caribe

c) Los llamados países industrializados controlan el 74 por ciento del comercio internacional y son los principales acreedores de más de un trillón de dólares por parte de los países en vías de desarrollo. Este poder se refleja con todo su peso en el PNB per cápita; mientras el japonés y el americano reciben anualmente 24 mil dólares promedio; un mexicano o un chileno reciben diez veces menos y un etíope o un vietnamita 100 veces menos.

Estas mismas proporciones se reflejan en la banca, en la industria, en la educación, en el transporte y prácticamente en el resto de los indicadores económicos y sociales que estructuran el mundo.

Asimismo, este 5 por ciento de las naciones tienen el predominio del conocimiento científico y tecnológico. En Estados Unidos el promedio de computadoras por cada mil habitantes es de 265, mientras que el promedio mundial es de tan sólo 27 por ciento, lo cual significa un mil por ciento de órdenes procesadas por minuto.

Esta élite de naciones ostenta, también, el poder informativo en el mundo. Un poder que habla todos los días y que los demás países tienen la imperiosa necesidad de escuchar. Un poder que realiza diariamente pronunciamientos, acuerdos, declaraciones, decisiones y acciones que afectan la política, la economía, las finanzas y el comercio de todo el orbe. Una fuerza periodística de esa élite global con más de 500 millones de circulación diaria, es cinco veces mayor que la suma de las fuerzas informativas del resto de los países del planeta.

En el terreno de la comunicación social a nivel mundial, se refleja necesariamente la expresión de ese poder.

Una élite global de comunicación instituye y se instituye como el poder internacional informativo. La amplitud y la fuerza de cobertura y difusión, la abundancia de sus recursos tecnológicos y financieros y, sobre todo, el prestigio que tiene pertenecer a ese Club de Poder los acredita como portadores legítimos de la información estratégica mundial.

La expresión manifiesta de ese Club de Poder es la Opinión Pública Internacional. Esa voz de poder crea y destruye, ratifica y rectifica de acuerdo a sus intereses y la imagen y conducta de todos los demás estados del mundo.

Todo país que no pertenezca al Club de Poder, recibe el impacto de su presión de poder informativo. La dependencia económica, financiera, comercial, tecnológica hace que la mayoría de los Estados del mundo sean muy sensibles positivamente a la hora de definir sus proyectos nacionales y realizar sus actos de gobierno.

Los medios de comunicación son los intermediarios de la realidad política, económica, social y cultural entre todos los países, pero sólo la élite de la prensa mundial tiene la capacidad y la fuerza informativa para manipular y definir la imagen de las naciones.

La élite de la prensa internacional tiene una capacidad telescópica para monitorear el universo de los fenómenos mundiales, una capacidad microscópica para acrecentar y penetrar en los acontecimientos singulares y una capacidad tecnológica que permite presentar estos fenómenos y acontecimientos a los ojos de la sociedad global.

Las características de estos procesos informativos de los medios de comunicación internacional permiten que la objetividad de un tópico se transforme en un fenómeno de magnitud descomunal.

Es muy importante destacar que no es la subjetividad del manejo de las noticias la que

produce estos efectos, sino la deformación que la objetividad sufre por el procesamiento técnico y las características propias de los medios de comunicación social.

Es objetivo que en todos los países exista corrupción, desigualdad, drogas, violencia y otras miserias de la existencia social, sin embargo cuando la atención de la élite informativa recae sobre un personaje o acontecimiento de un país en particular, primeramente lo destaca en el escenario mundial, le concentra los reflectores a determinados matices y le deja en la sombra el resto de su espectro, deforma su imagen y a los ojos del mundo, esta imagen es la realidad.

En la élite de la prensa global, difusión y silencio son dos fuerzas para dialogar con la realidad del mundo. Por ello, monitorear la prensa de poder es monitorear la imagen del mundo. Influir en la prensa de poder, es tratar de influir en las decisiones del poder.

La necesidad política de proveerse de información internacional que tienen los responsables de los gobiernos en los países latinoamericanos es evidente y México no se escapa a esta situación. La incapacidad de la mayoría de ellos para desarrollar con recursos propios les obliga a tener una relación permanente con los medios de poder, ya que su dependencia comercial, financiera y tecnológica se traduce igualmente en una dependencia informativa.

La práctica y experiencia diaria en los altos niveles de gobierno nos señalan una incesante necesidad por saber qué se dice en el exterior de nuestros países, que imagen tienen nuestros gobiernos, su política y economía, que se pronostica de nuestro desarrollo, como se valoran nuestros proyectos nacionales, que puntos de conflicto se señalan y que advertencia se manifiesta, todo ello referido al ámbito nacional, local y sectorial.

La presidencia de la república, las secretarías de Estado, los gobiernos de los estados, el congreso, el senado, los partidos políticos, empresas paraestatales, grandes corporaciones empresariales y organismos sociales, reciben, procesan, cuestionan y debaten diariamente información que viene del exterior.

Sin embargo todas estas entidades públicas, privadas y sociales tienen una gran diversidad de medios para recabar la información internacional que necesitan y medios para tratar también de influir en éstos, siendo ambas predominantemente indirectas, ya que estos organismos en su mayoría carecen de agentes propios en el exterior y aquellos que los tienen carecen a su vez de recursos humanos, financieros y tecnológicos profesionales tanto para monitorear y responder con amplitud y profundidad el campo vital de cobertura informativa internacional que requieren diariamente.

Respecto a los medios de comunicación, las agencias de noticias internacionales en su conjunto representan básicamente la única versión informativa con la que se cuenta, estableciéndose por ello una homogenización en la información internacional, que contrasta con la gran diversidad de medios de comunicación nacionales y con la amplia gama de las políticas editoriales que éstos representan.

La demanda de requerimientos de información internacional que tienen los altos niveles de gobierno de los países en vías de desarrollo, se está incrementando con el fenómeno de la globalización, modernización, apertura de mercados y de competencia a nivel interno y externo, exigiendo simultáneamente proveerse de una información internacional cada vez de mayor calidad, cobertura, profundidad, oportunidad y especialización y desarrollo, una capacidad de respuesta que les permita influir, de alguna manera, en las decisiones de ese gran poder.

Por ello, la OCDE en su reporte titulado INFORMATION IN 1985 estableció una definición global del concepto como Información-Recurso, básica para acentuar la importancia de este factor en la formulación de planes, proyectos y toma de decisiones en el ámbito económico, político y social.

Si le sumamos a esto el progreso que han tenido la informática, las telecomunicaciones y equipos terminales de alta tecnología en el último lustro, podemos contemplar un nuevo escenario de amplia dimensión para los servicios de información

internacional.

Sin embargo, el concepto de información internacional es estratégico, no sólo por tener un indiscutible valor funcional para los medios de comunicación social, una que es parte de su materia prima junto a la información local y nacional, sino ser el principal generador del concepto de imagen internacional.

En el contexto político, económico y social, la imagen internacional es un factor estratégico.

Tener una buena imagen internacional en un mundo globalización, facilita y coadyuva a la realización de propósitos e intereses nacionales.

En los niveles superiores de gobierno de cada país y de cada sector, existe la conciencia de lo que una mala imagen internacional puede representar. Saben perfectamente que si la élite de prensa global difunde en un tono alarmante cuestiones de inseguridad política o social, esto se traducirá inmediatamente al sector económico, afectando negativamente indicadores vitales del mismo.

Se conoce bien que organismos de voluntariado social de carácter dogmático y radical, están a la caza de cualquier evento que se produzca en un país determinado y calga en el ámbito de sus intereses para movilizar campañas de presión internacional.

Igualmente, en el escenario del comercio internacional, la lucha por proteger los mercados internos y ampliar los mercados externos, provoca repetidamente que la competencia desleal manipule la imagen del oponente para desplazar su posición o reducir su penetración comercial.

En el ámbito político, se legitima o deslegitima las políticas, programas y acciones de los diversos gobiernos de los países que conforman el orden mundial.

Sabemos bien que los centros de poder están integrados por clases representativas que tienen su paralelo en todos los Estados Nacionales. La clase gobernante nacional está pendiente de las decisiones políticas y estratégicas en su misma clase a nivel internacional.

Es muy importante señalar que la información internacional es un recurso básico, cotidiano, permanente y, por ello, es un factor ineludible en todas las funciones de alto nivel de las instituciones gubernamentales.

Por distintas razones, al año y medio de haber presentado parte de este trabajo y por condiciones más favorables, me propusieron participar en un proyecto denominado "Consejeros de Prensa", el cual estaba orientado a establecer en aquellas representaciones mexicanas en el exterior con las cuales México mantiene importantes relaciones a una persona especializada en la materia, que diera apoyo para el mejoramiento de la Imagen de México y se convirtiera en un verdadero promotor de nuestro país.

El trabajo que se presenta está dividido fundamentalmente en tres partes; una primera que pretende mostrar una relación entre la teoría comunicacional, con su aplicabilidad un caso específico como es la función que debe desempeñar la Secretaría de Relaciones Exteriores ante su reto como comunicador; una segunda sección abarcaría la creación de un sistema gubernamental de coordinación y la creación de las consejerías de prensa y, por último, un análisis de la gestión y experiencia que durante cuatro años he mantenido como Consejero de Prensa en la Embajada de México en Venezuela -incluyendo un breve análisis de los medios de comunicación más importantes de este país-.

1. MARCO TEORICO

1.1. COMUNICACION INSTITUCIONAL

Las instituciones existen debido a que responden a las necesidades de la sociedad. Los servicios o satisfactores que las instituciones proveen a las necesidades sociales son las razón de su existencia. Dichos servicios o satisfactores idealmente son provistos a los grupos sociales de una manera organizada; es decir, a través de una serie de actividades realizadas por personas unidas en la consecución de un propósito. Por consiguiente, puede decirse que las instituciones son un sistema organizacional creado y legitimado por la satisfacción de las necesidades de los grupos. Estas necesidades abarcarían desde las fisiológicas hasta las de autorealización. También abarcarán las de tipo social como serían la de preservación de los grupos y las encaminadas a la consecución de los fines que son propias de todo sistema.

De esta manera resulta evidente que las instituciones, vistas como entes organizacional y de acuerdo con lo anteriormente expuesto, deben ser estudiadas desde las perspectiva de la teoría de sistemas o por lo menos, esta posibilita en buena medida, simplifica y auxilia al estudio de aquella.

Así pues, desde este enfoque teórico definimos a la Institución como un Sistema Social que mediante la utilización de recursos actúa coordinadamente para la conservación de los objetivos para los cuales fue creada.

1.1.2 PRINCIPIOS DE LA TEORIA DE SISTEMA APLICADOS A LA INSTITUCION

Los principios que rigen a todo sistema se aplican a la Institución de la siguiente manera:

Homeóstasis en la Institución, el equilibrio se mantiene dinámicamente entre sus diversos insumos (materia prima, información y recursos humanos, entre otros), y sus productos terminados (objetivos alcanzados, servicios que presta, información que proporciona, etc.) , así como

entre sus diversos elementos estructurales, (como serían sus distintos departamentos, su personal, etc.) .

Interdependencia La Institución afecta al medio ambiente a través de sus productos y se ve afectada por éste a través de la retroinformación.

Entropía En la Institución la entropía positiva es el conjunto de todos los problemas que obstaculizan su desarrollo y le impiden lograr sus objetivos. Ejemplos de ellos podrían ser sus problemas laborales, escasez de materia prima, inestabilidad política del país, inflación, etc. Por lo contrario, la entropía negativa será todos los esfuerzos que realiza la institución para evitar su destrucción y lograr sobrevivir; es decir, el conjunto de todos sus esfuerzos y acciones adaptativas.

Incertidumbre En la Institución la incertidumbre es un estado de inquietud que se produce al existir carencias de información, si se disemina información que corresponda a las necesidades de la Institución y de su medio ambiente se dará menos incertidumbre en ambos.

Teleología Cada Institución dirigirá sus esfuerzos hacia la realización de un propósito o meta previamente establecida. Toda Institución existe en función específica de un fin o propósito particular para el cual fue creada y dedicará toda su actividad, independientemente del nivel de eficacia con el cual la lleve a cabo alcanzar dicho propósito.

Equifinalidad Cada departamento (subsistema) o miembro (componente) de la Institución busca y puede llegar al mismo objetivo a través de la realización necesaria de distintas funciones y actividades o de las mismas funciones y actividades pero de manera diferente.

1.1.3. INSTITUCIONES PUBLICAS

Son aquellas que pertenecen a la nación y son administradas por el gobierno; se caracterizan por el ejercicio de las actividades que el gobierno requiere realizar para la gestión del bien común. Cada Institución realiza funciones diversas que lo llevan a alcanzar objetivos propios. Estos objetivos varían según la razón por la que cada Institución

fue creada. Sin embargo independientemente de los objetivos propios que cada una persigue (ejecutivos, legislativos, judiciales, de vigilancia, etc), el conjunto de las instituciones públicas (que constituyen el Gobierno) tiene como objetivo primordial el colaborar en la consecución del bien común. Esta meta se identifica a nivel de cada país con el concepto de desarrollo nacional.

1.1.4. FUNCIONES DEL ESTADO EN LOS SISTEMAS DEMOCRATICOS

Dentro de lo que se conoce como regímenes democráticos, es el pueblo, a través del ejercicio de la democracia, el centro y origen del poder que tiene el Estado a fin de garantizar la igualdad de oportunidades y derechos y las exigencias de las responsabilidades individuales y colectivas.

Autopresevación de la nación Entendida como la defensa y conservación de sus valores, de su cultura, de su estabilidad y de las relaciones que le interesan mantener.

Regulación Consiste en determinar las normas, las leyes y políticas por el bien común. Esta función corresponde generalmente a la rama legislativa.

Gestión Esta es la función por la cual el Estado realiza, implementa o lleva a cabo la administración o coordinación de las actividades necesarias para el bienestar común. El Estado, a través del gobierno, puede en algunos casos ejecutar directamente estas actividades y, en otros solamente coordinar a los grupos encargados de su realización. Por tanto, esta función corresponde, por lo general, a la rama ejecutiva del gobierno.

Supervisión En el desempeño de esta función el Estado vigila que las normas, leyes y políticas producidas por la función reguladora sean llevadas a cabo. Por ello, corresponde generalmente a la rama judicial del gobierno.

2. COMUNICACION INSTITUCIONAL COMO SISTEMA COORDINADOR

La Institución como sistema se encuentra inmersa en un parasistema, su medio ambiente inmediato

y un macrosistema. La sociedad, para que la Institución pueda dar respuesta a las necesidades de bienestar común del macrosistema, requiere coordinarse con él a través de procesos de comunicación. Por lo mismo puede decirse que el nivel de macrosistemas sociedad nacional, el objetivo general que persigue el sistema de comunicación institucional es el de posibilitar al gobierno la consecución de su objetivo primordial: el bienestar común, a través de una labor coordinadora. A nivel de sistema institución, la comunicación institucional, a parte de coadyuvar a la consecución del objetivo general de bienestar común, persigue facilitar la consecución de los objetivos específicos que se derivan del giro de la Institución Pública concreta de que se trata.

En ambos niveles, estos objetivos se operacionalizan en la siguiente forma: se persigue la optimización tanto de la comunicación interna como de la comunicación externa del sistema a través de la armonización de los intereses de la Institución con los de los diversos sistemas relacionados con ella.

En el caso del sistema gobierno, la comunicación interna hace referencia a la comunicación entre sus diversos sistemas, o sea las Instituciones Públicas y la externa hace referencia a la comunicación con sectores externos al segundo gobierno, tales como iniciativa privada, otros gobiernos, instituciones sociales, etc.

Cualquier sistema social por el hecho de existir, tiene actividades de intercambio de información, de enlace, de interrelación, tanto interna como externa. Al haber actividades de comunicación necesariamente habrá procesos de comunicación que se darán, existan o no, estructuras específicamente diseñadas para tal efecto. Sin embargo, en ausencia de estructuras especializadas, los procesos de comunicación se darán azarosa, caótica e ineficientemente. Esto es, sin mayor posibilidad de prevención y manejo de conflictos y con alto costo, dejando así de cumplir muchos objetivos centrales para el sistema. Por ello, resulta necesaria la creación de estructuras, por mínimas que sean, de comunicación en toda Institución. Es decir, un sistema de comunicación que organice, ordene, coordine y haga eficientes todos los procesos de comunicación, posibilitando así a la Institución de realizar sus propósitos. Este

subsistema de comunicación impondrá orden, eficacia y sentido a lo que de otra manera sería caótico.

La estructura de un sistema de comunicación institucional consiste en las unidades o elementos que lo integran y en la determinación de las relaciones que estos guardan entre sí. Estas unidades y la determinación de sus estructuras realizan el proceso de coordinación mediante las funciones de :

- A) *Recibir los insumos (en este caso información)*
- b) *Procesarlos y*
- c) *Darles salida hacia afuera del sistema*

Estas funciones son la esencia del proceso de comunicación institucional.

2.1. CLASES DE ESTRUCTURAS DEL SISTEMA DE COMUNICACION INSTITUCIONAL

El sistema de comunicación institucional está compuesto por dos tipos diferentes de estructuras:

- a) *Las estructuras propias de la Institución que están integradas a ésta como un subsistema y*
- b) *Las estructuras externas a la Institución que le brindan servicios integrándose temporal o parcialmente a ésta.*

2.1.1. COMUNICACION INTRAINSTITUCIONAL

Es aquel sistema de comunicación institucional que establece el enlace entre los componentes individuales o públicos internos de la Institución. La comunicación intra-institucional tiene como propósito directo la coordinación interna con objeto de hacer más eficiente la operación de la Institución.

2.1.2. COMUNICACION EXTRA-INSTITUCIONAL

Es aquel sistema que establece el enlace entre la Institución y los públicos externos a ella. Una segunda alternativa de este tipo de comunicación es la inter-institucional, que es el enlace de la Institución que mantiene con otras Instituciones afines al sector de sus actividades.

2.1.3. PUBLICOS

Otros de los elementos de la definición de comunicación institucional es el concepto de "Público", que, en su aceptación más general, implica un conjunto de individuos unidos entre sí temporal o permanentemente, en función de un interés común. En el caso de la definición de la comunicación institucional, la Institución constituye el interés común que une al público, la toma de postura estará dada por las opiniones, actitudes y conductas de los miembros del público con respecto a la Institución.

Para efectos del tema que nos ocupa, se constituyen en públicos de la Institución, todos aquellos individuos o sistemas sociales que están vinculados en mayor o menor grado a la Institución dado que la afectan, son afectados por ella, o esta afectación es mutua, en función del logro de los objetivos de ambos.

El elemento que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos, es el de la definición de comunicación institucional que poseen las estructuras de enlace para la captura del insumo (información), deben estar diseñadas para monitorear el medio ambiente y recoger toda la información que el sistema requiera. Esta información estará determinada tanto por las propias necesidades internas del sistema, como para las necesidades de los demás sistemas conectados con la Institución. De esta manera, la retroinformación resulta un tipo de insumo esencial para la homeóstasis del sistema institucional.

La efectividad del impacto de los mensajes depende de que el diseño de éstos (empaquetamiento) se realice de acuerdo con las características de los sistemas receptores-públicos-clientelas que los van a recibir. Cada receptor o subsistema de receptores presentan características distintas y diferentes grados de complejidad, cuestión que debe ser considerada en las etapas o funciones del procesamiento y empacamiento de la información.

La función de estos mensajes va a ser la de producir una serie de efectos intencionales en los sistemas receptores a través de la labor de coordinación. Dichos efectos, entendidos como el impacto producido en función de los objetivos sobre el conocimiento, las actitudes y conductas de los receptores, contribuyen a alcanzar la meta

de establecimiento positivo, mantenimiento y optimización de las relaciones (comunicación) entre la Institución y sus públicos. Esta relación se manifiesta muchas veces a través de la "imagen" que de la Institución se forma los públicos.

La imagen que los públicos se forman de la Institución, es producto fundamentalmente de tres factores: las características y experiencias individuales de cada uno de los miembros del público o públicos; la relación con la Institución una vez más entendiéndose por la relación todos los contactos que cada uno de los miembros públicos tenga con ella; la influencia de otros individuos que a su vez hayan tenido contactos o relaciones con la Institución.

Esta imagen, que una vez formada afecta toda la percepción posterior de la Institución por parte del individuo, puede ser favorable o desfavorable; al respecto de y para la Institución. Cuando la Institución ha logrado ser vista por sus públicos como una fuente prestigiosa y creíble, se puede decir que ha logrado formar una buena imagen.

La imagen de una Institución es una complicada red de actitudes y criterios que se forman en la mente de un grupo de personas a partir de las políticas y los productos o servicios que ésta ofrece. En su sentido más amplio, la imagen institucional es la representación mental (cognocitiva o afectiva) de una institución como un todo. Está formada por conocimientos, creencias, ideas y sentimientos que surgen de la totalidad de las actividades y comunicaciones de esa institución y que originan una respuesta por parte de los públicos de la misma.

La imagen refleja las características de la Institución como fuente. Idealmente esta imagen debe reflejar un alto grado de credibilidad, y ser atractiva para que logre captar la atención de los públicos; además debe implicar prestigio y poder.

La imagen institucional favorable que logre crear y mantener la Institución, es indispensable para su subsistencia y desarrollo. Sin embargo el problema que aquí se plantea es la falta de operacionalización del concepto "Imagen Favorable".

No se puede hablar en abstracto de una "Imagen favorable", lo que para una institución puede considerarse como deseable, resulta indeseable para otra, de la misma forma como ocurre con las

personas. La imagen de "extrema seriedad", puede ser deseable para una persona en ciertas circunstancias, pero puede ser que en otras la "accesibilidad" le resultará más deseable, ya que la "seriedad" muchas veces va acompañada de connotaciones de distanciamiento que en una atmósfera informal pudieran resultar inhibitorias para la creación de un ambiente agradable.

Por lo tanto, resulta indispensable la operacionalización del concepto "Imagen favorable" a través de la formulación de las características que resultan deseables de acuerdo con la Institución de que se trate y con las características de los diversos públicos. Esta operacionalización es una de las tareas principales que debe desarrollar cada comunicador institucional.

Resulta conveniente recordar que la imagen no es estática, sino se modifica continuamente en función de los contactos que se tengan con la realidad que da origen a la imagen. A consecuencia de ello, una imagen favorable sólo puede mantenerse a través de contactos satisfactorios a través de una buena relación y de no darse ésta, la imagen favorable se modifica y puede tornarse en desfavorables.

Puede decirse que la imagen favorable se constituye en un facilitador de la optimización de las relaciones (comunicación) entre la Institución y sus públicos y es por ello que la comunicación institucional como sistema debe ocuparse de ella.

Para alcanzar un objetivo de imagen, se deben programar los contactos con la Institución en todo sentido, incluida la comunicación no verbal, tanto personal como ambiental de la misma. La racionalización y programación de todos los contactos de la Institución con sus públicos, sólo puede lograrse si el sistema de comunicación institucional encargado de programarlos tiene injerencia en todos los aspectos o áreas de la Institución. Ello se debe a que se puede sostener en función del principio de interdependencia sistemática que todos los subsistemas de la Institución afectan directa o indirectamente a sus públicos.

El gobierno ha sido concebido como el sistema que persigue como fin último el bienestar común general. Para lograrlo, necesita coordinar a sus múltiples instituciones hacia la consecución de este fin. Para ello, requiere de un sistema de

enlace. Este sistema, adicionalmente, permite también al gobierno, a través de sus instituciones, coordinarse con los grupos que componen la nación. Esta importante y vital función coordinadora es la que corresponde a los sistemas de comunicación institucional. De esta manera, la comunicación institucional facilita al gobierno en general y a las instituciones en lo particular, el obtener objetivos específicos que son parte de su objetivo primordial: el bienestar común.

A continuación mencionamos los objetivos más importantes que la comunicación institucional puede permitir alcanzar y que contribuyen directamente al logro de las metas de desarrollo nacional de tipo integral que consideramos objeto principal de los países en desarrollo:

- a) Integración interna de cada Institución
- b) Coordinación de la labor de diversas instituciones entre sí
- c) Congruencias entre los planes, programas de actividades de cada institución con respecto a las demás
- d) Diseminación de información en el sistema social para la reducción de la incertidumbre de individuos y de otras instituciones.
- e) Definición y "legalización" de los objetivos nacionales de desarrollo.
- f) Contribución para el logro de una conducta social organizada especialmente en relación con las metas de desarrollo.
- g) Creación de un clima necesario para el cambio social organizado.

3.- ESTRATEGIA DE COMUNICACION INTERNACIONAL

La estrategia de comunicación social del gobierno de México en el exterior, debe empezar de una presentación amplia, veraz y realista de la magnitud de los problemas que se enfrentan. Su base de sustentación debe ser esencialmente la difusión permanente de las políticas, actividades y realizaciones del gobierno de la República y los avances de los programas de modernización social, política y económica, así como de los testimonios al respecto de líderes de opinión y de especialistas de amplio criterio. Se estima que ello dará fuerza a los mensajes y contribuirá a su credibilidad.

La definición de esta estrategia, parte de la necesidad

de observar que la imagen exterior es un reflejo de la realidad que se vive en el país. Ese reflejo, a su vez, puede ser distorsionado en función de intereses, locales o externos, que lo interpreten de manera ajena a nuestro proyecto nacional.

Esencialmente, la estrategia pretende atraer el interés y la comprensión de la opinión pública internacional a partir del conocimiento de los problemas y efectos sociales, políticos y económicos de la crisis en nuestro país y del convencimiento sobre el esfuerzo colectivo, solidario y sostenido de todos los mexicanos para superar esas dificultades.

Se persigue, igualmente, el propósito de combatir la desinformación y el pesimismo que se ha propalado en el exterior. Con tal fin, se buscará subrayar la firme conciencia colectiva de unidad, solidaridad y trabajo, en un ambiente de paz social y libertad.

La estrategia prevee, a efecto de profundizar en los objetivos de informar y promover la imagen de México en un clima de apoyo y simpatía, la identificación de los principales foros locales que permitan acceder a los sectores de opinión de los países o ciudades donde se ubican las representaciones mexicanas en el exterior, para desarrollar actividades de difusión sobre nuestra realidad nacional.

Asimismo, en ese contexto, se considera la necesidad de acompañar la realización de dichos programas con mediciones y sondeos de opinión periódicos, a fin de ponderar los alcances, logros y limitaciones en la aplicación de la estrategia de comunicación internacional.

3.1. DIAGNOSTICO

Al inicio de la actual administración la imagen externa del país tenía una imagen positiva, originada por las políticas y programas ejercidos por el presidente, principalmente las acciones políticas, económicas y judiciales, el avance obtenido por la renegociación de la deuda externa y la política económica que se ha aplicado, así como la razón de las acciones de promoción de nuestra imagen en el exterior.

Sin embargo, se han mantenido latente y, en los últimos meses, recrudeció su virulencia en la prensa internacional, una temática lesiva a la

imagen de México, según una óptica que incluye entre otros, los siguientes asuntos críticos:

- a) *Corrupción administrativa y policiaca*
- b) *Violencia (política) e impunidad en los delitos*
- c) *Violación de los derechos humanos*
- d) *Narcotráfico y problemas fronterizos*
- e) *Incremento de los flujos migratorios*
- f) *Prolongación de los efectos de la crisis económica*

Al mismo tiempo, este caldo de cultivo ha dado eco y amplificado problemas políticos internos - electorales, legislativos, políticos, etc- cuyos protagonistas han encontrado foros y tribunas en Estados Unidos, Latinoamérica y Europa, así como parte de las agencias y periódicos de circulación internacional.

Se configura entonces una "pinza" en detrimento de la imagen internacional de México, que conjuga la violencia política y de grupos de narcotraficantes, a través de los asesinatos de prelados, y políticos de gran envergadura, como el clima de inconsciencia e intranquilidad en Chiapas, bajo los auspicios de un ejército amenazante y las condiciones de depauperización que vive la población.

3.2. OBJETIVOS

Con el propósito de difundir e informar acerca de los programas y realizaciones del Gobierno de la República, así como ante la necesidad de prever la articulación de campañas dañinas contra México y de responder a las impugnaciones infundadas, se hace preciso definir una estrategia de comunicación internacional que se desempeñaría en los siguientes planos

3.2.1. INTERNAMENTE

- a) Coordinación de las instancias públicas, privadas y sociales que realicen actividades en el exterior.
- b) Definición de una política adecuada hacia los corresponsales de medios extranjeros acreditados en nuestro país.

3.2.2. EXTERNAMENTE

- a) Reforzamiento de las capacidades de comunicación de las misiones de México en el

Exterior, dotándolas de los elementos necesarios para ello (apoyo administrativo)

- b) Continuar operando y vigorizando los instrumentos que permiten proporcionar información oportuna y suficiente a las misiones en el exterior sobre la realidad nacional para que se puedan elaborar comunicados y emitir declaraciones ante los principales medios de comunicación de cada país.

- c) Identificación, utilización y promoción de foros que permitan tener acceso a los diversos sectores de interés locales, para estructurar un clima de opinión favorable a México en el extranjero

3.3.3. PROPUESTA

Para poner en práctica los puntos anteriores se propone, en lo interno, lo siguiente:

- a) El fortalecimiento del Comité de Comunicación Internacional (CCI), instancia de coordinación entre las dependencias y entidades públicas que lleva a cabo actividades en el exterior, con la participación eventual de organismos privados y sociales.

El Comité, que depende del gabinete de política exterior, fue constituido a principios de 1989.

En el marco de dicha instancia, deberán atenderse los requerimientos de difusión en el exterior de los asuntos específicos de cada una de las dependencias que lo conforman.

- b) Es recomendable que las dependencias y entidades públicas programen viajes y visitas al exterior de funcionarios y especialistas, con miras a dar conferencias, declaraciones o entrevistas a los medios de comunicación.

- c) Con respecto a los corresponsales de medios extranjeros acreditados en México, si bien la relación primaria corresponde a la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, se hace necesario retomar la pauta de las dependencias y entidades públicas para que atiendan sus necesidades de información, establezcan contacto permanente y les proporcionen materiales adecuados.

Es necesario, incluso, que la atención a los corresponsales adquiera un rango prioritario y de alto nivel en cada Secretaría o entidad

descentralizada; se estima preciso, al respecto, que cada secretario de Estado designe un representante para mantener un contacto permanente con los corresponsales de medios de mayor interés para México.

d) En cuanto al fortalecimiento de las tareas de difusión y comunicación de las misiones en el exterior, cabe señalar que las Embajadas y consulados son los responsables "in situ" de dichos procesos y del cuidado de la Imagen de México; constituyen la infraestructura básica para reorientar positivamente y promover la imagen internacional de México, por lo cual es preciso asegurar que estén debidamente dotadas de los elementos indispensables para esta tarea.

En este sentido deberá existir un Consejeros de Prensa en aquellas misiones de mayor importancia en el aspecto de la imagen exterior para México.

e) Otro punto de apoyo de las acciones de la comunicación de las misiones en el exterior, podría ser la contratación de Consultores de Medios y Campañas.

f) Tanto el caso anterior como los contratos que celebran las dependencias como las entidades públicas con agencias y oficinas de relaciones públicas en el exterior, deberían ser rubricados por la Secretaría de Relaciones Exteriores, la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República y la dependencia contratante.

3.4. LINEAS DE ACCION

3.4.1. Corresponsales Extranjeros Acreditados en México

a) Preparación y distribución semanal de materiales de información y documentos de orientación sobre propósitos y programas gubernamentales.

Asimismo, materiales de apoyo en determinada coyuntura y/o de interés básico para cada dependencia o entidad pública

b) Pláticas semanales de Secretarios de Estado con grupos de corresponsales de los medios de difusión más influyentes.

c) Organización periódica de sesiones informativas, conferencias de prensa y entrevistas con servidores públicos, legisladores, dirigentes empresariales, intelectuales y otros representantes de sectores diversos en relación a asuntos específicos.

3.4.2. MEDIOS DE DIFUSION EN CIUDADES CLAVES

a) Envío continuo a las Embajadas y consulados de México de materiales informativos y documentación que complemente a los que ya se envían vía NOTISEM, boletín de información semanal y valija periodística para su difusión ante los medios de comunicación.

b) Programación periódica de pláticas, conferencias de prensa y entrevistas de embajadores y cónsules generales con los principales medios.

c) Proporcionar materiales informativos, de "color" y de orientación a medios impresos de comunicación.

d) Atención especial a periódicos y medios electrónicos de habla hispana y/o pertenecientes a las comunidades mexicano-estadunidense de la zona fronteriza de Estados Unidos con México.

3.4.3. FOROS DE SECTORES DE OPINION

a) Solicitar a los representantes mexicanos en el exterior identificar y detectar los foros más importantes en su misión para promover la realización en ellos, de al menos dos actividades de México al año.

b) Promover, asimismo, en universidades y centros académicos la realización de seminarios sobre la realidad mexicana.

c) Establecer que las misiones organicen conferencias y presentaciones ante los diversos medios de difusión de los funcionarios, empresarios o intelectuales mexicanos que viajen a su circunscripción.

d) Identificar a los mejores estudiantes de los centros de estudios sobre Latinoamérica o México e invitarlos a visitar México, proporcionándoles un programa de actividades y entrevistas e información

amplia.

Se plantea un mínimo de 10 visitantes anuales, así como la posibilidad de establecer becas de verano con financiamiento de Fundaciones e instituciones privadas.

e) Invitar a México a personalidades claves de periódicos, para que junto con su corresponsal en nuestro país, sostengan pláticas con funcionarios, empresarios, académicos, etc. según una agenda de temas y tiempos programados.

f) Es necesario proporcionar una atención especial a la creciente presencia política, económica, social y cultural de las comunidades de origen mexicano residentes en los Estados Unidos, hacia los cuales también se promoverán y organizarán conferencias y foros.

3.5 EVALUACION

Será necesario estructurar mecanismos de evaluación del programa de comunicación internacional y de promoción de una imagen positiva de México en el exterior. Para ello, se considera la realización periódica de mediciones y sondeos de opinión que permitan ponderar los alcances y las limitaciones de la estrategia de comunicación internacional.

Será preciso que los Embajadores y Cónsules detallen en sus informes mensuales las acciones que han programado y llevado a cabo, así como los efectos originados en los medios locales.

Permanentemente se realizarán análisis periódicos sobre el estado de la imagen internacional de nuestro país, así como análisis de coyuntura sobre aspectos determinados que afectan a dicha imagen, a fin de proponer pautas de previsión y de respuesta.

4. COMITE DE COMUNICACION INTERNACIONAL (CCI)

Con el propósito de orientar y coordinar los trabajos en materia de imagen de México en el exterior de las principales dependencias públicas que actúan en el extranjero, el Gabinete de Política Exterior acordó el 22 de Febrero de 1989 la creación de un Comité de Comunicación Internacional (CCI) y un Grupo Técnico (GT) que lo apoya en el diseño, instrumentación y coordinación encaminadas a

ese propósito.

4.1. OBJETIVOS

Se planteó orientarse a dos objetivos fundamentales:

a) Servir como foro para el análisis de la imagen de México en el exterior, así como sobre el efecto de las acciones instrumentadas para mejorarla.

b) Funcionar como instancia de coordinación de las actividades de las distintas dependencias gubernamentales que actúan fuera del país, en los aspectos de comunicación e imagen pública en el exterior.

4.2. INTEGRANTES

El CCI se integra por los titulares de las siguientes dependencias

a) *Secretaría de Relaciones Exteriores*

b) *Secretaría de Gobernación*

c) *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*

d) *Secretaría de Comercio y Fomento Industrial*

e) *Secretaría de Turismo*

f) *Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos*

g) *Secretaría de Pesca*

h) *Procuraduría General de la República*

i) *Petróleos Mexicanos*

j) *Coordinación de la Presidencia de la República*

k) *Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia*

Las reuniones del CCI son presididas por el Secretario de Relaciones Exteriores. El director General de Comunicación Social de la Presidencia funge como secretario técnico del CCI. En principio, el comité debe reunirse trimestralmente.

Asimismo debe reunirse en caso de alguna

emergencia que amerite la coordinación informativa, para hacer frente a situaciones que vayan más allá de las propias instituciones y que involucre a todas las dependencias del Comité

4.3. ACTIVIDADES

Para la consecución de los objetivos generales del CCI, se establecieron las siguientes actividades:

a) Elaborar un informe trimestral de la situación de la Imagen de México en el exterior, que incluya el análisis de la efectividad de las actividades realizadas para mejorarla.

b) Promover el envío de información de carácter oficial sobre el acontecer nacional hacia la Secretaría de Relaciones Exteriores, que a su vez la remitirá hacia las misiones de México en el exterior a través del boletín de información semanal y otros vehículos informativos.

Se precisó que los contactos que establezca cualquier entidad en el campo de las relaciones públicas en el extranjero, deberán presentarse a través del CCI. Asimismo, que la relación institucional del gobierno de la República con la Asociación de Corresponsales Extranjeros en México, corresponde a Comunicación Social de la Presidencia.

4.4. FUNCIONAMIENTO DEL GRUPO TECNICO DEL CCI

Para la ejecución, seguimiento y evaluación de las actividades aprobadas, se integró un Grupo Técnico del CCI, presidido por el titular de la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Relaciones Exteriores y por un representante de la Dirección de Comunicación de la Presidencia de la República, como secretario técnico.

Las actividades básicas de este Grupo Técnico son:

a) Reunirse periódicamente para conocer, coordinar y apoyar, en su caso, las acciones que desempeñan las diversas dependencias y entidades a fin de proyectar una imagen positiva de México en el exterior.

b) Hacer el inventario de los instrumentos y capacidades instaladas para el efecto por las

dependencias integrantes del CCI, para proponer posibilidades de coordinación e interrelación.

c) Definir y aplicar sistemas de análisis sobre la imagen en el exterior y la comunicación interinstitucional, tales como bases de datos y correo electrónico, que posibilite concretar la coordinación de los integrantes del CCI.

5. DEFINICION CONCEPTUAL DE LA FUNCION DEL CONSEJERO DE PRENSA

Hacia el exterior, la creación de áreas especializadas en comunicación, bajo la responsabilidad de una Consejería de Prensa, es la de dar cumplimiento a uno de los objetivos de política exterior establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo en lo que respecta a la Imagen de México en el Exterior y que apunta que las misiones en el extranjero son las responsables de la promoción de la imagen de México; ya que se busca una presencia objetiva de los problemas que afrontan y de los esfuerzos que realizan pueblo y gobierno mexicano para resolverlos.

Para ello, es necesario desarrollar una amplia gama de actividades de acercamiento y diálogo con los sectores representativos de las localidades donde las misiones están acreditadas, así como la promoción y difusión de nuestros valores. Con ello se pretende propiciar el interés y la comprensión de la opinión pública internacional sobre las transformaciones que tienen lugar en nuestro país.

La gran mayoría de las misiones de México en el exterior, diplomáticas y consulares, han carecido de una área dedicada a las tareas de promover una imagen positiva de México ante los medios de difusión, así como hacia los sectores de opinión y de interés de cada circunscripción.

Dentro de los objetivos estratégicos de la política exterior, se establecen las premisas y orientaciones básicas para diseñar y ejecutar una política de comunicación internacional que promueva sistemáticamente una imagen positiva de México.

Dicha estrategia se debe sustentar en la difusión permanente de las políticas, actividades y

realizaciones del gobierno de la República, considerando que la imagen exterior es, en gran medida, un reflejo de la realidad que se vive en el país; este reflejo, a su vez, puede ser distorsionado en función de intereses, locales o externos, que lo interpreten de manera ajena a nuestro proyecto nacional.

De ahí la necesidad de crear áreas de información en las misiones de importancia estratégica, encabezadas por un Consejero de Prensa.

Este integrante del servicio exterior mexicano, tendrá a su cargo funciones y tareas de significativa importancia. Como es de suponer, debe poseer el conocimiento, la sensibilidad y criterio necesarios para expresar juicios sobre la realidad política, económica y social de nuestro país, así como sobre los asuntos bilaterales de interés fundamental entre México y el país anfitrión.

Al mismo tiempo, debe identificar la dinámica propia de los medios de difusión de su sede, así como de los principales sectores de opinión y de interés vinculados a la misma; en su desempeño, debe adoptar una actitud positiva, para sugerir al jefe de misión estrategias y líneas de acción informativas; debe poseer igualmente una efectiva capacidad negociadora, con un discurso claro y preciso a fin de propiciar el interés, respeto y credibilidad por parte de los representantes de los medios de difusión y de los interlocutores locales.

También debe interpretar, con sentido abierto y dinámico, el principio de "sigilo" diplomático, para desarrollar con eficacia sus obligaciones e iniciativas ante los medios de difusión, manteniendo incólumes los protocolos establecidos.

Debe, asimismo, identificar las orientaciones e intereses que determinen a la opinión pública de la localidad en que opera, a efecto de que adopte las estrategias y prioridades que el propio escenario local exige.

En síntesis, las funciones y actividades del Consejero de Prensa en el campo de la comunicación pretenden constituirse en herramientas para el cumplimiento de una de las vertientes fundamentales de la política exterior mexicana,

así como en un apoyo institucional eficaz para el desahogo de las atribuciones y prioridades encomendadas a los jefes de misión que México tiene asignados en el exterior.

5.1. ACTIVIDADES

5.1.1. De conformidad con las directrices del jefe de misión, fungir como vocero oficial de la Embajada o Consulado General, ante los medios de comunicación y los sectores de opinión y de interés de cada localidad.

5.1.2. Constituirse en el responsable de coordinar todo lo relativo a elaborar, compilar, ordenar, procesar y difundir información periodística de interés para México en la localidad respectiva.

5.1.3. Asesorar al titular de la misión en torno a las tendencias y el clima de opinión existentes hacia México en la localidad; asimismo, sobre los movimientos y el clima de opinión prevaleciente en nuestro país.

5.1.4. Efectuar el seguimiento, clasificación y análisis de la información periodística y de los medios electrónicos de la localidad.

5.1.5. Preparar un reporte diario para el jefe de misión sobre esas informaciones, que incluya una carpeta de recortes y la selección de las más importantes, anotando las tendencias previsibles y, en su caso, el diseño de respuestas institucionales.

5.1.6. Integrar un directorio actualizado de los medios de comunicación que operen en la localidad, impresos y electrónicos, que incluya a los propietarios, editores, jefes de información, columnistas más influyentes, reporteros claves que interesen a México, corresponsales nacionales y extranjeros, entre otros, con quienes deberá estar en contacto permanente.

5.1.7. Transmitir diariamente a la Dirección General de Información (DGI) de la SRE, por medio de fax, en las primeras dos horas de labores de la misión, los recortes de los medios impresos que se refieran a México o a temas colaterales de interés para nuestro país, así como reportes sobre los medios electrónicos que aludan a México, a fin de que

aquella los haga del conocimiento inmediato al titular de la Secretaría y a la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, así como a otros funcionarios de las dependencias que integran el CCI.

Cuando exista un requerimiento para enviar informaciones de prensa a otras dependencias gubernamentales, o a diversas áreas de la Cancillería, invariablemente deberán enviar copia a la DGI de la SRE

5.1.8. Proporcionará al jefe de la misión la información que se considerará en la Imagen de México sobre las tendencias registradas hacia ese concepto, así como las actividades desempeñadas para la promoción de dicha imagen, para hacer aclaraciones o para responder a informaciones lesivas.

5.1.9. Realizar consultas periódicas con la DGI de la SRE, para obtener informaciones o resolver dudas o aclaraciones orientadas a la preparación de comunicados, informaciones o declaraciones a los medios de difusión.

5.1.10. Conexo a lo anterior, coadyuvar a la integración de una red o sistema computarizado, tipo correo electrónico, para comunicaciones, consultas y transmisión de mensajes entre las misiones y la Cancillería.

Esto implicará integrar bases de datos de diversos niveles mediante discursos, declaraciones, comunicados, monografías, informes, programas, disposiciones jurídicas, etc.

5.1.11. Presentar un informe periódico, al menos quincenal, sobre el desempeño de sus tareas al jefe de misión y a la DGI de la SRE

5.1.12. Propiciar la utilización eficiente de los medios de comunicación disponibles en la misión diplomática.

5.2. Actividades de difusión y divulgación

5.2.1. Estructurar conjuntamente con el jefe de la misión, un programa general de comunicación que incorpore todos los aspectos de información, difusión, divulgación, promoción y relaciones públicas institucionales desempeñadas por la propia misión, basado en los señalamientos sobre política exterior.

Asimismo, dicho programa deberá considerar la atención a los requerimientos de difusión de los asuntos específicos de las dependencias gubernamentales que conforman el CCI.

Este programa general, deberá ser turnado a consideración a la DGI de la SRE, que atenderá lo relativo a los apoyos informativos que requiera y hará un seguimiento.

5.2.2. Elaborar y tener actualizado un "perfil" de los medios de difusión locales: propiedad; vínculos económicos, financieros o políticos; temas privilegiados; auditorios más atendidos; nivel de influencia y prestigio en la opinión pública, corresponsales nacionales y extranjeros acreditados, etc.

5.2.3. Establecer los mecanismos de coordinación adecuados para la difusión sistemática de comunicados y documentos informativos que reflejen la realidad nacional en los medios de difusión, impresos y electrónicos, de la localidad.

5.2.4. Elaborar, ajustar, traducir, en su caso, y difundir comunicados y documentos informativos, así como notas de "color" sobre México, que reflejen la posición oficial en torno a diversos problemas o actividades que interese propagar en el exterior. Los materiales elaborados deberán ser enviados también a la Cancillería para su difusión en México.

5.2.5. Establecer contactos fluidos y permanentes con editores, directores, subdirectores y jefes de información de los principales medios de difusión locales.

5.2.6. Programar y revisar entrevistas periódicas con reporteros, columnistas y corresponsales más influyentes y, en su caso, analistas huéspedes de los medios vinculados con temas acerca de México.

5.2.7. Establecer canales de comunicación permanentes con los corresponsales mexicanos acreditados en la localidad de la misión diplomática o consular, así como con los enviados especiales de los medios de difusión nacionales.

5.2.8. Impulsar acuerdos e intercambios entre los medios de difusión mexicanos (estatales y privados) y los asentados en la sede de la embajada.

5.2.9. Promover la visita a México en coordinación con las instancias pertinentes, de líderes de opinión, editores, reporteros y columnistas locales, así como la programación de entrevistas y otras actividades de índole informativa para todos los comunicadores acreditados que viajen a nuestro país.

5.2.10. Establecer relaciones con sus homólogos de las Embajadas o consulados generales geográficamente cercanos, a efectos de intercambiar información, puntos de vista y de experiencias que contribuyan al enriquecimiento de sus actividades.

5.3. Actividades de orientación y promoción

5.3.1. Establecer, en conjunto con el Jefe de Misión, las prioridades y estrategias para el acercamiento y la comunicación con sectores relevantes de la vida política, económica, social y cultural de la localidad.

5.3.2. Definición y aplicación de un programa de relaciones y contactos con sectores y grupos locales influyentes:

a) *Grupos connacionales y organizaciones ciudadanas de origen mexicana*

b) *Sectores gubernamentales y legislativos locales*

c) *Sectores políticos*

d) *Asociaciones civiles*

e) *Líderes de Opinión*

f) *Organismos empresariales, económicos y financieros*

g) *Sectores académicos e intelectuales*

5.3.3. Participar periódicamente en mesas redondas, coloquios, foros académicos y reuniones diversas de las instancias y grupos locales a efectos de difundir información sobre México y posibilitar un conocimiento objetivo de los esfuerzos que se realizan para la modernización nacional.

5.3.4. Actuar, conforme a sus responsabilidades

con la orientación del jefe de la misión, ante grupos legislativos, de interés o presión ("lobbies"), difundiendo una imagen positiva del país y proporcionando los elementos informativos suficientes para promover los esfuerzos nacionales tendientes a la recuperación y modernización.

5.3.5. Promover, con el acuerdo del jefe de misión y los responsables de las áreas correspondientes, los intercambios y mecanismos de coordinación referentes a la promoción de una imagen positiva del país: conferencias, mesas redondas, exposiciones, etc.; así como para la visita de personalidades locales y grupos de interés influyentes a México.

5.4. EXPERIENCIAS Y PROPUESTAS PARA LA MEJOR LABOR DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Parte de la conformación de una opinión pública la llevan a cabo los medios de comunicación, de hecho éstos son el enlace entre la sociedad y los gobiernos de cada país; desarrollar una estrategia de acercamiento, enlace e intercomunicación es la función que dentro de las embajadas de México lleva a cabo el Consejero de Prensa

De hecho la Consejería de Prensa debe transformarse en una verdadera "agencia informativa mexicana" en el extranjero; debe ser el motor de la difusión de todo aquello que concierne a nuestro país y que tiene repercusiones en otras latitudes. En este sentido, la interrelación que debe existir entre la Consejería y la dirección General de Información de la SRE es vital.

Si bien es cierto que la Embajada genera información propia, la cual debe ser difundida tanto en el país sede como en México, también es importante contar con una adecuada retroalimentación por parte de México, no sólo a través del NOTISEM, que de hecho es sólo el resumen de los periódicos de México, sino una fuente activa que genere información hacia el exterior para que, una vez que haya sido recibida, sea difundida hacia los medios de comunicación local.

5.4.1. OFICINA DE ENLACE ENTRE LA SRE Y LAS CONSEJERIAS DE PRENSA

La mayoría de la información que se genera en México, y que se publica en los distintos medios de comunicación de los países receptores, es la difundida a través de las agencias internacionales de información, las cuales de ninguna manera representan los intereses, ni objetivos del gobierno, ni mucho menos del país.

En la mayoría de los casos, la información que se transmite se refiere a catástrofes, opiniones de la oposición, hechos de violencia; las cuales encuentran amplios espacios en la prensa tanto escrita como audiovisual local.

Por otra parte, cabe recordar que las agencias envían enorme cantidad de informaciones diariamente y que éstas son jerarquizadas y editadas por los medios de comunicación local, según la trascendencia de los eventos y el impacto que puedan tener. Pero en pocas oportunidades se dan difusión a informaciones positivas sobre México o que den a conocer el esfuerzo que realiza gobierno y pueblo mexicano para alcanzar los objetivos que se han planeado como sociedad en su conjunto.

Los esfuerzos que deben realizarse para lograr la "mejor imagen del país", deben estar enmarcados tanto en la labor que realiza un profesional en la materia, así como de las estrategias puestas en marcha en la SRE, como en el resto del Estado, para contar con elementos informativos que permitan hacer frente a los retos de "hacer atractivos para los editores la información mexicana".

Debe considerarse la creación de una estructura específica dentro de la DGI, la cual sirva de contacto permanente entre las Embajadas, en particular con las Consejerías de Prensa, como con el resto de las oficinas gubernamentales, para poder generar tanto información coyuntural como estructural. Es decir, contar con una "oficina de enlace"; en la cual se establezcan mecanismos dinámicos e inmediatos de información y retroinformación, a fin de poder "ganar espacios" informativos en los medios de comunicación locales.

5.4.2. A fin de poder separar las necesidades informativas, es preciso diferenciarlas de la siguiente manera:

a) **Información Coyuntural** Es aquella que se genera diariamente en México, y las propias

actividades desarrolladas por las Embajadas, que por su importancia y trascendencia merece ser difundidas en los medios de comunicación de los países sedes (ejemplos de ésta serían actividades y declaraciones del presidente, de los secretarios de Estado, de funcionarios del gobierno federal, etc.) .

b) **Información Estructural** Es aquella información atemporal que se refiere a las áreas prioritarias del Estado y que permitan dar a conocer que es México, su cultura, sus organizaciones, sus estructuras sociales.

c) **Información de Respuesta Inmediata** Es aquella que debe responder a eventos inesperados, no programados, que requieren una respuesta inmediata por parte de autoridades gubernamentales que impidan el fortalecimiento de rumores o informaciones que "dañen" la imagen del país.

Tanto la información estructural como la coyuntural, pueden ser enviadas a la mayoría de las Embajadas a través de los medios de comunicación con que cuenta la Cancillería: "Correo Electrónico" o "Valija diplomática", para la de "respuesta inmediata", deben utilizarse el teléfono o fax y debe responder a las exigencias de cada una de las misiones; dada la urgencia que se pueda plantear la temática.

A continuación se resaltan las áreas que a nuestro juicio pueden ser consideradas como prioritarias para el envío de información y los tiempos en los cuales sería conveniente programarlas para su transmisión:

a) **Información Presidencial:**

Coyuntural; declaraciones, discursos, entrevistas, etc., realizadas por el Presidente que por su importancia y trascendencia puedan ser enviadas diariamente a las embajadas para su difusión. Estructural: Políticas, "discursos", programas elaborados por la presidencia de la república; participación en foros internacionales, futuras recepciones de mandatarios de otros países, etc.

b) **Información de la Secretaría de Relaciones Exteriores;** Coyuntural. Declaraciones, discursos,

entrevistas, que se le realicen tanto al Secretario como a los subsecretarios y/o principales funcionarios de la Cancillería. Su distribución debe ser diaria, resaltando aquellas informaciones que por su importancia merezcan un tratamiento especial. Estructural; informes, análisis, estudios, entrevistas especialmente realizadas para los medios locales, presencia de México en Organismos Internacionales, participación futura en eventos internacionales de trascendencia para México, seguimientos a los acuerdos alcanzados, etc. Esta información debe ser enviada, por lo menos una vez a la semana, dependiendo el grado de interés que represente para la Cancillería querer influir en determinadas temáticas.

c) **Información Económica:** Estructural; informes de los avances que ha logrado el gobierno en materia económica y social, la aplicación de las políticas hacendarias, negociaciones de la deuda externa, tratados internacionales en materia de comercio, situación de la industria y comercio de México, empleo, desempleo y desempleo encubierto, avance en la inversión extranjera, etc. Esta información debe enviarse por lo menos dos veces a la semana. **Información Coyuntural:** Declaraciones, acuerdos, convenios, tratados, etc. que realicen los representantes del gobierno en materia de política económica. Estudios de perspectivas, participación de México en los mercados financieros internacionales, etc.

d) **Información social:** Estructural. Avances que en materia de salud, vivienda, educación, incorporación de la población de escasos recursos combate a la pobreza extrema, apoyo a las comunidades campesinas y urbanas. Estas informaciones deben ser enviadas diariamente, ya que el objetivo fundamental del gobierno es el bienestar común. **Información Coyuntural,** la puesta en marcha de programas de gobierno, avances que se alcancen en cada uno de los niveles de educación, etc.

e) **Información turística:** Estructural; políticas que maneja el gobierno en materia de desarrollo turístico, desarrollo de la infraestructura en las diversas entidades del país; participación a nivel internacional; cifras y estadísticas; inversión extranjera; reportajes sobre los principales puntos turísticos del país, facilidades y servicios existentes en México para los turistas. Esta información

deberá ser enviada cada quince días, acompañada de material fotográfico y de video.

Información coyuntural: anuncios, declaraciones o informes realizados por el Secretario o subsecretarios de Turismo u organismos dependientes de la Institución; declaraciones, informes, documentos emitidos por las organizaciones privadas vinculadas con el turismo.

g) **Información Política:** Estructural; conformación del sistema político mexicano, partidos políticos existentes, procesos electorales, defensa de los derechos humanos, estructuras judiciales y policiales, etc. Estas informaciones puede ser enviadas cada mes. **Coyuntural:** información relacionada con los procesos electorales, acciones emprendidas por la Comisión Nacional de Derechos Humanos; las actividades más importantes de los partidos políticos, sobre todo aquellas que estén vinculadas con el quehacer internacional, declaraciones de los funcionarios de la Secretaría de Gobernación, gobiernos estatales, etc.

h) **Información cultural:** Estructural; historia, cultura y folclore de México; participación de las comunidades indígenas en el desarrollo cultural nacional; la participación de grandes escritores, historiadores, pintores, escultores con que contó y cuenta México, su vida y obra, participación en ámbitos internacionales y su reconocimiento, el avance que en cada uno de estas ramas se vienen realizando en el país (teatro, plástica, literatura, etc.) que representa uno de los valores más importantes con que cuenta el país. Esta información deberá ser enviada cada semana, dado que los medios de comunicación, en particular los impresos, ofrecen amplios espacios en suplementos culturales y revistas especializadas.

Coyuntural: entrevistas con personalidades de la cultura en México; los pasos que se realizan para recuperar nuestro patrimonio artístico e histórico; las acciones que emprenden las dependencias públicas en pro de la difusión cultural mexicana (Secretaría de Educación, Universidades e Instituciones de Educación Superior, CONACULTA, entre otros).

5.4.3. ATENCION ESPECIAL

La participación de representantes del sector público y privado, así como de personalidades culturales o artísticas en los países con que se cuente Consejerías de Prensa, debe tener un tratamiento especial. Por ello se debe estar atento de las fechas de sus visitas y su participación en foros internacionales, ya que previa su participación, deberán enviarse biografías o currículums, fotografías y una breve reseña de los motivos de su presencia en el país, a fin de que se puedan preparar o bien boletines informativos o conferencias de prensa, que permita crear una imagen más favorable de México.

5.4.4. INFORMACION EXCLUSIVA

Con el objeto de poder desarrollar una presencia más activa entre los medios de comunicación y obtener mayores espacios, sería conveniente enviar a las Consejerías de Prensa información exclusiva realizada específicamente para estos fines. En este caso, se puede conseguir la colaboración de los medios de comunicación con que cuenta el Estado, a fin de poder hacer frente a temas coyunturales específicos que puedan resultar de interés para los medios de comunicación locales.

Estas informaciones pueden ser elaboradas cuando se desea influir en determinados temas (como por ejemplo firmas de tratados de libre comercio, participación de México en la ONU u OEA, previas a las reuniones del Grupo de Río, etc) y se cuente con la información de especialistas en la materia y, sobre todo, que sea contextualizadas.

6. RELACIONES PUBLICAS

El Consejero de Prensa mantendrá contactos permanentes con los diversos representantes de los medios de comunicación. Para ello realizará visitas a las sedes de los periódicos, revistas, estaciones de Radio y Televisión, a las organizaciones periodísticas, etc, en donde buscará establecer el contacto personal con quienes directamente se encuentren a cargo de realizar o editar la información vinculada con México.

El consejero de Prensa realizará reuniones mensuales con los representantes de los medios de comunicación. Este tipo de encuentros es de suma importancia, ya que se permite establecer un

contacto directo e informal con los comunicadores. A estos encuentros debe asistir el Embajador, así como de otros funcionarios de la embajada, que permitan dar un realce e importancia al evento y atender debidamente a los periodistas.

6.1. CONFERENCIAS DE PRENSA

Una de las formas de estar en contacto con los medios de comunicación, y sobre todo para conocer lo que suceden en el país y el grado de la relación bilateral, es a través de conferencias de prensa. Para ello se dividirán en tres etapas:

1) Se realizarán en el año dos conferencias con la participación del Embajador (una a principios de año y otra hacia finales) en las que se permita hacer un balance de las condiciones de México y de las propias relaciones bilaterales.

2) Cuando se cuente con personalidades mexicanas y se tengan argumentos suficientes para poder citar a los representantes de los medios de comunicación.

3) Cuando se tengan que realizar anuncios de importancia que afecten tanto a México como la relación bilateral y se quiera dar una explicación mayor que la que se podría hacer a través de un documento.

Las conferencias de prensa desempeñan un papel vital en las relaciones con los representantes de los medios de comunicación, pero deben ser cuidadosamente planeadas y sus efectos deben ser medidos, ya que de no ser así, sus efectos y consecuencias se podrían perder, generando climas de desconfianza y poca atención.

6.2. COMUNICACION INTERNA

Parte fundamental de la labor que desarrollará la Consejería de Prensa es la posibilidad de lograr una mejor comunicación dentro de la propia Embajada. Para ello se requiere:

a) Una carpeta informativa que resuma las informaciones que publican los medios de comunicación sobre México; aquellas que por su importancia repercutan en la relación bilateral y las que se consideren de relevancia, ya sean internacionales o del propio país.

b) Organización de Eventos Especiales. Las embajadas mantienen una gran rotación de su personal, por lo que es importante la organización de eventos tanto de recepción como de despedida de los funcionarios, esto crea un buen ambiente. Asimismo se pueden realizar eventos especiales entre los miembros de la embajada con sus familias, a fin de alcanzar mejores estados de comunicación.

c) Participación de la Embajada en Eventos Sociales. Estar pendiente de las fechas de celebración de los días nacional, revolución, informe presidencial, etc. de México, en los cuales se organizan fiestas o encuentros que permiten un mayor acercamiento de los funcionarios de la embajada con representantes de gobierno, medios de comunicación e iniciativa privada del país, entre otros.

6.3. ENVIO DE COMUNICADOS OFICIALES

La Consejería de Prensa enviará a los diversos medios de comunicación boletines de prensa y comunicados oficiales, que permitan fortalecer la comunicación y obtener espacios en la prensa. Estos boletines de prensa deben ser enviados por lo menos tres veces por semana, abarcando cada una de las áreas ya detalladas y ofreciendo información que garantice su publicación.

Asimismo, es fundamental difundir las actividades que realiza la propia Embajada, para lo cual se atenderá de la siguiente manera: Invitación a los periodistas que cubran las fuentes respectivas y el envío de boletines y fotografías que reseñen el evento.

7. SISTEMA COMPUTARIZADO DE INFORMACION PERODISTICA

El avance en materia de telecomunicaciones hace impostergable su utilización para incrementar de manera sustantiva la presencia de México en los medios de comunicación de cada localidad. Contar con un sistema computarizado, apoyado por modems, CD Room, fax y líneas directas telefónicas, permitirán mantenerse en contacto y enlazados con todas y cada una de las oficinas gubernamentales, así como con bancos de datos, tanto nacionales como internacionales, se logrará, también, una mejor y más rápida distribución de la información a los medios locales.

Existen actualmente sistemas "via correo electrónico" u "on line", que dan facilidades a las comunicaciones y acortan las distancias así como los costos, ya que la mayoría de los casos son llamadas locales. Sin estos medios, en definitiva, las posibilidades de participación y colaboración con los medios de comunicación locales será limitada, escasa y de poca calidad e impacto.

Asimismo, a través de este sistema se crean bancos de datos y archivos informativos y de prensa de la propia Embajada, en forma permanente.

8.- CREACION DE UN ORGANO INFORMATIVO DE LA EMBAJADA

Además de los sistemas propuestos para la difusión de la Imagen de México en cada una de las sedes, es de vital importancia contar con un medio propio de información, que permita difundir el pensamiento, actividades tanto de la Embajada, de la comunidad mexicana en cada localidad, así como de México.

Nombre: **Presencia de México**

Páginas: de 20 a 40 páginas (dependiendo cada presupuesto)

Periodicidad: Mensual

tiraje: de dos mil a tres mil quinientos

Política Editorial: La revista *Presencia de México* deberá tener un contenido positivo y propositivo sobre México, y el el país sede; difundirá los principios básicos en los que se fundamenta la política exterior mexicana; difundirá aquellos eventos que contribuyan a un mejor conocimiento de nuestro país y a incrementar las relaciones bilaterales; será un foro donde puedan participar los miembros de la Embajada de México, así como representantes del sector oficial de México y personalidades de nuestro país; mantendrá un lenguaje llano y comprensible.

Circulación: la revista *Presencia de México* será distribuida entre la comunidad mexicana en cada localidad, la Presidencia de la República, Ministerios y empresas estatales; representaciones diplomáticas y organismos internacionales; entre la comunidad cultural y científica del país y medios de comunicación.

Política de Diseño: Se contará con un formato que

establezca la DGI de la SRE, a fin de poder dar uniformidad a todos aquellos órganos informativos que realizan las embajadas, pero cada uno con un sello especial que le de la *Presencia de México* en cada país y pueda realmente captar la atención de la comunidad local.

Para ello se proponen las siguientes secciones:

a) **DIRECTORIO**

b) **EDITORIAL:** Se incluirá un análisis del hecho informativo más importante que sucedió en México y que permita la reflexión. Este artículo será realizado por el Embajador y el Consejero de Prensa

c) **Presencia Internacional:** Se difundirá lo más relevante que hayan realizado funcionarios mexicanos en el exterior; los discursos pronunciados por el presidente, secretario de Relaciones Exteriores, relacionados al ámbito internacional; ponencias, análisis realizados por la SRE, etc.

d) **Presencia de México:** Se incluirán entrevistas, reportajes, crónicas y/o análisis sobre nuestro país. En lo particular se referirá a entrevistas con funcionarios mexicanos que den su punto de vista sobre diversas problemáticas y la forma como gobierno y pueblo lo han enfrentado; asimismo se realizarán reportajes sobre las empresas y los logros obtenidos por mexicanos durante nuestra historia. Reportajes sobre PEMEX, CFE, las grandes obras de México etc.

e) **Presencia Económica:** Se hará un reportaje donde se refleje los avances alcanzados en materia económica. Asimismo se incluirán entrevistas con especialistas en la materia que apoyen estas políticas. Se publicarán también la presencia de las empresas mexicanas en la localidad, sus avances y perspectivas; los avances en materia financiera, inversión extranjera, etc.

f) **Presencia Social:** Los avances que en materia social se alcancen en México, atención a las comunidades indígenas, a las clases marginadas, los programas de gobierno en materia de salud, vivienda, educación, etc.

g) **Presencia cultural:** Se harán reportajes, entrevistas y artículos sobre la vida cultural mexicana, sus antecedentes históricos, sus representantes, actividades culturales desarrolladas por la Embajada, etc.

h) **Presencia Turística:** Reportajes, entrevistas, crónicas sobre los puntos turísticos más importantes del país, itinerarios, formas de viaje a México; avances en materia turística; estadísticas de la posición que guarda México frente a las potencias en la materia; cuál es la oferta hotelera, restaurantera y de servicio en general.

i) **Presencia de la Localidad:** Destacar aquellos eventos y hechos tanto históricos como de actualidad que den cuenta de la relación bilateral y las perspectivas de fortalecer los lazos de amistad, comercial, etc.

j) **Presencia Embajada:** difundir todas aquellas actividades que realiza la Embajada, como puede ser la participación del titular en foros, seminarios, encuentros, etc. así como la presencia de funcionarios o representantes de otros sectores en el país local.

9. ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE VENEZUELA

9.1. INDUSTRIA PERIODISTICA

Los medios de comunicación impresos en Venezuela juegan un papel muy importante como grupo de presión frente al gobierno, dado que la mayoría de ellos pertenece a grupo financieros de gran peso económico en el país.

En un estudio realizado por especialistas en la materia, señalan que durante este siglo se han producido tres cambios fundamentales en la prensa venezolana:

Tras la muerte del dictador Juan Vicente Gómez, rescatadas las libertades públicas, diarios y revistas ganan el derecho de opinar e informar libremente, apenas con las limitaciones derivadas de la ideología de sus propietarios o de sus eventuales compromisos políticos. Fue una transformación trascendente en una prensa que había nacido durante varias décadas dentro de un régimen

autoritario de represión y de rígida censura, que no toleraba las más insignificantes críticas. Estas transformaciones también significaron su actualización, pues diarios y revistas, como efecto cuadro oscuro, se habían atrasado con respecto a sus similares de la mayoría de los países latinoamericanos.

Un diseño más dinámico, una nueva manera de hacer periodismo, el desarrollo del reporterismo, la valoración de la noticia y de las gráficas, caracterizaron ese periodo del cual puede mostrarse como su ejemplo más representativo el diario "Ahora". Podríamos arriesgarnos a afirmar que tal proceso de modernización terminó con el nacimiento de Últimas Noticias y El Nacional a comienzos de la década de los 40's.

El cambio de régimen político, la transición a la democracia y el ejercicio de las libertades, factores estos que se repitieron o reactivaron en los años 1945-48, tuvieron una directa incidencia en la prensa que se hizo más politizada, polémica, generadora de opinión. En esos años, el editorial fue esencia del quehacer periodístico y de alguna manera factor político y de formación de la opinión pública.

El otro cambio se produjo lenta, casi imperceptiblemente. Comenzó con el golpe de Estado contra el gobierno de Rómulo Gallegos en noviembre de 1948. El establecimiento de un régimen que cada vez se hizo más represivo y negador de los derechos civiles, silenció todas las voces disidentes, discrepantes o críticas. Apenas se escuchaban en la clandestinidad. La prensa también calló, fue de las primeras en hacerlo. Eran años donde sólo se informaba de cuanto no molestara a los gobiernos ni a sus funcionarios. La falta de una tradición de legalidad y de ejercicio de las libertades, contribuyó a hacer absoluta esa negación.

En ese periodo de casi diez años, la economía del país creció, bastaría ver como la producción petrolera, que como ahora, era la base de toda la economía de Venezuela, subió de un millón 500 mil barriles diarios en 1948, a tres millones cuando ese gobierno fue desplazado y el PTB no petrolero también se duplicó: de 8 mil 350 a 16 mil 698 millones de barriles.

Ese crecimiento de la economía petrolera tuvo directa expresión en la prensa diaria. Se duplicó el volumen de publicidad y el número de páginas y se fortaleció su economía. Así los más importantes terminaron en convertirse en empresas capitalistas con manejos millonarios, con una estructura similar a las de otras industrias y reacciones de dependencia que variaban según el medio, con la economía norteamericana. Algunos de sus dueños invirtieron sus capitales en otras actividades económicas.

En ese periodo, es posible afirmarlo, aparece la industria periodística. Su objetivo fundamental estuvo bien claro: producir utilidades. Los lectores son vistos en función de aquellos objetivos. Más circulación, más publicidad, más ingresos. En el pasado quedaba el propósito de ganar prosélitos o partidarios para ciertas ideas políticas o posiciones. Seguía siendo importante, es cierto, en tanto se convertía a la empresa en un centro de poder.

Esta era una prensa que no opinaba. Dejaron de publicitarse editoriales. Articulistas y columnistas tenían que escribir en elogios a la dictadura o de temas que no rozaran la acción del gobierno en ningún aspecto. Apenas hubo un crecimiento de circulación y escasamente aparecieron nuevos diarios.

Una vez derrocada la dictadura y recobrada la libertad de prensa, la capacidad de opinar no fue, no ha sido, plenamente utilizada por la prensa. Seguramente esa conducta de los editorialistas fue consolidada en los años de la lucha subversiva, cuando sus intereses por la estabilidad coincidieron con los del gobierno. Los medios todos prefirieron ocultar sus discrepancias con el gobierno.

El editorial no existió, lo que no debe interpretarse como falta de toma de posición. Por el contrario, la asume con bastante frecuencia, pero la mayoría opta por opinar a través de la información de manera de evaluarla, jerarquizarla o silenciarla. Pareciera que prefieren abstenerse de hacerlo diáfananamente por temor a represalias económicas de un Estado todopoderoso, proveedor de créditos, de publicidad, exonerar

de impuestos o de multas, pero que necesitaban de los medios. En el periodo 1983-88 tuvo su máxima expresión la tentación totalitaria; el Palacio de Miraflores (sede del ejecutivo federal), casi se convierte en una jefatura de redacción única para todos los medios, gracias al poder que concentró con su capacidad de otorgar o negar dólares preferenciales a los dueños de la industria periodística, de la radio y la televisión.

Los más importantes cambios que se producen en Venezuela van teniendo incidencia en la industria periodística. En los últimos años se ha observado una tendencia de grupos financieros en la adquisición de periódicos. Sin embargo, no se ha producido una concentración, aunque existen desde hace más de 30 años, de cadenas periodísticas, las más antiguas es Publicaciones Capriles, con dos diarios y 19 revistas y Bloque de Armas con dos diarios y 21 revistas y algunas empresas en el exterior. De suerte que se puede decir que de los 80 diarios tienen 75 propietarios, toda vez que en el interior hay algunos dueños de dos o tres periódicos.

Conviene advertir, sin embargo, que esas dos cadenas controlan el 90 por ciento de la circulación de todas las revistas y el 31 por ciento de la prensa.

El desarrollo regional ha sido escenario para la aparición y crecimiento de diarios en el interior. Se trata de un fenómeno de la prensa venezolana no observada en otros países latinoamericanos. Los diarios regionales han crecido y se han regionalizado en los últimos 20 años hasta un grado tal que si partimos de las cifras conocidas de circulación, la editada en Caracas, en su conjunto, circula tanto como la impresa en ciudades del interior y con la excepción de Miranda, en todos los estados circulan más la local y la regional que la llamada nacional.

A pesar de que las cifras de circulación de los medios impresos en Venezuela son poco confiables, y sólo tres diarios certifican; una investigación de un equipo de la Escuela de Comunicación de la Universidad Central de Venezuela, reveló como su crecimiento en la prensa regional puede compararse con los diarios nacionales.

La proporción de circulación correspondiente a diario editados en el interior a venido creciendo del 19 al 51 por ciento, así como el número de

periódicos, mientras disminuía la de la prensa editada en Caracas. El número de diarios apenas creció en los últimos dos años cuando entraron en circulación dos especializados, (Reporte de Economía, Economía Hoy), El Nuevo País y El Globo.

No hay estimaciones de la circulación actual porque junto con la aparición de 8 nuevos periódicos diarios, se ha producido una significativa alza en el precio por ejemplar, lo que ha debido tener una incidencia negativa en la venta de diarios y revistas, quizá con la excepción de los semanarios hípicas.

En resumen circulan 80 diarios, de los cuales 14 se editan en Caracas: Gaceta Oficial (1889), La Religión (1880), El Universal (1909), Últimas Noticias y El Nacional (1943), Daily Journal (1955), El Mundo (1958), Meridiano (1969), Diario de Caracas (1979), El Nuevo País (1988), Reporte (1988), Economía Hoy (1989) y El Globo (1990).

La prensa regional ha tenido un importante desarrollo, expresado en la aparición de nuevos diarios y en el aumento de su circulación:

En los últimos 40 años pasó de 14 diarios a 66; en 1989 y 1990 aparecieron en Cojedes y Apure, únicos estados donde no existían y otros dos entraron a competir en Anzoátegui y Zulia. Existe un número no determinado de semanarios y revistas. Las de mayor circulación son las hípicas, varias de las cuales venden más de 100 mil ejemplares a la semana. Las más importantes revistas son: Elite, Bohemia, Momento y Zeta, salvo la primera que está dedicada a la moda, las demás tienen una línea editorial de análisis político.

En cuanto a la publicidad tampoco existen cifras globales. Las mediciones del volumen en prensa se limitan a los periódicos de Caracas y a media docena del interior. La inversión de publicidad en todos los medios en 1988 se incrementó a 8 mil 047 millones de bolívares, sin incluir los costos de producción que puede estimarse en un 20 por ciento más. De esta cantidad, el 61 por ciento se destinó a mensajes insertados en la televisión, el 31 por ciento a la prensa, el 3 por ciento a revistas, el 2 por ciento a la radio y el 3 por ciento a la publicidad en exteriores. Estas cifras significaron un 40 por ciento más en relación con 1987, que se explica por la inversión en la campaña electoral

presidencial y muestra una desproporción en el reparto de los medios, muy poco frecuente.

Más que cualquier otro medio, por sus propias funciones elementales de orientar e informar, la prensa ha establecido relaciones con el poder político nacional, estatal y local, tanto con las respectivas esferas del gobierno, como con los más importantes partidos políticos, es decir con aquellos que tienen cuotas de poder o influencia en el Ejecutivo, Legislativo o Municipal.

La prensa se sabe un factor de presión, sobre tales poderes y procede en consecuencia para obtener beneficios, pero a su vez, el Estado eventualmente los gobiernos locales, utilizan estos medios. Se produce así un diabólico juego de relaciones, donde a menudo resultan maltrecha la opinión pública y la información, el periodismo y los lectores.

9.2. TELEVISION EN VENEZUELA

Si nos atuviésemos exclusivamente a la programación y a los contenidos que transmiten los grandes canales comerciales del país, incluyendo al del Estado o a las proporciones críticas que periódicamente se denuncian en las páginas de opinión de los diarios y revistas, se podría concluir que la situación de la televisión en Venezuela y sus formas de valoración social, se hayan en un punto semejante a aquel donde se encontraban a comienzos de los años 70, cuando se publicaron los primeros alegatos cuestionadores de la misma.

Es decir, se encontraría de una parte, un sistema mixto de televisión que combina la propiedad privada con la del Estado que sigue dominando por la explotación comercial del servicio a través de la venta de espacios publicitarios, que continúa sustentando en una lógica de programación y una estructura de contenidos que no ha variado sustancialmente hasta nuestros días y, que generalmente ha sido refractario a los cambios propuestos por diversos sectores del país.

De otra parte, un discurso crítico, manejado fundamentalmente por sectores académicos, religiosos e intelectuales, que consideran la televisión una calamidad social y mantiene su condena prácticamente con los mismos argumentos de hace 30 años. La excesiva carga de violencia, la

escasa creatividad, el malgusto a la "chabacanería", la unidireccional en la interpretación informativa, la ausencia de programación cultural e infantiles especializados, o el efecto trasculturizador de la programación de origen extranjera. Y entre ambos, la gran masa telespectadora, el sector mayoritario del país, que expresa una gran fidelidad al medio, engrosando las cifras de los estudios de audiencia, reforzando así el desarrollo de una de las más expansivas industrias que se haya conocido en la historia de la comunicación en Venezuela.

Si embargo, si revisamos con detalle y hacemos caso a otros factores y tendencias, nos encontramos que el contexto comunicacional en el cual se produce, se hace circular y se consume a la televisión en nuestros días, se está modificando sustancialmente, y que en esa modificación encontramos indicios contradictorios para la previsión de un desarrollo futuro más creativo, pluralista y nacional; al tiempo que detectamos la aparición de contradicciones no previstas en los análisis que hoy conocemos.

El reto definitivo de un modelo. - una primera constatación: durante la década de los años 80 la televisión se constituyó de manera definitiva en el medio de masas que en el lapso más breve ha alcanzado la más grande expansión y el más grande poder conocido entre todos los medios modernos instalados en Venezuela. La radio, que existe desde 1926 como iniciativa comercial, todavía hoy carece de una emisora de verdadero alcance nacional y su participación en el total de la inversión publicitaria no pasa el 31 por ciento del total. La prensa, cuyo desarrollo data del siglo pasado, debió esperar hasta mediados del actual para alcanzar una presencia verdaderamente masiva y nacional, que sin embargo continúa siendo relativamente restringida si recordamos que los diarios de mayor tiraje en Venezuela no superan el promedio de los 250 mil ejemplares diario de venta y que casi un 18 por ciento de la población se encuentra en situación de analfabetismo o de analfabetismo funcional. Y el cine, a pesar de que alcanzó a partir de 1975 un incremento de la producción sistemática de filmes nacionales, vive periódicamente crisis de estancamiento y de merma de producción, al tiempo que la desaparición de las salas comerciales se torna en una amenaza, no sólo para la sobrevivencia del cine nacional, sino

para la existencia del propio espectáculo cinematográfico en su conjunto.

La televisión, en cambio, ha experimentado en un periodo que coincide plenamente con la existencia de la reciente democracia venezolana, un crecimiento tan intenso y una importancia tal que puede ser considerado como un medio hipertrofiado dentro del escenario comunicacional. Por ejemplo, el número de hogares poseedores de aparatos de televisión pasó de apenas un 25 por ciento del total de hogares que disponían de al menos un televisor en 1963 -, a un 90 por ciento en 1989 con una señal que asegura la recepción de al menos un canal en casi todo el territorio, salvo regiones de baja densidad demográfica que todavía no disponen de la señal televisiva nacional.

Más intenso aún ha sido el crecimiento de su importancia dentro de la inversión publicitaria. Económicamente hablando, la televisión se convirtió, a partir de los años 80's, en una arrolladora maquinaria que ha ido ampliando significativamente su cuota de participación y, por tanto, reduciendo la de los demás medios en el total de la inversión publicitaria que se realiza en el país. Así de una cifra cercana al 45 por ciento de la participación en el total de la inversión en 1980, la televisión pasó a captar más del 50 por ciento en 1985, y cerca del 60 por ciento en 1989, estas cifras contrastan abiertamente con el promedio europeo, donde la inversión publicitaria en televisión es menor al 30 por ciento, con el promedio norteamericano donde no rebasa el 40 por ciento, y que en América Latina es sólo superada por el Perú donde llega casi al 70 por ciento.

Pero el poder de la televisión venezolana no es sólo económico, también su peso en el terreno cultural y en la capacidad para formar la opinión pública es realmente decisivo. Es cierto que así ocurre hoy en día en la mayoría de las naciones con redes de televisión expandidas, pero en Venezuela, y seguramente en otras naciones latinoamericanas, las carencias culturales previas le han conferido un papel decisivo y algunas veces incontrolable. Pues además de la debilidad del sistema escolar, de la recurrentemente alta tasa de analfabetismo, y de la diezmada capacidad de consumo masivo de otros servicios y productos culturales -periódicos, libros, espectáculos, discos, cine-, la red televisiva

tiene la ventaja de haber sido, en sentido expedito, el primer aparato de comunicación de masas realmente nacional y de alcance popular.

Podemos concluir, entonces que el comienzo de la década de los 90, la televisión en Venezuela es un aparato comunicacional que cultural y económicamente navega adelante y solitario a pesar del desarrollo de la prensa de provincia, de la multiplicación de las radio en frecuencia modulada y de las televisoras regionales sin competidor posible ni previsible a corto plazo, en el marco de las industrias culturales y de los sistemas de comunicación masiva hoy existentes.

Nuevas redes, nuevos emisores, nuevos repertorios:

Sin embargo, y es ésta la segunda gran modificación constatada -al mismo tiempo que el fenómeno de concentración antes descrito, ocurren dos fenómenos que van a producir un cambio decisivo en el panorama audiovisual. Primero, el surgimiento de nuevas redes, nuevos emisores y nuevos servicios de televisión. Y segundo lugar, la aparición en el mercado de otros artefactos y repertorios (especialmente de videos y de informática) que confluyen para consumo de la misma pantalla de televisor, liberando a este último de su uso exclusivo como terminal de la televisión.

A simple vista el cambio es conducente. Hasta 1975 el único repertorio accesible a los televisores era el ofrecido por los 3 canales -Radio Caracas y Venevisión y la oficial Venezolana de Televisión- todos con sede en Caracas. Para 1990, además de éstos se han instalado: Otro nuevo canal comercial de "Free Television" TELEVEN, con pretensiones nacionales; un canal por suscripción, OMNIVISION que ya presta servicios en 6 estados del país, Cablevisión; y seis canales regionales -Teleboconó, en el estado de Trujillo; Televisión Andina de Mérida; Amavisión de Puerto Ayacucho; Niños Cantores del Zulia, en Maracaibo; Televisión Regional del Táchira, en San Cristóbal, Telecaribe, en Porlamar y; Telecentro en Barquisimeto-, que ha significado la aparición de emisoras no tradicionales en la televisión venezolana, ya sean éstos la iglesia católica, organizaciones culturales privadas o grupos de empresarios del interior del país. A estos canales hay que agregarles, si

hablamos de repertorios a consumir a través del televisor, una cifra aproximada de 400 mil hogares poseedores de al menos una videograbadora, los cuales disponen de unas 500 tiendas que alquilan y venden video cassettes en ciudades y pueblos del país, para cuyo circuito se producen un promedio mensual de 120 títulos y de 500 copias por título que alimentan las 750 mil videolocaciones anuales que, según datos de los fabricantes, se realizan en Venezuela.

Igualmente, debemos incluir entre los nuevos servicios un estimado de 30 mil hogares que reciben la señal de satélite, a través de las antenas parabólicas de televisión; un número aproximado de 75 mil receptores de televisión por suscripción y una cifra no determinada, pero seguramente muy grande, de videogames. Nintendo, Atari, etc., que han sido introducidos en el mercado con un gran éxito y un abierto impacto en los hábitos de entretenimiento.

Esta ampliación de repertorios y de emisiones significa que de ahora en adelante para entender el fenómeno de audiovisual electrónico, estamos obligados a establecer una separación entre la televisión- esto es, la transmisión a distancia y la recepción simultánea de señales de audiovideo y el televisor- , es decir, la pantalla decodificada asumiendo que esta última funcionará cada vez más como el terminal de otros servicios (videograbadoras, teletextos, grabadora doméstica de video, microcomputadoras, recepción de filmes especialmente solicitados a una cinemateca, prensa electrónica o cualquier otro servicio de información a distancia) que serán paulatinamente competidores potenciales con el tiempo y el espacio dedicado a la televisión.

Si tomamos un hogar hipotético que disponga de buena parte de los servicios señalados, encontraríamos que un televidente de un estado occidental del país puede optar, en los horarios de alta audiencia, además de las telenovelas o seriales norteamericanos de las cuatro plantas de televisión comercial, entre una variedad de opciones que van desde instalar en su videograbadora uno de los dos mil filmes promedios que dispone un videoclub hasta sintonizar cualquiera de los canales transmitidos vía satélite que pueden llegar hasta 24, o sencillamente disfrutar de un programa

noticioso de su televisión regional o de su canal de televisión por suscripción. Hecho que, comparado objetivamente con las posibilidades existentes en 1970, significa una sustantiva ampliación de su libertad para seleccionar repertorios y para hacer uso de ellos a través de la pantalla de televisor.

Viejos hábitos, nuevas restricciones, tendencias visibles.-

Pero éste último panorama, es potencial a pesar de que se dispone hoy en Venezuela de mayores opciones, la televisión comercial tradicionalmente, como ya dijimos, mantiene su hegemonía en el gusto y en los hábitos de exposición del gran público. De hecho hay condiciones prácticas que refuerzan la situación.

Actualmente, las señales con mayor alcance en el territorio nacional son precisamente la de los "tres grandes" - RCTV, VENEVISION Y VTV- mientras que las probables alternativas -la televisora nacional, el canal cultural del Edo., Televen que se propone como una televisión para públicos de mayor educación y de altos ingresos; y Omnivisión y Cablevisión, cuyos criterio de programación no dependen de la publicidad comercial, tienen en cambio, un espacio de acción prácticamente restringido al área metropolitana de Caracas y algunas de ellas a los estados centrales del país, y a los estados Bolívar y Zulia.

Existen además, restricciones de otra índole; a pesar de su atractivo y seguramente debido a las grandes dificultades económicas de la mayoría de la población, aún sólo una pequeña minoría tiene acceso a otros servicios distintos a los de la televisión gratuita. A penas el 1 por ciento del total de hogares estimado en Venezuela dispone del servicio de recepción doméstica de televisión por satélite, sólo el 2 por ciento de televisión por suscripción y, aproximadamente, el 14 por ciento de videograbadoras, (cifra que contrasta altamente con el 70 por ciento estimado en los Estados Unidos), todos ellos concentrados predominantemente en las grandes ciudades.

Por otra parte, a pesar del surgimiento de numerosas plantas regionales de televisión, éstas no han podido desplazar de las preferencias del público local a las televisoras nacionales. Y, aunque

las mediciones mostradas por las propias plantas regionales contradicen los datos ofrecidos por las encuestadoras nacionales, es evidente que éstas sólo logran cifras considerables de audiencia a través noticieros locales y con esporádicas transmisiones deportivas y programas de concurso que generan alta identificación con los valores y aficiones de la región.

Lo cierto es que, cada vez más, un número representativo de usuarios puede optar por servicios distintos a los de las tres grandes plantas televisoras del país, cuentan con televisoras locales que en la práctica facilitarían procesos de descentralización política e informativa y amplían la capacidad nacional de comunicar.

Cada vez más personas pueden acceder a la producción cinematográfica nacional e internacional, sin depender del azar de la programación televisiva o de los caprichos de los exhibidores de cine. Y, por supuesto, cada vez más personas estarán tentadas por la televisión transnacionales y seguramente por la necesidad de hacerse al menos bilingües para poder disfrutar.

Este panorama en su conjunto, va prefigurando la manera como las tendencias internacionales del audiovisual electrónico comienzan a reproducirse en Venezuela; entre los que destacan:

a) La coexistencia de formas de alta concentración tecnológica y empresarial con la multiplicación de servicios descentralizados o dirigidos a segmentos específicos de la audiencia como expresión del nuevo modelo globalizado de comunicación mundial. Fenómeno que se expresa a nivel internacional en la proliferación de canales por suscripción dirigidos a segmentos de públicos con intereses muy específicos, de manera que puedan elaborar una especie de "televisión audiovisual" o de canales regionales que refuerzan la vida local, pero dependiendo ambos seriales, filmes o servicios noticiosos que son producidos por los "grandes broadcasting transnacionales" o por empresas nacionales de gran envergadura.

Para ilustrarlo, algunos autores han realizado una analogía con la red eléctrica, la cual es incapaz de tener utilidad diaria e inmediata sin carecer de "transformadores" que puedan fijar la "alta tensión" de territorios determinados, limitados. Pues bien,

existiría una comunicación de "alta tensión" la de las grandes redes internacionales que requiere para poder ser consumida a pequeña escala de una serie de "transformadores" y "reguladores" que serían, en este caso, los nuevos servicios segmentados y regionalizados, ya que es en los mercados locales donde se captan o proyectan los "clientes", la publicidad, en mercados con diversas fronteras constituidas "los gustos, la lengua, la región". El español Jesús Timoteo Alvarez, lo ha definido, "Transformaciones en los contenidos" que tienden a ser globales en su concepción y esquema, y locales en su aplicación y captación.

b) Y como consecuencia de lo anterior, la multiplicación de la competencia y la ampliación de la oferta, que podría conducir con el apoyo de "control remoto" al paso de una "televisión de hábitos" a una "televisión de contenidos". Es decir, la posibilidad de que el televidente deje de ser un televidente cautivo y pasivo para convertirse en un verdadero "cliente", alguien que selecciona con libertad lo que realmente quiere consumir.

c) La aparición de países menos desarrollados de grandes brechas culturales marcadas por la posición o no de determinados servicios de recepción o reproducción de información audiovisual, electrónica, lo que podríamos denominar la existencia de una televisión de ricos basada en el pago de los servicios a la carta, individualizada por suscripción por satélites, por acceso a los videoclubes y a una televisión de pobres. "Free television" que continuaría financiada por la publicidad, especialmente por aquella de productos de consumo masivo, convirtiéndola tendencialmente en una especie de "swap" televisión.

Los escenarios del futuro.

Lo que parece evidente para quienes se preocupan por el aporte democrático y cultural de la televisión, es que se hace necesario modificar los hábitos intelectuales y las propuestas políticas desde las cuales se ha pensado críticamente el problema.

Dos desplazamientos de la realidad, uno político y otro tecnológico, van a condicionar el futuro. Primero; la tendencia internacional a la disminución del papel del Estado también en el

terreno de la administración y regulación de la industria televisiva. Segundo; la tendencia a la reducción cada vez mayor de las diferencias entre los distintos medios, una vez que todos se van haciendo electrónicos al menos en una de sus facetas de producción y circulación requiriendo de la pantalla como el instrumento esencial de interacción por el usuario.

La primera tendencia que en Venezuela es un hecho reforzado por la lentitud del Estado para legislar y para hacer cumplir la legislación, pero también por su ineptitud para manejar acertadamente su propio aparato televisivo, llama a superar la dualidad opresiva entre dos fórmulas a priori condenadas, la de la intervención reguladora del Estado, de acuerdo a principios exclusivamente político culturales, de acuerdo a principios exclusivamente económicos para encontrar nuevas fórmulas de articulación entre aparato televisivo e interés colectivo.

La segunda tendencia, la tecnológica, plantea en cambio el reacomodo de las formas de articulación y concentración de las industrias culturales, pues ha creado el sustento tecnológico para que de recientes conglomerados multimediales (industrias de cine, televisión, prensa y video por ejemplo, articuladas en un mismo capital pero financiados de manera independiente) se pase, como de hecho ya ocurre, a conjuntos industriales unitariamente integrados, donde las diferencias entre las distintas industrias y media tienen a desaparecer, al disponer de un soporte común, el electrónico. Generándose así fenómenos de concentración cultural y de dominio de la información de una naturaleza distinta a la que hasta ahora habíamos concebido.

Lo que parece ir demostrando el fin de siglo; es que la televisión de masas adquiere cada vez más, en todos los países, la misma forma de una industria medida por criterios de alta rentabilidad, y que la televisión y los televisores continúan siendo los más complejos enigmáticos e "indomesticables" entre todos los aparatos comunicacionales creados por el hombre.

9.3. MEDIOS IMPRESOS

Los medios impresos de comunicación, con mayor penetración y credibilidad en Venezuela son:

9.3.1. El Universal es el periódico nacional más antiguo e importante de Venezuela. Fundado por Andrés Mata en 1909, tiene un formato estándar dividido en cuatro secciones: Información general; política, económica y de provincia; deportes, espectáculos y sociales, clasificados y sucesos. Actualmente es dirigido por su propietario Andrés Mata (nieto). Tiene un tiraje estimado, según información del propio diario, de 185 mil ejemplares (los domingos es de 280 mil), con una circulación nacional, aún cuando la mayor cantidad de sus ejemplares son distribuidos en Caracas.

La política editorial del periódico es de tendencia conservadora, es uno de los diarios de mayor credibilidad en el país y en la mayoría de los casos favorable a los lineamientos del gobierno, aun cuando en algunos casos cuestiona seriamente las políticas que aplica el ejecutivo federal. Está dirigido fundamentalmente hacia la "clase política", empresarial y las capas sociales altas y medias altas.

Su primera sección está dividida en tres partes: Una página está abocada hacia la opinión editorial, pero como la mayoría de los periódicos en Venezuela, carece de un editorial propio, por lo que deja en manos de sus articulistas la opinión que puedan expresar sobre los tópicos más importantes del país. La segunda está dedicada a la sección internacional, basada en la difusión de cables provenientes de agencias internacionales y por último la sección nacional-política, en la cual se incluyen columnas de cobertura presidencial, entrevistas a dirigentes de partidos políticos y todos los lunes una sección de análisis realizada por su jefe de información Carlos Croes.

La segunda sección: Está abocada al análisis económico, con una amplia información sobre aspectos petroleros, siendo sus principales analistas en este campo el periodista Carlos Chávez y el articulista Alberto Quiroz Coradi, y diferentes áreas de la economía nacional. En la segunda parte, se difunde información de la provincia y de áreas especializadas como agricultura, ciencia y tecnología.

La tercera sección está dedicada a la información deportiva y de espectáculos y la última al campo cultural, sección dirigida por Sofia Imber, de clasificados y sucesos.

El Universal es el periódico que mayor espacio le dedica a la información de México. En un 80 por ciento de las notas publicadas, provienen de cables de agencias internacionales y el resto se refieren a artículos locales e información cultural.

9.3.2. El Nacional. - Es el medio de mayor impacto en la generación de opinión pública de Venezuela. Tradicionalmente este periódico ha contado entre sus editorialistas a políticos e intelectuales más destacados del país, entre los que se cuentan a: Eduardo Fernández, Canaché Mata, Uslar Pietri, Fredy Muñoz, Guillermo Morón, Ramón Escobar Salóm, Ramón Medina, entre otros. En diferentes etapas de la vida del periódico, fundado en 1943 por el escritor Miguel Otero Silva y dirigido en la actualidad por el Miguel Henrique Otero, se han registrado polarizaciones en la relación tanto con el Estado, como con la iniciativa privada, debido a sus posiciones críticas.

Desde su fundación, y aún actualmente, se vive una de esas etapas en tanto la directiva del periódico mantiene una relación activa y cercana al principal partido social cristiano de oposición COPEI. Durante la administración del presidente Carlos Andrés Pérez se caracterizó por sus múltiples denuncias sobre la corrupción e ineficiencia gubernamental y se ha llegado al extremo de criticar acremente la vida privada del expresidente de la república.

Aun cuando carece de un editorial propio, todos los domingos el periodista Jesús Eduardo Brando escribe una columna denominada "Paredón de Papel", la cual se ha convertido en un foro de denuncias de los supuestos negocios que efectúan los políticos y miembros de las fuerzas armadas.

Tras el intento de golpe de Estado, perpetrado el pasado 4 de febrero de 1992, y la inmediata suspensión de las garantías constitucionales, incluida la de libertad de expresión, el periódico fue objeto de requisas y censura. En charlas informales (y a veces formales) el ex director, Alfredo Peña, externaba que El Nacional, y él en lo particular, habían sido los motores para la caída de Pérez.

El formato del periódico es estándar, dividido en

cuatro secciones fundamentales. La primera comprende una sección dedicada a información diplomática local, con énfasis en la política internacional vinculada con Venezuela; la sección editorial que incluye "Cartas al Lector", y el resto dedicado a información internacional redactada con despachos de agencias.

La segunda sección incluye deportes y espectáculos; la tercera sección dedica un amplio espacio a los problemas sociales y de servicios que afectan a la comunidad, así como información cultural. La última sección, cubre la información de política nacional, incluye un apartado de economía y negocios y la sección de sucesos o la "nota roja."

Este medio de información tiene una circulación nacional, su tiraje según fuentes del mismo diario, alcanza los 140 mil ejemplares y está dirigido fundamentalmente a los sectores políticos, cultural, estudiantil y clase media de Venezuela.

Es el segundo medio impreso diario que dedica mayor espacio a la información de México. Al igual que El Universal, la mayor cantidad de información referente a nuestro país, tiene su origen en agencias internacionales y tradicionalmente han sido favorables para nuestro país.

Los articulistas Ibsen Martínez y José Ignacio Cabrujas, escritores y literatos, considerados como los más importantes realizadores de libretos para teatro, telenovelas, novelas y crítica literaria, son quienes de manera ocasional dedican sus artículos a México.

9.3.5. El Diario de Caracas. - Con apenas 13 años de circulación a nivel nacional, aun cuando su fuerza editorial se concentra en la capital del país, ha logrado penetrar en diversos sectores de la clase media, políticos e intelectual. Pertenece al grupo empresarial IBC, encabezado por Marcel Granier y la familia Phelps, con amplios intereses en los medios de comunicación.

Impreso en formato tabloide y a todo color, este periódico experimentó una serie de cambios de directivas y de una indefinida política editorial que le había impedido penetrar en el mercado. Sin embargo, hace unos dos años aproximadamente, se decidió instaurar una nueva directiva encabezada por Diego Bautista Urbaneja, quien le

ha impreso un dinámico sello editorial y periodístico.

Son tres los cambios estructurales que en esta nueva etapa ha sufrido este diario: la creación de una línea de opinión propia que analiza de manera profunda los problemas que afectan al país y que se expresa en el editorial del periódico, uno de los pocos que existen en Venezuela; la participación de nuevas firmas de gran prestigio, que escriben ensayos de largo aliento, como son las de los internacionalistas Alfredo Toro Hardy, Maruja Tarre, Pedro Berroeta, el general retirado Alberto Muller, entre otros y, por último, una agresiva política periodística que incluye la impresión de suplementos y revistas que analizan y profundizan en diversos temas.

Tiene una política editorial crítica frente al gobierno, aun cuando tiende a reconocer los aciertos gubernamentales, pro empresarial y con un marcado acento propositivo sobre el futuro del país. Es por ello que está dirigido fundamentalmente a sectores de la clase alta y media y sector estudiantil.

Con una circulación aproximada de 75 mil ejemplares, el Diario de Caracas, mantiene permanentemente una sección internacional. Es uno de los periódicos que dedica mayor espacio editorial al acontecer mexicano. Entre los articulistas que dedican en ocasiones análisis sobre México se encuentra:

Diego Bautista Urbaneja, director del periódico, dirigente político, parte de su formación profesional la llevó a cabo en el Colegio de México, mantiene estrecha relación con nuestro país, sus propuestas normalmente son positivas.

Alfredo Toro Hardy, diplomático e internacionalista (ha sido designado como embajador de Venezuela en Brasil), es quien más atención ha puesto en los acontecimientos mexicanos, en lo particular a las negociaciones del Tratado de Libre Comercio y la posición mexicana en los foros internacionales. Con una posición crítica, sobre todo en cuanto a la aplicación de políticas neoliberales en América Latina, Toro Hardy mantiene estrechas y positivas relaciones con la Embajada.

Alberto Muller Rojas, general retirado, senador de

la República por el Partido Causa R, opositorista tanto a la pasada como a la actual administración, ha mostrado posiciones muy positivas hacia México.

Carlos Romero, internacionalista (ha escrito cerca de cinco libros sobre el análisis de la situación mundial y la posición de Venezuela en este contexto), ha dedicado análisis a México, positivos y propositivos.

El Diario de Caracas reproduce diariamente artículos de la Agencia Internacional de Prensa, que dirige un venezolano radicado en Estados Unidos y cuenta entre sus colaboradores a los mexicanos Luis Pazos y Erick Guerrero.

9.3.6. ECONOMIA HOY: De reciente creación en Venezuela con apenas cuatro años, es dirigido por su propietaria María Di Mase, miembro de una familia dedicada a las finanzas y desarrollos urbanos, ha venido a cubrir una de las urgentes necesidades de contar con un medio especializado en materia económica.

De formato tabloide, juega uno de los papeles más importantes en cuanto a la vinculación entre los sectores financiero, político y económico. Se convierte en expresión activa de uno de los sectores más pujantes en Venezuela, que se había visto sujeto a los medios tradicionales que poca relevancia le prestaban a este tipo de información. Con un tiraje reducido, apenas unos 30 mil ejemplares, pero con un público muy bien segmentado y de amplia aceptación y poder adquisitivo, Economía Hoy no sólo se ha caracterizado por efectuar reportajes sobre empresas venezolanas y extranjeras, crear una sección de indicadores económicos, poner especial atención en el seguimiento de los pactos económicos tanto a nivel mundial como del propio país, sino ha generado una "nueva cultura" económica, a través de sus articulistas especializados.

Asimismo ha procurado vincularse con los sectores financieros nacionales y extranjeros, cada año organiza seminarios con especialistas de alto nivel tanto del gobierno como de la iniciativa privada; foros que han permitido fomentar un diálogo abierto y franco sobre los problemas y retos que afronta el país.

Como la mayoría de los periódicos en Venezuela, mantiene una sección internacional. La fuente de esta información son las agencias internacionales, aun cuando semanalmente dedican un suplemento sobre el análisis de la actividad de diversos países, realizados por su "cuerpo" de reporteros. En reiteradas ocasiones se ha dedicado a México, en la mayoría de las ocasiones de manera muy positiva.

9.4. . REVISTAS

A pesar de que en Venezuela circulan más de 100 revistas mensuales, que abarcan todos los temas, desde modas hasta análisis políticos, debe señalarse que son pocas las que en realidad han logrado desarrollar una política editorial de trascendencia y credibilidad en la sociedad venezolana.

Entre las que podrían destacarse se encuentran:

9.4.1. Bohemia: Fundada en 1971, este medio de comunicación semanal pertenece al poderoso grupo Bloque de Armas, que cuenta también con dos periódicos, 21 revistas y una cadena de librerías, además de estar estrechamente vinculado a empresas distribuidoras de periódicos y revistas en diversos países del continente.

Bohemia basa su estrategia editorial en dos conceptos fundamentales: análisis de política nacional e información económica y la difusión de reportajes vinculados a la salud, belleza y esparcimiento. Cuenta con destacados colaboradores como es el economista Domingo Maza Zavala, Sanín y José Vicente Rangel, que le imprimen un sello crítico y progresista.

Asimismo cada mes, publica reportajes que resumen de manera amplia y crítica los principales acontecimientos políticos que afectan al país. Promueve también, "encuentros" encabezados por lo general por su directiva, con altos funcionarios del gobierno o de la iniciativa privada, dedica una sección a la información internacional, en la mayoría de las veces producida de manera propia y un amplio espacio a la información económica, la mayoría de las ocasiones realizada por su articulista Maza Zavala, quien es uno de los más destacados economistas del Venezuela.

Tras el intento fallido del Golpe de Estado (1992),

Bohemia le ha dedicado amplios espacios a la información generada por el ejército y a "manipular" la imagen del líder golpista Chávez Farías, que lo muestran como "líder" y "salvador" de los venezolanos. Este medio de comunicación, sin embargo, fue de los pocos que no se vio afectado con la censura impuesta por el gobierno, tras la suspensión de las garantías constitucionales.

Esta política editorial, al parecer, tiende más a buscar penetrar en la clase media y media baja, descontenta con la situación que prevalece actualmente en Venezuela y de esta manera incrementar la circulación, que a una actitud del Bloque de Armas de buscar la presencia de las fuerzas armadas en la dirección del país.

La revista Bohemia circula fundamentalmente en Caracas, aún cuando sus directivos afirman que se expende en todo el territorio nacional. Está orientada a la clase política, empresarial y, ahora, a las clases medias- medias bajas.

9.4.2. ZETA. Revista política, fundada y dirigida por el controvertido periodista Rafael Poleo, quien cuenta además con el sensacionalista periódico El Nuevo País, es desde hace cinco años aproximadamente, uno de los foros más críticos contra el gobierno.

Esta actitud se ha vio profundizada cuando durante los intentos de golpe de Estado contra el expresidente Pérez, el gobierno vinculó a Poleo con un grupo de periodistas e intelectuales que supuestamente pretendían apoyar un movimiento para derrocar al exmandatario venezolano. El periodista denunció, a través de estos dos medios de comunicación, actos de corrupción de la clase política y militar, y según el periodista, esta actitud le costó un atraco a su casa en "busca de papeles comprometedores", que a la postre se transformó en su contra, ya que según versiones oficiales, fue promovido por él mismo y en las investigaciones se encontraron en su residencia armas reservadas al ejército, por lo que afrontó una denuncia penal que lo obligó abandonar el país, pero con la llegada al poder del expresidente interino Velázquez, la persecución se acabó y pudo regresar.

Su política "amarrillista" ha servido para que este medio de comunicación haya logrado penetrar en sectores de las clases medias- medias bajas y

clases bajas. Asimismo ha manifestado un amplio respaldo a las fuerzas armadas, dedicándoles amplios espacios informativos.

9.4.3. VIERNES. Dirigida por el periodista William García, dedica sus páginas a realizar reportajes sobre los principales sucesos que acontecen en el mundo y tópicos de trascendencia de Venezuela. Su política editorial busca equilibrar la información, contando con todos los elementos que permitan un análisis profundo, sin "amarillismos"

Cuenta con editorial escrito por el propio director, que resume la posición de este medio de comunicación, crítica y analítica hacia el gobierno, pero propositiva sobre los caminos que puedan encontrarse para resolver los conflictos que enfrenta. Dedicamos amplios espacios a la información internacional, basado en despachos provenientes de agencias noticiosas.

9.4.4. NUMERO Revista editada por Editorial Triángulo y dirigida por Arturo Obadía Beracasa, está especializada en temas económicos, y dirigida fundamentalmente hacia el sector financiero, empresarial e industrial. Impresa a todo color, y en papel couché, este medio de comunicación busca convertirse en la "guía" fundamental para el análisis empresarial venezolano.

Difunde en revistas con dirigentes de agrupaciones empresariales e industriales, los índices de empresas líderes, sus cotizaciones en la Bolsa de Valores, las perspectivas de inversión y negocios, incluyendo también análisis internacionales y comportamientos de los grupos económicos extranjeros.

9.5. MEDIOS ELECTRONICOS

9.5.1. TELEVISION

En Venezuela existen tres canales de televisión comercial de servicio gratuito, dos pertenecientes al Estado y dos cadenas televisivas por cable.

Para este análisis tomaremos las tres cadenas comerciales, que realmente son las que tienen la mayor audiencia, dado que los medios del Estado se encuentran en franca crisis.

9.5.2. VENEVISION. Empresa líder en materia de

televisión en Venezuela. Tiene asignada la frecuencia del Canal 4 y pertenece a Gustavo y Diego Cisneros. -La Organización Cisneros es el grupo empresarial más importante del país y posee, además, una amplia ramificación de industrias tanto en Latinoamérica como en Estados Unidos y Europa- quienes se vincularon a TELEVISION, con la adquisición de la cadena televisiva norteamericana UNIVISION y recientemente adquirieron también el Canal 11 de Chile.

En su estructura de programación, el porcentaje del origen de sus transmisiones es 55 por ciento producción nacional y el resto de procedencia extranjera -películas y programas de variedad-. Recientemente inició sus transmisiones a nivel internacional vía satélite, por lo que su señal llega al Caribe, Centroamérica y parte de Sudamérica.

Es prolifera productora de telenovelas, las cuales son exportadas a todo el mundo, mantiene una de las plantas más importantes de cantantes que son difundidos a través del programa "Sábado Sensacional", que desde hace 15 años es la emisión televisiva musical más vista en Venezuela.

Diariamente difunde tres noticieros denominados El Informador, con un formato tradicional (información nacional, internacional, deportiva, espectáculos y cultura). Asimismo produce una amplia gama de programas de opinión, los cuales en lo general se basan en entrevistas con "personajes" de la política, la cultura, la iglesia, intelectuales o del sector empresarial.

En este sentido cuentan con: El Informador 24 Horas, que conduce Carlos Fernández; Impacto, que dirige Edgardo de Castro, jefe de Relaciones Públicas del Grupo Cisneros; Fuego Cruzado, del periodista Castillo, Buenas Noches, con la controvertida periodista Sofía Imber y Reportaje, que produce un grupo de periodistas de ese canal televisivo.

La política editorial de los noticieros de VENEVISION habría venido respondiendo, en gran medida, a su vinculación existente entre el Grupo Cisneros y el expresidente de la República, sin embargo al asumir la presidencia Caldera, las reglas del juego han cambiado en forma dramática y su influencia política y económica se ha visto seriamente afectada.

Tras la crisis del Banco Latino -el segundo banco en cuanto a número de depósitos en el país y en el que tenían amplia participación accionaria- y su amplia vinculación con Carlos Andrés Pérez, la credibilidad y confiabilidad del grupo se ha visto seriamente afectada, lo que ha motivado un replanteamiento en su estrategia, tanto de comunicación como de comercialización de todos sus productos.

9.5.3. RADIO CARACAS TELEVISION

Parte del grupo empresarial encabezado por Marcel Granter y la familia Phelps. Su presidente es Eladio Lares. Originalmente el proyecto de comunicación de este grupo estuvo basado en la radiofonía y posteriormente se extendió hacia la televisión y ahora abarca también periódicos y grabadoras de discos, entre otros.

A través de la frecuencia del Canal 2, RCTV transmite una programación dividida en tres horarios distintos: el matutino cubierto por programas de opinión y de servicios, entre los que destacan "A Puerta Cerrada", con Marieta Santana; "Lo de Hoy es Noticia", con Amelys Díaz, entre otros. A lo largo de la tarde, y hasta la 10 de la noche difunde telenovelas, programas infantiles y películas. Los servicios informativos que mantiene este canal se difunden en horarios matutinos, vespertinos y nocturnos y se denominan El Observador, desarrollando un esquema tradicional -información nacional, internacional, deportes y espectáculos.

En los últimos tiempo, ha logrado un impacto importante en cuanto a la "captura" de nuevos televidentes, ya que ha asumido una posición crítica frente al gobierno, y la propia iniciativa privada, dedicando amplios espacios tanto de sus noticiarios como en de sus programas de opinión, y telenovelas, a difundir las protestas ciudadanas, las denuncia de corrupción, etc., así como una abierta lucha contra la Organización Cisneros.

9.5.4. TELEVEN

Este canal televisivo se transmite a través de la frecuencia del CANAL 10 y tiene como socio mayoritario a Gustavo Cisneros.

Basa su programación en series extranjeras, en lo particular telenovelas de origen brasileño, y su producción nacional está restringida a servicios informativos, programas de opinión y uno de concurso infantil. Su área de trasmisión abarca la ciudad de Caracas y algunos estados circunvecinos.

El papel prioritario de este canal televisivo, es que desequilibró la balanza que existía entre las cadenas televisivas (RCTV y VENEVISION) y agudizó aún más las contradicciones y luchas de poder entre estos grupos empresariales.

Nota: Ninguno de los canales de televisión tienen destacados corresponsales extranjeros, por lo que basan su información internacional en agencias de noticias, la mayoría de ellas de origen norteamericano o europeo.

10. ORGANIZACIONES GREMIALES

10.1. BLOQUE DE Prensa.

Es el organismo rector de los editores de los principales periódicos de Venezuela, fundado en 1958, nace como una necesidades planteada por los dueños de periódicos de "defender la libertad de expresión, tras la caída de la dictadura de Pérez Jiménez".

Sus objetivos son "velar por los intereses de la prensa, en todos sus aspectos, y fundamentalmente por lo que marca la Constitución en materia de libertad de expresión. Asimismo velar por los principios que determinan que la prensa es un órgano de orientación de la opinión pública que coadyuva al progreso material y moral de la nación".

Estos principios se vieron seriamente afectados en la administración del presidente Pérez, tras la suspensión de las garantías constitucionales, entre las que se encontraba la de libre expresión, ya que a los periódicos se les impusieron censores oficiales, y se presentaron requisas de ediciones y se bloqueó el acceso, en algunos casos, a las instalaciones de los medios del personal que laboraba en él.

A través de los directores de El Universal, El Diario de Caracas y del Economía Hoy, la Embajada ha mantenido un contacto estrecho y permanente con esta organización. A los dos primeros

representantes de la prensa se les ha invitado en diversas ocasiones a mantener un diálogo con el Embajador y el Consejero de Prensa y en forma cotidiana se les envían documentos vinculados con el quehacer mexicano.

11. RADIO

En Venezuela existen cerca de 421 estaciones de radio, tanto de AM como de FM. Sólo en Caracas están registradas 42 estaciones de radio y su penetración y participación en la actividad política, social y económica del país va creciendo de manera importante.

La radio se expande lenta pero progresivamente, concentrándose en las principales capitales del país. A finales de 1945 se habían otorgado unos 53 permisos, 27 de los cuales solamente durante la gestión del gobierno de López Contreras. Para mediados de la década de los 50 existían unas 50 estaciones de radio, hacia 1962 un total de 128; en 1975, 137; en 1987 unas 173; todas privadas y comerciales. Se calcula que actualmente la cifra se ha ampliado con la incorporación de las estaciones de frecuencia modulada que suman 35. Además de las estaciones de amplitud modulada (unas 180), existen más de 10 estaciones de ambiente musical.

11.1. RADIO CARACAS RADIO

Como parte del grupo empresarial IBC, está Radio Caracas Radio, emisora fundada en 1930 y que a partir de 1992 modificó su formato, para transformarse en la primera radiodifusora de Venezuela que trasmite 24 horas al día información. Su señal es enviada vía satélite y ha iniciado un importante proyecto denominado "Información Solar" que conecta en "vivo" a estaciones radiales de Colombia, Perú, Argentina, Bolivia y se encuentra en negociación la participación de México a través de Radio Red. En tres minutos por país, cada una de las estaciones conectadas dan un resumen de lo más importante del acontecer nacional.

11.2. YVKE MUNDIAL (AM)

Forma parte de la Cadena Radiofónica Nacional, fundada en 1972 por la familia Izúrtiz y adquirida en 1992 por Orlando Castro, presidente de

Latinoamericana de Seguros, cuenta con una red de 16 estaciones regionales, que le permite cubrir un 80 por ciento del territorio nacional. Estación dedicada a las clases medias y bajas, tiene una gran penetración, dado que vincula tanto información de "sucesos", e información "amarillista" con música popular.

11.3. RADIO RUMBOS

Fundada en 1949 por la familia Serrano, mantiene en la actualidad seis estaciones de radio, con cerca de 14 repetidoras en todo el país, lo que le permite cubrir casi la totalidad del territorio nacional. Tres veces al día difunde uno de los noticieros de mayor audiencia denominado "Noti-rumbos". Está dirigida hacia la clase media y media baja, al predominar información de comunidad, sucesos (nota roja) e información nacional e internacional.

Durante la administración del presidente Pérez, y tras los sucesos del 4 de febrero y 27 de noviembre, fue una de las estaciones radiales que sufrió censura y amenaza de retiro de la concesión, dado que a través de la misma se dieron a conocer posiciones de las fuerzas militares beligerantes y admitió como colaboradores a periodistas que mantenían una posición sumamente crítica frente al gobierno.

12. IMAGEN DE MEXICO

12.1. ATENCION E INTERES EN LA CIRCUNSCRIPCION HACIA MEXICO

Se puede señalar que la mayoría de los medios de comunicación en Venezuela, al menos aquellos que en forma cotidiana puede hacer un seguimiento la Consejería de Prensa, han mostrado una tendencia muy favorable con respecto a México. Cabe señalar que a partir de enero de 1991 la Embajada inicia una evaluación sistematizada de las informaciones difundidas sobre nuestro país en los siguientes medios:

PERIODICOS

- 1) El Universal
- 2) El Nacional
- 3) Diario de Caracas

- 4) Economía Hoy
- 5) El Nuevo País
- 6) Daily Journal
- 7) Diario 2001
- 8) Reporte
- 9) El Globo
- 10) El Mundo

REVISTAS

- 1) VIERNES
- 2) BOHEMIA
- 3) ELITE
- 4) PRODUCTO

TELEVISION

- 1) RADIO CARACAS TELEVISION
- 2) VENEVISION
- 3) TELEVEN
- 4) VENEZOLANA DE TELEVISION

De enero de 1991 a diciembre de 1993 se ha publicado un total de seis mil 574 notas, de las cuales cuatro mil 709 fueron positivas, 581 negativas y 500 imparciales. Cabe señalar, durante los años anteriores se había registrado una escala mensual ascendente tanto en el número como en la calidad de la información acerca de nuestro país. Por ejemplo de enero de 1991 aparecieron un total de 43 notas, en enero de 1992, 117., Se publicaron 52 en febrero de 1991 y en el 92, 145 notas., en marzo del 91, 80 y en el 92, 182. Sin embargo 1994 ha sido totalmente distinto, ya que entre enero y abril los medios de comunicación insertaron un total de mil 110 informaciones, de las cuales 637 son negativas, 328 positivas y 145 imparciales.

En los últimos años, y específicamente a partir del inicio del nuevo gobierno en México, se ha registrado un fenómeno que debe ser destacado. Debido a la tradición francamente intervencionista de Venezuela, es normal que tanto los editorialistas, como políticos, intelectuales y la población en general tiendan a opinar sobre la situación interna de los países aun sin un conocimiento profundo. En el caso de México, ello es aún más notable en tanto nuestro país constituye una suerte de parámetro por su estabilidad política, desarrollo económico y relación con Estados Unidos.

Sobre el particular las elecciones presidenciales de 1988 configuraron una imagen sumamente deteriorada de México. La idea de que existió un gran fraude electoral normó el criterio de la opinión pública en general. No obstante el interés mostrado por México por avanzar en un proceso de integración con Venezuela y Colombia y, sobre todo, el viaje del presidente Salinas de Gortari en julio de 1989, primera visita oficial del mandatario nacional a un país extranjero, contribuyó a un proceso de restauración gradual de la imagen de México en este país.

El viaje motivó un creciente flujo de información sobre los proyectos políticos y económico de la administración mexicana y la voluntad de acercamiento con Venezuela. De manera que se configuraron un conjunto de temas alrededor de los cuales se ha integrado la imagen global de México aquí. Estos temas son, en términos generales, positivos: privatización, renegociación de la deuda externa, ataque a la corrupción, apertura económica al exterior, negociaciones con Estados Unidos y Canadá, Cumbre Iberoamericana, participación de México en el Grupo de los Tres, desarrollo del turismo, consolidación del proceso económico, entre otros.

Una tercera etapa que ha sido también notoria, se genera a partir del trabajo de esta Embajada y de su Consejería de Prensa. Dicha labor, que será especificada más adelante, se ha abocado, a establecer contacto con los representantes de los medios de comunicación; ha nutrir con información analítica y de fondo a los medios de comunicación en los temas que, se sabe, generan una imagen positiva del país; generar nuevos focos de atención que contribuyan a fortalecer dicha imagen; buscar la creación de vínculos entre los medios de comunicación de ambos países y, por último, preparación de un espacio favorable con propósitos operativos como Informativos de las cinco visitas realizadas por Carlos Salinas de Gortari a Venezuela.

Los pasos que se han tomado para poder realizar esta labor, han sido el establecimiento de un contacto estrecho y permanente con los representantes de los medios de comunicación; realización de conferencias de prensa donde se establece un vínculo comunicacional entre el funcionario o representante mexicano, con la

prensa venezolana; envío sistemático de documentos, análisis, boletines de prensa, revistas, donde se reseñan los esfuerzos que tanto gobierno como pueblo mexicano, efectúan para superar sus problemas, tres giras de trabajo a México, para participar en el Tianguis y Posttianguis turístico, en la que han participado más de 30 periodistas venezolanos.

Sin embargo a raíz de los acontecimientos sucedidos en el estado de Chiapas, el asesinato del candidato a la presidencia del Partido Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio y la nominación de Ernesto Zedillo, así como los secuestros de importantes empresarios mexicanos, al parecer ha recrudecido la polarización mostrada durante 1988. Nuevamente los medios de comunicación, en su mayoría a través de la reproducción de despachos de agencias internacionales, han dado una amplia difusión a la problemática actual mexicana, destacando sobre todo cinco aspectos fundamentales:

a) La pobreza en México como un factor de desestabilización y no incorporación del país a los nuevos esquemas de globalización económica mundial

b) Cuestionamiento de la democracia y poca credibilidad al proceso electoral como factor de cambio político en el país, dada la permanencia del Partido Revolucionario Institucional en el poder y la selección del candidato oficial a la presidencia.

c) Crítica a la aplicación de las políticas neoliberales, en convivencia con arcaicas tradiciones de corrupción en las esferas gubernamentales.

d) Carencia de medios de comunicación independientes en México, que permitan ser foros para la discusión de los problemas nacionales.

e) Clima de violencia y violación, por parte de los cuerpos de seguridad, de los derechos humanos.

Si bien es cierto causó sorpresa y, en alguna medida, admiración la forma en que el presidente Carlos Salinas de Gortari logró la pacificación en Chiapas a través de un proceso de negociación con las fuerzas beligerantes, sin embargo se mantiene en tela de juicio la viabilidad del programa económico frente a la brecha social y la posibilidad

de que el gobierno mismo pueda resolverlos, manteniendo el estado actual de las cosas. Este cuestionamiento ha sido señalado en la prensa venezolana, sobre todo, por intelectuales mexicanos que colaboran indirectamente con la prensa local, a través de los servicios sindicados.

13 . EVALUACION DE LA GESTION

13.1. La estrategia seguida por esta Consejería en materia de prensa ha sido la siguiente:

13.2. Acercamiento personal con los directivos de los medios de comunicación. En una primera etapa se llevaron a cabo citas personales con todos los directores, jefes de información y redacción de periódicos, revistas, televisión y estaciones de radio.

13.3. Vinculación con los corresponsales tanto extranjeros como mexicanos acreditados en Venezuela.

13.4. Realización de boletines de prensa donde se destaca la labor que lleva a cabo la Embajada, como la presencia de funcionarios mexicanos en este país y las acciones que se efectúan en México.

13.5. Contacto personal con los reporteros que cubren las fuentes diplomáticas, económicas, sociales y políticas. Sin embargo, cabe destacar que la estrategia seguida ha sido buscar una relación estrecha, en lo particular con los representantes de los medios más importantes de Venezuela, como son El Universal, El Nacional, Economía Hoy, Bohemia, El Diario de Caracas, Venevisión y Radio Caracas Televisión y Radio Caracas Radio.

13.6. Realización de giras de trabajo por el interior del país, a fin efectuar entrevistas y contactos con directivos y cuerpo de redacción de los periódicos de mayor relevancia. En este sentido se han estrechado relaciones con los periódicos El Panorama, Columna, El Regional y Crítica de Maracaibo; Correo del Caroní, en Puerto Ordaz; El Caraboboño, en Valencia; el Impulso en Barquisimeto, Canal 10 Telecentro de Barquisimeto y El Sol de Margarita en Porlamar.

13.7. Organización y participación de conferencias de prensa para difundir eventos realizados por la

embajada, en apoyo de instituciones mexicanas públicas o privadas que lo solicitan, y para promocionar eventos de relevancia que se realizan en México. Entre estas cabe destacar las conferencias organizadas a: el Subsecretario de Asuntos Internacionales del PRI; el Embajador Especial para el Caribe; presentación de la Caravana Turística en Venezuela; Presentación del programa de Turismo por parte del subdirector para América Latina de SECTUR; anuncio del inicio del ciclo de Cine Mexicano en Venezuela; anuncio de la apertura de la Muestra de los Tesoros de la Pinacoteca Virreinal, con la presencia de la directora de la Pinacoteca, el embajador de México; invitación a diseñadores gráficos para participar en la II Bienal del Cartel en México; entrevistas con el Secretario de Relaciones Exteriores de México, en tres ocasiones, por señalar algunas de las actividades realizadas por esta Consejería de Prensa.

13.2 NIVEL DE TRATO E INTERLOCUCION EN LAS RELACIONES CON REPRESENTANTES DE MEDIOS ESCRITOS Y ELECTRONICOS

Acercamiento con las organizaciones periodísticas más importantes del país: Bloque de Prensa; Círculo de Prensa Turística; Colegio Nacional de Periodistas; Sindicato Nacional de Periodistas; presidente de la Comisión de Medios del Congreso de la República y, con el gobierno, Oficina Central de Información, Venpres, Dirección de Información del Ministerio de Relaciones Exteriores, la Dirección de Información de la Presidencia de la República la Asociación de Corresponsales Extranjeros, etc.

La vinculación a un grupo selecto de periodistas, articulistas, editorialistas y directores, ha respaldado de manera importante las labores de diplomacia personal emprendidas por el gobierno mexicano. Esto ha sido posible a partir de un esfuerzo constante por mantener un diálogo directo a través de reuniones periódicas con participación del Embajador en algunos casos, con representantes de los medios de comunicación.

A partir de 1991 la Embajada de México ha invitado a periodistas venezolanos a las diversas ediciones del Tianguis Turístico de Acapulco. En estos eventos han participado ya medios de comunicación como:

Radio Caracas Televisión, Venpres, Daily Journal, Economía Hoy, El Diario de Caracas, Reporte, el Presidente del Círculo de Prensa Turística, El Nacional y Correo del Caroni- a través del respaldo de SECTUR- se han integrado estas delegaciones quienes por siete días se percataron de los avances y proyectos que realiza el gobierno mexicano en materia turística.

Los resultados obtenidos han sido muy positivos, al grado que se han publicado más de 50 páginas sobre el Tianguis, Mexicana de Aviación y el turismo mexicano y se han transmitido a través del noticiero El Observador de Radio Caracas Televisión, una cantidad importante de informaciones vinculadas tanto a México como al propio evento.

La resonancia alcanzada ha servido para que otros medios de comunicación muestren amplio interés por el turismo mexicano. Tras las informaciones publicadas, se han acercado a la Embajada a fin de conocer más a fondo sobre el turismo nacional.

A sugerencia de la Consejería de Prensa de la embajada, el corresponsal de Excelstior en Venezuela, Roberto Cienfuegos obtuvo en 1992 la publicación de una plana entera en la primera sección página 2, todos los domingos en el periódico El Universal, del suplemento que editó ese diario mexicano sobre el Encuentro de Dos Mundos y en el que participan intelectuales, periodistas, políticos mexicanos en la elaboración de este material informativo.

13.3 LISTADO DE TEMAS DE INTERES SOBRE MEXICO QUE OFRECEN DIFICULTADES DE PLANTEAMIENTO Y EXPOSICION

Existen dos elementos que orientan la perspectiva informativa que sobre México existe en los medios de comunicación y en sectores académicos y políticos de este país.

Un primer elemento, que no se puede pasar por alto, se refiere a la profunda influencia de la cultura mexicana en Venezuela a través de varias vías: la amplia presencia, aún actualmente de la cultura popular mexicana, la presencia en sectores oficiales y privados de venezolanos que vivieron en nuestro país durante el exilio en tiempos de la dictadura Perezjimentista y cuadros académicos

formados en México.

El segundo elemento se refiere a la coincidencia de problemáticas comunes, políticas, sociales y económicas y a la forma como los gobiernos las han enfrentado. A este respecto debe anotarse que México se ha convertido en un punto de referencia en el manejo de fenómenos específicos con gran impacto en este país: negociación de deuda externa, privatización de empresas públicas, combate a la corrupción y el narcotráfico, apertura comercial, negociaciones de acuerdos de libre comercio con terceros países, desarrollo y promoción del turismo, entre otros.

Existen dos tipos de temas que generan información negativa o bien que resulta altamente difícil explicar por su propia naturaleza. El primer tema tiene un carácter permanente y se refiere a múltiples interrogantes, dudas y cuestionamientos sobre la apertura política en México y la eliminación de prácticas viciadas en los procesos electorales. En los últimos años Venezuela ha jugado un papel activo en la promoción de la observación de procesos electorales con participación, (caso Haití, Nicaragua y Costa Rica) lo que ha vuelto aún más complejo el tratamiento del tema.

Por otro lado, existen temas de carácter coyuntural como ha sido sin duda el caso de Chiapas y los hechos de violencia registrados en este periodo, que ha abierto una brecha importante en cuanto al tratamiento informativo como a la propia relación con los medios de comunicación. Nuestra credibilidad e imagen se ha deteriorado y los esfuerzos que se tendrán que realizar deberán de ser de gran envergadura.

13.4. UTILIZACION DE MATERIALES INFORMATIVOS RECIBIDOS DESDE MEXICO: REQUERIMIENTOS Y SUGERENCIAS

En la Embajada se reciben diariamente los materiales informativos que difunde la Dirección de Información de la SRE: NOTISEM, Boletín de Información Semanal y el Boletín de la Unidad de Monitoreo Internacional. En el primer caso se trata de un resumen informativo de la prensa mexicana, por lo que prácticamente se utiliza para consulta interna; el segundo contiene mayores elementos que pueden ser utilizados para una

posterior reproducción en los medios locales.

De otra parte, se reciben en esta Embajada las revistas Examen, Tiempo y Comercio Exterior del Banco Nacional de Comercio Exterior. El hecho de tratarse de fuentes oficiales permite su reproducción sólo con citar la fuente y redactar los materiales resultan de interés para los medios de comunicación de Venezuela. También son enviados los diarios Universal, Excelsior, La Jornada, Proceso, Vuelta, Plural y Nexos, que en ocasiones sirven como elementos de contextualización, pero no para su difusión.

Existe gran interés por parte de los medios venezolanos, tanto periódicos, revistas, radio y televisión, por los acontecimientos políticos, económicos, sociales, culturales de nuestro país, sin embargo se carece de una estructura informativa que permita organizar de manera profunda y sistemática, apoyados con materiales fotográficos, videos y cassetes, por lo que la Consejería de Prensa utiliza las revistas o periódicos que contienen informaciones redactadas para un público mexicano y, en la mayoría de los casos, extemporáneas.

Cabría pues hacer una relación de las necesidades urgentes que se deben tomar en cuenta para que se logre avanzar en el proyecto de consolidar la imagen de México en el Exterior.

1) El diseño de una estrategia de información que vincule a las dependencias gubernamentales, paraestatales y estatales, con la Secretaría de Relaciones Exteriores a fin de organizar "paquetes informativos" en los cuales se incluyan las labores y acciones que ejecutan, redactadas con un lenguaje que pueda ser comprendido por un público no mexicano y apoyados con materiales gráficos, videos y cassetes para radio.

2) Enviar con la mayor celeridad, aquellas informaciones que por su importancia y trascendencia merezcan ser insertadas en los medios de comunicación de Venezuela, dado que el NOTISEM no reúne las condiciones que se requiere en el tratamiento de muchos temas. Dada la íntima vinculación de la embajada con los medios de comunicación, se reciben peticiones el mismo día que se producen los hechos y no se cuenta con capacidad de respuesta inmediata.

En este sentido debe remarcarse que por dificultades en las comunicaciones y carga económica que generan las mismas, la Embajada sólo realiza dos llamadas al día al correo electrónico y en muchas ocasiones tanto el NOTISEM como los posibles boletines urgentes que contienen, no se pueden utilizar a la brevedad que uno quisiera. Para ello se propone que cuando la información sea urgente sea enviados a través del fax.

3) Preparación y envío de informaciones que por su importancia puedan ser transmitida con debida antelación. En la mayoría de las ocasiones tanto los discursos como los boletines de prensa no se obtienen o se recogen tarde, por lo que los periódicos reproducen las informaciones enviadas por las agencias internacionales, mientras que de otra manera, podrían utilizar las que transmite la Embajada, con el contexto y manejo que interese a los mexicanos. Cabe remarcar aquí que la mayoría de los medios impresos en Venezuela tienen una hora de cierre entre las 17:00 y 19:00 horas locales (15:00 y 17:00 horas de México)

4) Realizar carpetas informativas que contenga currículms de Secretarios de Estado, principales funcionarios del gobierno federal y funciones de la Secretarías, apoyados con materiales fotográficos.

5) Realizar carpetas informativas vinculadas a la posición de México y del gobierno en los diversos foros nacionales e internacionales, a fin de que puedan ser utilizadas por el Consejero de Prensa como referencia obligada para dar respuestas a cuestionamientos que puedan realizar tanto reporteros, como articulistas o editorialistas venezolanos. Esta información sólo sería utilizada para "consumo de la Embajada", pero resultaría básica para formar criterios uniformes.

6) Si bien la información coyuntural es importante, la contextual es de mayor peso, ya que crea y genera opinión. En este sentido sería de gran importancia obtener la colaboración de firmas de intelectuales, historiadores, periodistas y políticos mexicanos de reconocido prestigio nacional e internacional, que pudieran ser insertados en forma periódica en los medios de comunicación de Venezuela.

En este sentido debe ejemplificarse lo realizado por

el periódico Economía Hoy, el cual concretó la participación del expresidente mexicano, Miguel de la Madrid con la publicación de fragmentos de un libro suyo que editó el Fondo de Cultura Económica y la elaboración de artículos de fondo, que cada jueves publicaba el citado diario.

Al respecto se propone la integración de paquetes informativos conteniendo artículos, reportajes, crónicas realizadas por autores mexicanos de reconocido prestigio, que pudieran ser enviadas en forma periódica. Este intercambio tendría la ventaja adicional de consolidar una comunicación directa entre los medios de comunicación de ambos países.

7) Apoyar a Notimex en sus requerimientos técnicos y administrativos a fin de contar en Venezuela con el servicio informativo de esta agencia, el cual también ha sido solicitado por directivos de medios de comunicación.

8) Diseñar estrategias informativas de corto plazo con criterios básicamente regionales, dado que la colocación que adquieren los temas de gran interés para México varía evidentemente y genera consensos distintos en función de la región de que se trate.

9) Diseñar una estrategia informativa para la cobertura especial de televisión, dada la importancia y penetración de este medio de comunicación. Es necesario contar con "stock" periódicamente renovados de imágenes que puedan apoyar tanto los noticieros informativos, la preparación de programas especiales sobre México y para el apoyo de otro tipo de programas.

10) El próximo proceso electoral mexicano será uno de los eventos más importantes durante este año. Una de las críticas más importantes que enfrenta nuestro país es la falta de credibilidad del mismo. Por ello es realmente importante crear una estrategia de información que permita acercar a los medios extranjeros a este proceso. Dado que ningún medio venezolano cuenta con corresponsales en México la información que se publica es obtenida a través de agencias internacionales que, en la mayoría de las veces, deforman o trastocan esa información. Sería conveniente invitar a un grupo selecto de periodistas de Venezuela (dos semanas antes del proceso

electoral) para que puedan asistir a México.

11) Reafirmar, en este último trayecto de la administración del presidente Carlos Salinas, los avances que ha logrado el país en los seis años de gobierno. Para ello se deberán preparar materiales especiales que puedan resumir de manera concreta estos avances.

14. PROBLEMAS Y METAS NO CUMPLIDAS

Al crearse la función de consejeros de prensa los propósitos y metas eran ambiciosas y realizables. Sin embargo la operatividad diaria revela que la situación es muy distinta. Como primer punto debe remarcarse que poco o nada fueron advertidas las Embajadas de la nueva función que se estaba creando y los apoyos que se debieran ofrecer, así como del programa de las consejerías de prensa en general, ello ha implicado un proceso de integración orgánica de las funciones de prensa dentro de la embajada, que ha requerido de cierto tiempo.

Para el cumplimiento de las metas establecidas en los "Documentos de Trabajo para Consejeros de Prensa", existen limitaciones económicas en las embajadas que han impuesto restricciones para el mejor desempeño de la función. La Embajada en Venezuela tiene sólo un telefax; el sistema de mensajería de la Embajada es limitado, ya que sólo se cuenta con una persona para todo el personal, por lo que se debe recurrir al envío de los materiales a través de un servicio externo que es inadecuado y caro. Así que cuando se deben enviar boletines de prensa urgentes se recurre al telefax, que lo hace tardado y además de que se impide apoyar el material informativo con fotografías.

La única orientación con que se cuenta sobre la percepción de la Dirección de Información del trabajo de las consejerías, se deriva de las evaluaciones semanales y mensuales que se reduce un mero recuento cuantitativo.

15 ESTRATEGIAS

15.1. OBJETIVOS Y METAS

15.1.1. En este momento de la actividad de la Consejería de prensa se ha entrado en una fase de consolidación de objetivos iniciales, relativos a estrechar y fortalecer la imagen de México en Venezuela, no obstante debe advertirse que esa fase sólo podrá ser cumplida a plenitud con el

apoyo de la Dirección de Información y a partir de las sugerencias que se han expresado a través de este trabajo.

Es decir, mantener el buen nivel de relaciones personales con directivos, editores, articulistas, reporteros, corresponsales de los diversos medios de comunicación de este país, que se ha logrado hasta ahora y que han rendido frutos muy positivos. Al respecto, llevar a buen término la visita de representantes de los medios de comunicación de este país a México.

Asimismo, dar un carácter orgánico a la colaboración de esta Consejería con los medios de comunicación; o sea contar con los elementos y apoyos necesarios a fin de ampliar los espacios informativos en los diversos medios.

Consolidar la vinculación institucional entre medios de comunicación de México y Venezuela, como la realizada por el Excelsior y el Universal de Venezuela. Esto contemplaría también la posibilidad de celebración de acuerdos entre medios de comunicación de ambos países.

Contar con un medio propio de comunicación que permita difundir las actividades tanto de la embajada, como los elementos informativos de fondo y coyunturales sobre México.

16.- CONCLUSION

A cuatro años de haberse iniciado el programa de Consejeros de Prensa en diversas representaciones mexicanas en el exterior, considero que los avances logrados en materia de mejorar la imagen de México, ha sido muy positivos. El impacto de este programa podría resumirse en lo siguiente:

a) Existe una conciencia clara en la Secretaría de Relaciones Exteriores de la importancia de contar con áreas especializadas en materia de comunicación en las Embajadas y representaciones en el exterior. El viejo concepto que existía en la diplomacia mexicana de "esconder la cabeza como aves cruz" o la de "esperar instrucciones para poder responder a la prensa", las cuales tardaban días o nunca llegaban, a sido totalmente modificada por una actitud propositiva y participativa ante los

medios de comunicación.

b) Este "nuevo diplomático" en las Embajadas, ha sido aceptado, a pesar de que en la mayoría de los casos no pertenece al servicio exterior, como una persona valiosa y de suma importancia. Existe ya una conciencia plena de su trascendencia dentro de las representaciones como elementos con capacidad profesional para dar un apoyo real y práctico a las exigencias de las nuevas relaciones bilaterales y multilaterales.

c) Sin embargo falta mucho por hacer, todavía las Representaciones mexicanas que cuentan con Consejeros de Prensa son reducidas, se limitan a unas 15; el resto de las embajadas realizan la actividad a través de algún de los funcionarios diplomáticos o simplemente no se ejerce la función.

Pero valdría la pena hacer un ejercicio más profundo, no sólo es designar a una persona para que se responsabilice de las funciones de prensa, al inicio de este trabajo se señala claramente de la necesidad de contar con un sistema bien estructurado en materia de comunicación e imagen, hecho que todavía no ha sido puesto en marcha en la Secretaría de Relaciones Exteriores.

La organización de la Dirección General de Información (DGI), encargada de la aplicación de las políticas en materia de comunicación, todavía está estructurada para responder más hacia las necesidades informativas internas que externas. Su organización ha sido basada en la captación y generación de información hacia dentro (fundamentalmente dirigida a los reporteros que cubren la fuente, corresponsales extranjeros y enviados especiales) y el monitoreo de medios de información nacional.

Habría que modificar estructuralmente la organización de la Dirección General de Información o crear un nuevo organismo, que permita responder a las necesidades exteriores, es decir crear claras políticas en materia de comunicación que respondan a las exigencias de las nuevas y dinámica relaciones que mantiene México con el mundo, las cuales no pueden seguir funcionando como hace 30 o 40 años.

Todavía falta interrelación entre las dependencias gubernamentales para estructurar esa política

comunicacional externa, aún no se comprende cabalmente en México, tanto en el sector público como privado, la importancia vital que cobra hoy en día la información internacional. Es por ello que este planteamiento deberá ser estructurado de una manera más profunda.

Estoy convencido que el objetivo de este trabajo no es, ni por mucho, hacer una propuesta de largo aliento que permita alcanzar estos objetivos. Aquí se pretendió mostrar la inquietud de un egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en avanzar en nuevas áreas antes no exploradas o explotadas por parte de los comunicadores, y dejar una pequeña experiencia para que otros puedan avanzar aún más en el estudio de la formulación de una política informativa internacionales

17.- BIBLIOGRAFIA

- 1.- "La Comunicación Cercenada, el Caso de Venezuela"
Pascuali Antonio
Editorial Monte Avila Editores
- 2.- Apuntes Sobre la Televisión
Safar Elizabeth
Universidad Central de Venezuela
1989
- 3.- Reportaje sobre la Prensa
Díaz Rangel Eleazar
Colegio Nacional de Periodistas
1988
- 4.- Revista EUROVEN
Edición Aniversario
1993
- 5.- Diario Reporte de la Economía
7 de octubre, 9 de septiembre, 26 de agosto de
1994
- 6.- "Comunicación Social"
Poli H. Jorge
Ediciones Economía y Empresas/ Prolam
Colección La Empresa
Noviembre 1994
- 7.- "Comunicación y Relaciones Públicas"
Robinson J. Edward
Compañía Editorial Continental S. A. México
Charles E. Merrill Books Inc.
Junio de 1977
- 8.- Diario "El Globo"
12 de septiembre y 28 de agosto de 1994
- 9.- "El Nacional, Venezuela Ante un Espejo"
Edición especial de C. A. Editora El Nacional
Caracas, diciembre de 1981
- 10.- VENEVISION
"Televisión con Clase"
septiembre de 1993

INFORMES DE ACTIVIDADES
DESARROLLADAS POR LA
CONSEJERIA DE PRENSA DE
1991 A 1994

AGUSTIN EMILIO PRADILLO CUEVAS
CONSEJERO DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO EN VENEZUELA
1990-1994

INFORMES DE ACTIVIDADES DE 1991

IMAGEN DEMEXICO MES DE ENERO

A) INFORMACIONES PERIODISTICAS

Durante el mes de enero se apreció un incremento sustancial de la información relacionada con México publicada en los diversos medios de comunicación de Venezuela. Cabe destacar que en total se insertaron un total de 177 notas, de las cuales se consideran 145 como positivas; 16 negativas y 16 imparciales.

La firma de los acuerdos de paz entre la guerrilla y el gobierno salvadoreño, celebrado en la ciudad de México y el acuerdo alcanzado entre las empresas venezolana AVENSA y Mexicana de Aviación, fueron los temas que ocuparon un significativo espacio tanto en los medios impresos como audiovisuales.

La presencia de jefes de Estado, de miembros de la guerrilla salvadoreña y del Secretario General de las Naciones Unidas en México, fue ampliamente destacado por los diversos medios de comunicación, los cuales resaltaron el esfuerzo realizado por México a fin de conciliar de manera satisfactoria las divergencias profundas que se enfrentaban en ese país centroamericanos. Durante dos días tanto en primeras planas, como amplios reportajes en páginas interiores, se publicaron en la prensa venezolana que calificó el hecho "como histórico".

Por lo que se refiere al acuerdo entre Mexicana de Aviación y Avensa, se destacó la presencia en Venezuela del director de Mexicana, Ricardo García Saíz y la perspectiva positiva de incrementar el flujo turístico entre ambos países.

Por otra parte, el diario Economía Hoy dedicó cinco planas enteras a México, en las cuales se

insertaron análisis positivos vinculados a la situación económica del país, las modificaciones constitucionales para regularizar las relaciones Iglesia- Estado y las reformas agrarias realizadas por el presidente Carlos Salinas de Gortari. Asimismo se publicó un amplio reportaje sobre el reto que enfrenta la ciudad de México, como una de las urbes más pobladas del mundo.

Con menor intensidad que en meses anteriores, se siguió dedicando espacio en los diversos medios de comunicación a las negociaciones del acuerdo trilateral de libre comercio que realizan México, Estados Unidos y Canadá.

A su vez, el diario El Universal continua reproduciendo todos los domingos en la página 1-2, a una plana, parte del suplemento del periódico mexicano Excelsior, relacionado "A los 500 años del Encuentro de dos Mundos". También fue destacado por los diversos medios impresos la actividad deportiva de México, en lo particular los triunfos de los marchistas mexicanos en las carreras de San Silvestre, la celebración de la serie del Caribe en Hermosillo, Sonora, y la calificación mundial de boxeadores, entre las que destacan pugilistas mexicanos.

Por otra parte, los medios de comunicación difundieron el arresto de dos militares que participaron en la matanza de policías judiciales en el estado de Veracruz, así como las negativas consecuencias que dejaron las heladas y las intensas lluvias registradas en casi todo el país, con un saldo no determinado de muertos, heridos y damnificados

B) INFORMACIONES PUBLICADAS EN LOS DIARIOS MAS IMPORTANTES DE VENEZUELA

Del total de las 177 notas insertadas en los diversos

medios de comunicación, la distribución de éstas entre los periódicos más importantes de Venezuela quedaron de la siguiente manera: 41 El Universal; 30 El Nacional; 24 El Diario de Caracas y 20 de el Economía Hoy

C) IMAGEN DE MEXICO EN EL ELECTORADO VENEZOLANO

En una encuesta publicada recientemente por el diario El Nacional, realizada por la firma Gaither, en relación a las preferencias políticas de los electores venezolanos, se señala en el capítulo titulado Las Relaciones Exteriores, Colombia y Guyana que "en cuanto a las opiniones específicas sobre las relaciones de Venezuela con otros países, Estados Unidos ocupa el primer lugar tanto en el contexto positivo (el mejor amigo 16 %) como en el contexto negativo (el peor enemigo, 14%) . Colombia ocupa el segundo lugar en ambos contextos, pero es mencionado más como enemigo (12%) que como amigo (7%). **La mayoría (77%) opina que Venezuela debía tener mejores relaciones con México**".

En otro capítulo del análisis, titulado Castro el Más Conocido y con Peor Imagen, se señala que "Fidel Castro el personaje político internacional más conocido por el electorado venezolano (el 97% ha oído hablar de él) pero el público tiene de él una opinión más negativa (40%) entre ocho figuras internacionales que fueron evaluadas. El 83 % ha oído hablar de George Bush y el 76 por ciento de Gorbachov. Casi dos de cada tres ha oído hablar de Violeta Chamorro y Cesar Gaviria. menos de la mitad conoce a Alberto Fujimori, Francois Mitterrand y Carlos Salinas de Gortari. La imagen de estos personajes es favorable siendo la más favorable la del mandatario mexicano (70% del 43 % que ha oído hablar de él).

d) ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este mes, el Consejero de Prensa mantuvo reuniones de trabajo con los periodistas: Nelson Rodríguez de El Nacional; Luis Silva, de El Diario de Caracas; Pedro Antonunccio, de El Universal; Fátima Fernández, de la agencia Lusa y Levy Benhismol, presidente del Círculo de Periodistas Turfísticos.

Asimismo se tuvo una reunión de trabajo con la Gerente de Información de Radio Caracas Televisión, a quien se le propuso la posibilidad de intercambiar información y programas periodísticos con la televisora mexicana IMEVISION.

Se asistió al tercer aniversario de la revista Exceso.

D) COMUNICADOS ENVIADOS A LA PRENSA

Se enviaron a los diversos medios de comunicación los siguientes comunicados de prensa:

- a) Se Presenta en Venezuela la "Re-visión del cine Mexicano".
- b) Mexicana de Aviación y AVENSA formalizaron Alianza comercial
- c) En el Quinto Centenario del Encuentro de dos Mundos: Rescate de los Valores Culturales Mayas
- d) Mérida 92, IV Festival Internacional de la Canción.
- e) México Brinda Cooperación a Exrepúblicas Soviéticas.

IMAGEN DE MEXICO FEBRERO

Durante el mes de febrero se pudo apreciar un incremento de la información publicada en los diversos medios de comunicación sobre México en relación al mes de enero. Los temas que mayormente se resaltaron fueron las negociaciones que lleva a cabo el país para la firma de un tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá y la despedida ofrecida al Embajador de México, Alejandro Sobarzo.

Cabe destacar también que se inició una serie de cinco programas sobre México, difundidos en el canal oficial Cinco (Televisora Nacional) de media hora de duración y también se difundió un especial de 15 minutos sobre nuestro país en el Canal 8 (Venezolana de Televisión) en el programa "Brújula Internacional".

Sin embargo, apareció un amplio reportaje en la revista "Excesos" sobre el asesinato de tres venezolanos ocurrido en el estado de Sinaloa, en 1990 y donde se pusieron en evidencia la corrupción que priva según la información, en las diversas policías mexicanas, en especial la Policía Judicial Federal.

Como resumen informativo se puede señalar que durante el mes de febrero se insertaron en los diversos medios de comunicación 52 notas, de las cuales 40 fueron de tendencia positiva y las restantes 10 negativas, en su mayoría vinculadas a declaraciones relacionadas con la firma del Tratado de Libre Comercio y los hechos ocurridos en Chalma donde perecieron más de 40 personas.

IMAGEN DE MEXICO MES DE ABRIL

Durante el mes de abril los diversos medios de comunicación impresos en Venezuela publicaron un total de 85 informaciones vinculadas con México. De este total, se pudo percibir un incremento notable por lo que se refiere a la tendencia positiva hacia nuestro país.

Los temas que mayormente fueron abordados por la prensa venezolana durante este periodo fueron: la gira realizada por el presidente mexicano, Carlos Salinas de Gortari a Estados Unidos y Canadá; el acuerdo de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, destacándose las constantes declaraciones del mandatario norteamericano para una aprobación de la llamada "vía rápida" por el Congreso de su país y, en especial, los diarios de tendencia económica, realizaron amplios reportajes sobre la privatización de empresas en América Latina, destacándose el proceso exitoso realizado en México.

En particular el periódico Reporte, publicó dos páginas completas sobre el cambio operado en la empresa Teléfonos de México, como una muestra positiva hacia el resto de las empresas estatales que se encuentran en proceso de venta en otras latitudes de la región.

Por lo que se refiere al trabajo desarrollado por esta misión en la difusión de la Imagen de México, debe señalarse que durante el mes de abril se organizó una conferencia de prensa con el Secretario de Asuntos Internacionales del Partido Revolucionario Institucional y Secretario Ejecutivo de la COPPAL, Romero Flores Caballero, la cual fue ampliamente reproducida por los más importantes medios de comunicación de Venezuela.

Asimismo se enviaron a los diversos medios de comunicación un total de cinco boletines de prensa, relativos a:

a) Presentación de las Cartas Credenciales del Embajador Mexicano Antonio de Icaza al presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez.

b) La Inauguración de la muestra fotográfica de Victor Flores Olea

c) La visita del consejero presidencial Alfredo del Mazo.

En particular se envió al reportero Pedro Antonuccio, del diario El Universal, amplio material informativo sobre la historia de la Secretaría de Relaciones Exteriores y los principios y fundamentos de la Política Exterior Mexicana. Esta información publicada a media plana en el citado diario, abrió una serie de artículos que se referían al funcionamiento de las cancillerías en el mundo.

Se envió también, de manera especial, al Diario de Caracas un análisis sobre el turismo en México, el cual fue reproducido a media plana por el citado cotidiano.

IMAGEN DE MEXICO **MES DE MAYO**

Durante el mes de mayo se incrementó de manera sustancial la información difundida por los medios de comunicación vinculada a México, en relación con el mes de abril; cabe destacar que se publicaron un total de 102 notas, de las cuales 80 fueron positivas.

Los temas que acaparon la atención de los diversos medios de comunicación impresos analizados durante ese lapso, fueron:

Las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, en particular la aprobación dada al presidente de Estados Unidos, por parte del Congreso de su país, para realizar la negociación por la denominada "vía rápida"; la realización en México de la reunión de empresarios, representantes y presidentes de países pertenecientes a la Cuenca del Pacífico, la detención de un avión supuestamente de la empresa venezolana AVENSA, capturado por las autoridades judiciales mexicanas en la ciudad de Tapachula, Chiapas, y el motín de los reos en la cárcel de Matamoros, que dejó como saldo 18 personas muertas.

En lo particular, debe señalarse que la mayoría de los periódicos destacaron la autorización dada por el congreso al presidente norteamericano Jorge Bush, para efectuar la negociación del tratado de libre comercio. Cabe destacar que a diferencia del mes anterior, disminuyeron sensiblemente las declaraciones de los grupos opositores al tratado, para dar paso a la luchas que se desató en el Congreso, para darle el poder al mandatario norteamericano para la negociación "Vía Rápida". En este sentido, el Diario de Caracas, publicó una amplia información del The Wall Street Journal, sobre los beneficios que dicho acuerdo tendrá para el sector agrario de ambos países.

En cuanto a la reunión llevada a cabo en la ciudad de Guadalajara, se difundieron ampliamente las declaraciones del presidente Carlos Salinas de Gortari, sobre el enorme potencial de la Cuenca del Pacífico y en lo particular se dio especial espacio informativo a las declaraciones del presidente de Perú, Alberto Fujimori, sobre el apoyo que México le dará para enfrentar la dura crisis por la que atraviesa ese país.

Dos hechos policiales se destacaron en la prensa, por un lado la detención de un avión perteneciente supuestamente a la empresa Venezolana de Aviación, en la ciudad de Tapachula, Chiapas,

donde se comprobó la participación de los narcotraficantes con elementos de la Policía Federal de Caminos y el motín en la cárcel de Matamoros, que dejó como saldo un total de 18 personas muertas y el traslado a la Ciudad de México de uno de los considerados contacto del cartel de Medellín, Oliverio Chávez.

En cuanto a la labor desarrollada por esta representación para difundir la imagen de México en Venezuela, cabe destacar que se participó en la reunión de la Conferencia Permanente de Partidos Políticos de América Latina (COPPAL), celebrada en Caracas. Se apoyó la difusión de las tesis y representantes de los partidos políticos mexicanos que acudieron a la junta, dado que el PRI ejerce tanto la presidencia, como la secretaría ejecutiva del organismo.

Por otra parte, se organizó una reunión "informal" con un grupo de periodistas, el Embajador y el Consejero de Prensa, la cual tuvo como principal objetivo estrechar las relaciones entre el jefe de la misión y los comunicadores de Venezuela.

Se participó en el Seminario organizado por el periódico "Economía Hoy", con motivo de su segundo aniversario, el cual tuvo como temática general "Los Encuentros de Hoy". Durante dos días representantes de partidos políticos, del gobierno, sector privado y de diversos medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales, debatieron la situación en la cual se encuentra Venezuela y sus perspectivas.

IMAGEN DE MEXICO MES JUNIO

Los diversos medios de comunicación impresos en Venezuela, difundieron durante este periodo 103 informaciones vinculadas con México, de éstas 94 fueron positivas hacia nuestro país. Si bien se mantuvo la misma cantidad de informaciones que

el mes anterior, se puede apreciar que disminuyeron de manera notable aquellas notas que podrían considerarse como negativas.

Asimismo es importante destacar que en meses anteriores, la temática tratada fundamentalmente por los diversos medios de información, se había centrado en las negociaciones que México venía realizando para la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

La polémica que en torno a este hecho se había suscitado, prácticamente acaparaba la atención de los medios de comunicación. Aun cuando en algunos periódicos y revistas continúa el análisis de este importante acuerdo, la temática tratada durante el mes de junio a variado de manera importante, difundiéndose ahora tópicos tanto económicos, políticos y culturales de nuestro país.

En este sentido, cabe destacar que se publicó hacia finales del mes, el inicio de la gira del presidente Carlos Salinas de Gortari por Europa; la venta de las empresas Teléfonos de México y de los bancos nacionalizados, operaciones consideradas como exitosas para el saneamiento de la economía mexicana; la presencia del secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana, durante su participación en la reunión de la Organización de Estados Americanos, celebrada en Santiago de Chile; la consolidación de la economía de México y su participación cada día más activa en los mercados de capitales internacionales y, primero la enfermedad y, posteriormente la muerte de Rufino Tamayo, la cual fue difundida de manera amplia apoyada por análisis, artículos y reportajes de la vida y obra del ilustre pintor mexicano.

También tuvieron espacios especiales actividades culturales llevadas a cabo por esta representación, como fue la presentación de la muestra fotográfica de Victor Flores Olea, en el Museo de Bellas Artes, acto que fue calusurado por el presidente de la

República, Carlos Andrés Pérez y el propio presidente del Consejo Nacional de Cultura y las Artes; la actuación del cellista mexicano Carlos Prieto, quien dio un concierto en el Centro Cultural Consolidado y una entrevista con el escritor mexicano Fernando del Paso, publicada a dos planas en el Papel Literario del Periódico El Nacional.

Es necesario remarcar también la difusión que tanto en el diario El Nacional como en Economía Hoy, le dieron a la presencia del expresidente mexicano y director del Fondo de Cultura Económica, Miguel de la Madrid, quien realizó una visita a Venezuela para asistir a una reunión del Banco Interamericano de Desarrollo, vinculada con el medio ambiente y , durante su estancia, firmó un convenio de colaboración con editoriales y bancos venezolanos.

Actividades Desarrollada por la Consejería de Prensa

A fin de difundir la imagen de México en Venezuela, durante el mes de Junio se enviaron a los diversos medios de comunicación, 4 boletines de prensa:

a) **La Clausura de la Muestra fotográfica de Victor Flores Olea.**

b) **La Participación del Senado Mexicano en el Parlamento Latinamericano**

c) **La Presentación del Cellista Carlos Prieto en el Centro Cultural Consolidado**

d) **La firma del Convenio entre el Fondo de Cultura Económica y Monte Avila Editores.**

Asimismo se concertaron entrevistas entre los directivos de los periódicos El Nacional, Economía Hoy, El Universal y el Diario de Caracas, como de las televisoras Venevisión y Radio Caracas Televisión y el director de difusión de la Presidencia

de la República de México, Eduardo García Puebla, a fin de estrechar los vínculos informativos entre ambos países.

Se organizó una conferencia de prensa con el Embajador Especial para el Caribe, Héctor Manuel Ezeta, quien dio a conocer a la opinión pública venezolana la realización del encuentro entre México y los países de la Cuenca del Caribe para la Concertación de Nuevas Relaciones Comerciales y de Negocios.

Se apoyó, tanto en su organización como en su difusión, las conferencias de prensa ofrecidas por el músico mexicano Carlos Prieto durante su presentación en Venezuela, como la del gerente Internacional del Fondo de Cultura Económica, Héctor Murillo Cruz, quien anunció la firma del convenio entre esa editorial y la empresa venezolana Monte Avila Editores.

Asimismo se envió al Diario de Caras información turística de México, así como los resultados obtenidos durante la celebración entre "Tianguis Turístico de México", celebrado en el Puerto de Acapulco, información que fue publicada a una plana por el citado cotidiano.

IMAGEN DE MEXICO **MES DE JULIO**

Durante el mes de julio los medios de comunicación de este país difundieron un total de 118 informaciones vinculadas con México, las cuales, al igual que el mes pasado, mantuvieron una tendencia favorable a nuestro país.

Aunque aparecieron notas informativas sobre el desarrollo del las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, dos hechos acapararon la atención de los medios de comunicación de Venezuela: a principios del mes la conclusión de la gira por Europa del

presidente Carlos Salinas de Gortari y de mediadíos de mes y hasta finales, la celebración de la Primera Cumbre Iberoamericana en Guadalajara.

En lo referente a la gira del presidente por Europa, diariamente aparecieron notas sobre las actividades desarrolladas, originadas por agencias internacionales de prensa y las mismas enviadas por esta Embajada, con una tendencia marcadamente favorable.

En lo relativo a la Cumbre Iberoamericana, fueron numerosas las notas que se refirieron al hecho, de ello se destaca la participación del presidente Carlos Andrés Pérez en el evento, así como el tratamiento recibido por el presidente Fidel Castro, cuya presencia marcó de un modo tácito a decir de algunos columnistas venezolanos, la intención de su gobierno de integrarse a la región, así como su negativa de llevar a cabo reformas al sistema socialista cubano.

Igualmente, se hizo referencia a la reunión sostenida en Guadalajara por los presidentes de México, Colombia y Venezuela y la reunión de los presidentes del "Grupo de Amigos del Secretario General de la ONU", con relación al conflicto salvadoreño.

En otro orde de cosas, se publicaron notas relativas al desarrollo de la economía mexicana, en especial sobre la emisión de bonos por parte de BANOBRAS, en el mercado Europeo. Asimismo se publicaron informaciones sobre las negociaciones de paz celebradas en Querétaro, entre la insurgencia y el gobierno de Guatemala. También se dio una amplia cobertura de la visita del presidente del Congreso Nacional Africano, Nelson Mandela.

Por último, se debe señalar que se dedicaron espacios a las actividades culturales de esta Embajada, como la Muestra de Videos Mexicanos en la Fundación

CELARC, entre los que se proyectó "las Lupitas", de Rafal Corkidi con el patrocinio del Departamento de la Televisión y Video de Guadalajara y la Feria Internacional de Libro.

Asimismo se dio cobertura a la exposición de fotografías de Juan Rulfo en el Ateneo de Caracas, muestra que fue prolongada por tres semanas más de los programado.

IMAGEN DE MEXICO MES DE SEPTIEMBRE

Durante el mes de septiembre se pudo apreciar un incremento sustancial de la información vinculada con México aparecida en los diversos medios impresos de comunicación de Venezuela, en relación a los dos últimos meses. Durante estos treinta días se insertaron en las páginas de los diarios y revistas capitalinos un total de 132 informaciones, de las cuales 116 son consideradas positivas hacia nuestro país y el resto se pueden catalogar negativas.

Los temas que predominaron en la prensa venezolana fueron: la celebración del 181 aniversario de la independencia; la firma del tratado de libre comercio con Chile; la reunión bilateral que se sostuvo con Estados Unidos; la designación del embajador mexicano Salvador Arriola como nuevo Secretario del Sistema Económico Latinoamericano; los problemas fronterizos con Estados Unidos, tras la persecución de indocumentados mexicanos por parte de la Patrullas Fronteriza norteamericana en suelo mexicano y los eventos poselectorales del 18 de agosto pasado.

Asimismo, aunque de manera menos profusa que en meses anteriores, se mantuvieron en la prensa venezolana las informaciones vinculadas con el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá. De hecho el diario Economía Hoy dedicó

a este tema durante este mes cuatro planas completas donde hace un análisis de las repercusiones que acarreará el acuerdo en la industria maquiladora, textil, en los sectores agropecuarios de los países involucrados, así como el conflicto migratorio.

De manera particular, cabe señalar que la prensa local ha visto de manera positiva la firma del Acuerdo de Libre Comercio signado por el presidente Carlos Salinas de Gortari con su homólogo chileno, ya que abre nuevas posibilidades de intercambio entre países latinoamericanos. También se dedicaron páginas enteras en los diarios y revistas a los festejos organizados por la Embajada de México para conmemorar el 181 aniversario de su independencia.

Este tema fue recogido de manera profusa por los medios de comunicación local. El Diario 2001 dedicó la columna de la figura del mes al presidente Carlos Salinas de Gortari; se publicó en el cotidiano El Universal una amplia entrevista con el embajador mexicano Antonio de Icaza; durante el 16 de septiembre el programa de televisión de Guillermo González, que se trasmite en el Canal 10, de una hora de duración, estuvo dedicado a México, en donde se entrevistó al consejero de Prensa de esta sede y se difundieron cinco videocastes turísticos nacionales; tanto las radios Cultural y Nacional y la agencia de información local Venpres, transmitieron un programa especial enviado por el Instituto Mexicano de la Radio, sobre los hechos ocurridos el 16 de septiembre de 1810.

Por lo que respecta a la reunión bilateral México-Estados Unidos, se publicaron de manera amplia tanto el inicio de las pláticas donde se destacó que los temas preponderantes serían comercio, narcotráfico, y cooperación bilateral, como las declaraciones del secretario de Estado Norteamericano, James Baker, quien elogió los

esfuerzos realizados por el presidente Salinas en materia económica.

Por varios días se difundió en prensa local, la protesta formal presentada por el gobierno mexicano al Departamento de Estados de E.U., por la incursión ilegal realizada por miembros de la patrulla fronteriza norteamericana para detener a un mexicano ilegal, pero en suelo nacional.

Es necesario resaltar, por otra parte, la difusión tanto de la reunión anual como del nombramiento del nuevo secretario permanente del SELA, que recayó en el embajador mexicano Salvador Arriola. Tras su designación se ofreció una conferencia de prensa, cubierta y difundida por la totalidad de los medios de comunicación tanto nacionales como internacionales.

En el ambiente cultural, se destacó la visita y conferencias ofrecidas por los escritores mexicanos Carlos Blas Galindo y Guillermo Samperio, quienes estuvieron varios días en el país, éste último dio a conocer su libro publicado por una editorial venezolana y ambos ofrecieron pláticas sobre sus respectivas especialidades, amén de intercambiar puntos de vista con especialistas del arte venezolanos.

Por lo que respecta a la información poselectoral dada conocer por los medios locales, se destacó la renuncia del candidato a la gubernatura de Guanajuato del Partido Revolucionario Institucional, Ramón Aguirre; las protestas airadas de los simpatizantes panistas en San Luis Potosí quienes pretenden hacer renunciar al mandatario estatal Fausto Zapata; y en particular se difundió en el Diario de Caracas un amplio artículo titulado "La Farsa Mexicana", de Pedro Pablo Aguilar (dirigente del partido opositor venezolano COPEI), quien critica de manera abierta lo que califica de supuesta falta de apertura democrática del actual gobierno y la farsa que ha significado el PRI,

dentro del juego político mexicano.

Tema que también tuvo repercusiones poco favorables para el país, fueron las denuncias presentadas por organismos internacionales no gubernamentales sobre casos de violación de los derechos humanos por parte de autoridades policiales mexicanas. La generalidad de estas informaciones fueron reportadas por agencias de prensa internacionales, fechadas en Estados Unidos y México

ACTIVIDADES DE DIFUSION DE LA EMBAJADA

Durante el mes de septiembre se enviaron a los diversos medios de comunicación de Venezuela, así como a la Dirección General de Información de la Secretaría de Relaciones Exteriores un total de seis boletines de prensa, realizados por esta sede:

- 1) **Participación de México en la Reunión de la UNCTAD**
- 2) **Elección de Salvador Arriola como nuevo secretario permanente del SELA**
- 3) **Difusión del Premio México, Ciencia y Tecnología, con entrevista al doctor venezolano Jacinto Convit, galardonado el año pasado con ese reconocimiento.**
- 4) **Celebración de las fiestas alusivas al 181 Aniversario de la Independencia de México**
- 5) **Presencia de los escritores mexicanos Guillermo Samperio y del crítico de arte Carlos Blas Galindo.**
- 6) **Programa de Defensa del Delfin del gobierno Mexicano.**

Asimismo se apoyó en su labor informativa a la

enviada del periódico mexicano Uno más Uno, Patricia Hernández, quien asistió a la reunión del SELA .

IMAGEN DE MEXICO MES DE OCTUBRE

Durante el mes de octubre se incrementó de manera sustancial la información difundida en los medios impresos de comunicación vinculadas con México, en total se insertaron 144 informaciones, de las cuales 120 son clasificadas como positivas, 17 negativas y el resto imparciales.

Cabe destacar que los temas que predominaron durante el mes de octubre fueron la reunión del Grupo de los Tres, celebrada en la isla mexicana de Cozumel; las medidas adoptadas por Venezuela y México en relación a la suspensión de entregas de petróleo a Haití, como parte del bloqueo económico decretado por la Organización de Estados Americanos, tras el derrocamiento de Jean-Bertrand Aristide, la venta de BANCOMER y la toma de posesión del nuevo secretario permanente del Sistema Económico Latinoamericano (SELA), el embajador mexicano Salvador Arriola.

Asimismo se resaltó la próxima celebración en la ciudad de Guadalajara, de la Feria Internacional del Libro, destacándose titulares como "Guadalajara Centro de la Literatura Internacional", "Venezuela presente en la V Feria Internacional" del Libro" y "Los Editores Venezolanos quieren conquistar a México". En el terreno cultural también se destacó la presencia de los escritores mexicanos Guillermo Samperio, director de Literatura del INBA y la de Carlos Blas Galindo, quienes sostuvieron por varios días pláticas y conferencias sobre la plástica y literatura mexicana.

Con menor intensidad que en meses anteriores, se

mantuvo en las páginas de los diversos diarios las informaciones vinculadas a las negociaciones en torno a la firma del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. Se consignó el inicio de la tercera reunión ministerial, desarrollada en la ciudad mexicana de Zacatecas, con la participación de los secretarios de comercio de los tres países. Asimismo fue destacado en un artículo en el diario El Universal lo positivo que resultará para América Latina la celebración de este tipo de acuerdos, resaltando las negociaciones emprendidas por la administración de Carlos Salinas de Gortari, tanto con sus vecinos del norte, como con gobiernos de América Latina.

La mayoría de los medios de comunicación de Venezuela resaltaron por más de seis días tanto el inicio como las repercusiones del encuentro celebrado en la isla mexicana de Cozumel, a invitación del presidente Carlos Salinas de Gortari, del Grupo de los Tres, que incluyó al dirigente cubano, Fidel Castro. Desde especulaciones generadas por lo sorpresivo de la reunión y la invitación del líder cubano, hasta las reacciones de la administración Bush.

También consignaron la gira realizada por el presidente Carlos Salinas de Gortari por diversas ciudades del sur de los Estados Unidos, destacándose el nivel de acercamiento y entendimiento alcanzado entre ambos países, sobre todo en la búsqueda de la solución de problemas fronterizos.

Es necesario resaltar un artículo publicado en el importante cotidiano El Universal, por el analista venezolano Juan Martín Echeverría, quien en su comentario titulado "La Revolución Mexicana", resalta los cambios políticos y económicos que ha emprendido el presidente Carlos Salinas de Gortari, a quien califica como un estadista que no piensa en el corto plazo de las próximas elecciones, sino en el futuro de su país. Asimismo pone como ejemplo

a México y señala que si esta nación pudo crear instituciones capaces de adaptarse a una sociedad en perpetuo movimiento, Venezuela también puede y en consecuencia los ciudadanos deben organizarse por encima de los grupos partidistas.

Se consignó de manera positiva la venta del segundo banco mexicano BANCOMER, que pone de manifiesto el firme interés de la actual administración por profundizar en el proceso de privatización.

Por otra parte se insertaron en los diversos medios de comunicación las informaciones de las agencias internacionales sobre las denuncias presentadas ante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), reunida en Brasil, así como de otras organizaciones periodísticas y de escritores, por el dueño del periódico El Norte y el Sol de Monterrey, sobre la desaparición y muerte de periodistas mexicanos.

También se publicaron despachos de las agencias noticiosas sobre el inicio de la marcha de San Luis Potosí al Distrito Federal por el panista potosino Salvador Nava, quien exigía la destitución del gobernador de esa entidad, Fausto Zapata quien posteriormente anunció su "decisión" de renunciar a la primera magistratura de la entidad ante las presiones recibidas por parte la población.

ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Se cubrió la gira realizada por el embajador de México a Ciudad Guayana, donde fue invitado a la inauguración de la ampliación de la empresa Hornos Eléctricos de Venezuela, en la cual participan mexicanos en el cuerpo asesor y directivo de dicha empresa.

Asimismo se apoyó al Asesor de la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la

República, Mauricio Reyes, quien realizó una gira de trabajo por Venezuela, a fin de entrar en contacto con dirigentes de los diversos medios de comunicación de este país y autoridades venezolanas de información. Para tal efecto, se tramitaron y consiguieron entrevistas con el director de el diario El Nacional; con la directora Internacional de la Organización Cisneros (empresa propietaria de Venevisión y Radiovisión); con el director de Bloque de Armas; con el Director de Prensa de la Presidencia y con el Ministro de la Oficina Central de Información.

Por otra parte, se mantuvieron reuniones con los presidentes de la Confederación Latinoamericana de Prensa Turística (CLAPTUR), Sr. Levi Benschmol y con la Presidenta de la Asociación Venezolana de Periodistas y Escritores de Turismo, Patricia Arbelaez, para invitarlos a participar en la Caravana Turística que encabeza la Secretaría de Turismo de México.

CONUNICADOS ENVIADOS

Durante el mes de octubre se enviaron a los diversos medios de comunicación de Venezuela los siguientes comunicados de prensa:

- 1) México pondrá en marcha el Programa Nacional de Protección al Delfin**
- 2) Visita del Embajador Mexicano a Ciudad Guayana**
- 3) Toma de Posesión del Embajador mexicano, Salvador Arriola, a la secretaría Permanente del SELA**
- 4) Avance de la Economía Mexicana en el Primer Semestre de 1991.**

Asimismo se envió a todos los medios de comunicación los ejemplares de agosto y septiembre

de la revista Comercio Exterior, que edita el Banco Nacional de Comercio Exterior y los suplementos que realiza el periódico El Nacional de México sobre el Programa Solidaridad.

IMAGEN DE MEXICO **MES DE NOVIEMBRE**

Los medios de comunicación de Venezuela publicaron durante el mes de noviembre un total de 132 informaciones vinculadas con México, de las cuales 104 son positivas, 9 negativas y 19 imparciales. Cabe destacar que en ese periodo la labor de esta Consejería estuvo abocada a la difusión de la visita realizada por una Caravana Turística de México; al apoyo a las gestiones de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República tanto en su nivel de avanzada como durante la participación de presidente Carlos Salinas de Gortari, en la reunión del Grupo de los 15.

Cabe señalar que los principales temas que se destacaron en los medios de comunicación venezolanos fueron el informe presidencial del mandatario mexicano, Carlos Salinas de Gortari, en lo particular su propuesta de modificar las relaciones entre el Estado y la Iglesia; así como la reestructuración jurídica del campo mexicano; la venta de diversos bancos; la presencia de una delegación de la Secretaría de Turismo y representantes de empresas privadas de nuestro país para la promoción e incremento de los flujos turísticos; la consolidación de la economía nacional; el desarrollo de la reunión del Grupo de los 15, donde participó el Jefe de Estado mexicano y el éxito obtenido en Nueva York de las subastas de cuadros de pintores mexicanos.

También mantiene amplios espacios en la prensa venezolana, las informaciones vinculadas a las negociaciones que realiza México con Estados Unidos y Canadá para la posible firma de un

acuerdo de libre comercio y las negociaciones que lleva a cabo nuestro país con Venezuela y Colombia, en el llamado Grupo de los 3, para alcanzar en breve tiempo una zona de libre comercio con estas naciones.

Durante la reunión del G-15 en Venezuela, el Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana fue entrevistado por periodistas nacionales e internacionales, siendo publicadas de manera muy favorable en los medios locales, asimismo previa a la junta de mandatarios del Sur, el periódico El Nacional publicó a media plana una entrevista con el subsecretario de Relaciones Exteriores, Andrés Rozenthal, vinculada con las negociaciones del grupo y sus perspectivas.

También fueron difundidas las informaciones sobre la entrega del premio de Literatura "Juan Rulfo" dentro del marco de la Feria Internacional del Libro en Guadalajara, y la obtención del premio de Ciencia y Tecnología que otorga la Organización de Estados Americanos, a México y Venezuela.

Por otra parte, los medios impresos de comunicación destacaron de manera amplia la visita que realizara a Venezuela el dirigente del Partido de la Revolución Democrática, Cuauhtemoc Cárdenas, quien se entrevistó con periodistas de El Nacional, Economía Hoy y el Globo. En las entrevistas rechazó de manera tajante los avances políticos, democrático y económico manifestados por el Presidente Carlos Salinas de Gortari.

Se dio especial difusión al asesinato de siete policías judiciales que perseguían a narcotraficantes por parte del Ejército Mexicano, en un poblado de Veracruz y el fatal accidente ferroviario en Puebla.

Actividades de la Consejería de Prensa

El primero de noviembre se organizó una conferencia de prensa con representantes de las

secciones culturales a fin de difundir la "II Bienal del Cartel en México", a esta conferencia asistió el Agregado Cultural de la Embajada, Santiago Espinosa de los Monteros.

Se mantuvo entrevistas con los presidentes del Círculo de Prensa Turística y la Asociación de Periodistas y Escritores Turísticos de Venezuela, a fin de conseguir su apoyo para la difusión de la Caravana Turística organizada por la Secretaría de Turismo de México. Asimismo se invitó a toda la prensa nacional e internacional al desayuno, presentación y clausura de la Caravana, donde se dieron a conocer los proyectos que tiene México hacia Latinoamérica en este sector y las enormes potencialidades de incrementar el turismo.

Se participó en la Conferencia de Prensa organizada por la nueva empresa ICA de Venezuela, la cual fue encabezada por el Embajador de México, Antonio de Icaza y altos funcionarios tanto de ICA de México como de las empresas socias venezolanas.

Durante este mes también se mantuvieron reuniones con los periodistas Pedro Antonuccio de El Universal, Nelson Rodríguez de El Nacional, con el Director de Información de la Oficina Central de Información, Sixto Martínez, a quien se le propuso la creación de un noticiero México- Venezuela, que elaborará esta sede, para ser difundido a través de la Radio Nacional; asimismo se mantuvo relación con el director de Diario Reporte, Niegel Cumbertbach, a quien se le hizo la propuesta de contar en forma semanal con un espacio en ese importante diario económico; ambas propuestas serán analizadas en diciembre y es factible su puesta en marcha en el mes de enero.

Se apoyó de manera muy especial a la "avanzada" de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, a fin de contactar hospedaje, transporte, comunicaciones y todas las facilidades necesarias para la visita que realizara el

presidente de la República a Venezuela con motivo de la celebración de la II Reunión cumbre de Jefes de Estado Sur-Sur, Grupo de los 15.

Asimismo, durante las dos últimas semanas del mes de noviembre se trabajó de manera intensa con los representantes de la Presidencia de la República para la atención y apoyo a los periodistas mexicanos que acompañaron al jefe de Estado mexicanos.

El boletín sobre los Avances de la Economía Mexicana durante 1991, tomado de la Agenda de México, enviado a las secciones económicas de los diarios venezolanos, fue ampliamente difundido en los primeros días de noviembre, por el periódico Economía Hoy, para el análisis que hizo sobre el Tercer Informe de Gobierno del Presidente Carlos Salinas de Gortari.

COMUNICADOS

Durante el mes de noviembre se enviaron a los medios de comunicación de Venezuela, a las agencias Internacionales y a la Dirección de Comunicación Social de la SRE los siguientes comunicados de Prensa :

1) II Bienal Internacional del Cartel en México 1992

2) Empresarios Mexicanos y Venezolanos Unen Esfuerzos

3) Duplicar el Flujo de turistas Latinoamericanos; Meta del Gobierno de México.

4) Visita Venezuela una Caravana turística de México.

5) El Grupo de los 15 Deberá Participar en las Grandes Decisiones del Mundo: Fernando Solana.

Asimismo se le envió a la Directora de las Páginas Culturales del periódico El Nacional, todos los suplementos culturales publicados por el periódico mexicano El Nacional. Se les envió a todos los directores, periodistas nacionales e internacionales y al Instituto de Comercio Exterior de Venezuela, la revista Comercio Exterior, que edita el Banco de Comercio Exterior de México.

IMAGEN DE MEXICO **MES DE DICIEMBRE**

Durante el mes de diciembre se publicaron en los diversos medios de comunicación 135 informaciones vinculadas con México, de las cuales 103 son consideradas positivas hacia nuestro país, 16 imparciales y 16 negativas. Entre los temas que mayor difusión tuvieron durante este periodo fueron los acuerdos logrados en la Reunión de Cartagena tanto del Grupo de Rfo como del Grupo de los Tres y las negociaciones que se realizan con Estados Unidos y Canadá para la firma del Tratado de Libre Comercio.

Asimismo se destacó la visita que realizara a Estados Unidos el presidente Carlos Salinas de Gortari, donde se reunió tanto con el presidente de esa nación, George Bush, así como con empresarios y representantes intelectuales norteamericanos. Durante sus encuentros se discutió de manera especial los puntos neurálgicos en las negociaciones del acuerdo de libre comercio, así como los éxitos alcanzados por la actual administración en materia económica y social. En este sentido, se publicó un editorial en el diario Economía Hoy, por Alberto Valero, quien establece una relación directa entre el proceso político que se vivirá en Estados Unidos durante 1992 y la posibilidad de que se signe el acuerdo comercial.

También tuvo un especial espacio en la prensa local la renovación del Acuerdo de San José, llevada a cabo en la ciudad de México y donde participaron representantes del Ministerio de Energía de Venezuela y de la Secretaría de Energía de México. Los medios de comunicación destacaron que el acuerdo seguirá dando apoyo a las naciones Centroamericanas y del Caribe y que se mantendrá "el boicot" hacia Haití.

Es importante resaltar también la publicación de un

editorial en el Diario de Caracas, donde se destaca de manera especial los avances que ha logrado la administración de Carlos Salinas de Gortari, sobre todo en la contención de la inflación y la consolidación de la economía. Por su parte, el periódico El Universal, en su análisis de fin de año, en el cual reconoce como personajes del año en materia a los dirigentes soviéticos Boris Yelstin y Mijail Gorbachov, incluyen al presidente Carlos Salinas de Gortari como uno de los hombres trascendentales en materia internacional de 1991.

Los medios de comunicación también publicaron, por una parte, las reformas constitucionales propuestas por el presidente Salinas de Gortari para legalizar las relaciones Estado-Iglesia, así como las vinculadas con el campo mexicano y, por otro lado, se insertaron tanto información procedente de México como un boletín enviado por la Embajada, sobre las reservas de hidrocarburos dadas a conocer por PEMEX, que ascienden a 65 mil 500 millones de barriles y que fue cuestionada por diversos grupos de especialistas en México.

Por otra parte, los medios de comunicación difundieron tanto el fatal encuentro entre miembros de la Policía Federal Judicial y del Ejército Mexicano, en el cual siete policías fueron ultimados por efectivos militares, como las reacciones que se suscitaron en México, tanto del presidente Carlos Salinas de Gortari, como de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos.

ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN VENEZUELA

Un reacomodo y reestructuración de los distintos medios de comunicación tanto del sector público como privado se lleva a cabo en Venezuela, ante el advenimiento, señalan analistas, de un intenso año electoral y el virtual lanzamiento por parte de los partidos Acción Democrática y COPEI de sus precandidatos a la presidencia de la República.

Según estos analistas, se presentan "signos peligrosos" de concentración y monopolización de algunos medios de comunicación, en particular en el sistema televisivo nacional. Cabe señalar que en Venezuela existen cinco canales de televisión, el Canal 2 propiedad de Radio Caracas Televisión, del Grupo IBC; el Canal 4 VENEVISION, del Grupo Cisneros; el Canal 10 TELEVEN, y los canales 5 y 8, propiedad del Estado.

Recientemente se presentó una ardua lucha por parte de socios minoritarios de TELEVEN, quienes se oponen de manera tajante que la mayoría de las acciones sean vendidas al Grupo Cisneros. En este debate también participa Radio Caracas Televisión, que desea evitar a toda costa esta situación, que pondría, por primera vez a VENEVISION con un importante control de la televisión venezolana.

En este sentido el vicepresidente del Grupo IBC, Josué Fernández, ha señalado que "la industria de la comunicación es sumamente riesgosa, por ejemplo el caso de TELEVEN, en donde nadie sabe quiénes son los verdaderos accionistas y eso es grave... Ese es el peligro real, cuando las operaciones no se hacen con claridad, de manera que tanto la opinión pública, como los entes gubernamentales conozcan cómo va la evolución de la propiedad de los medios de comunicación".

Este hecho se presenta frente al debilitamiento de los medios televisivos oficiales, que se encuentran en una profunda reorganización. De hecho el canal 5 cerró sus transmisiones por incosteables y el Canal 8 se transformará de canal comercial a emisora de servicio público. Ahora sobrevivirá con el patrocinio empresarial, y de algunas entidades gubernamentales y "habará mensajes institucionales que igualmente puedan provenir de marcas comerciales, pero sin incentivar al consumo".

Para llevar a cabo este proyecto, se cuenta con mil millones de bolívares logrados en la preventa; mil

200 millones provenientes del Fondo de Inversiones de Venezuela y el presupuesto ordinario del Canal, que alcanza los 300 millones de bolívares. Asimismo se ha reducido la nómina de manera drástica, al despedir a 800 personas, para quedar con una planta de 700 personas.

Sin embargo existe poca credibilidad de que este proyecto pueda cristalizarse. Desde su creación, los canales televisivos del Estado se han visto afectados por la carencia de una política de comunicación del gobierno venezolano, excesiva carga presupuestal, carencia de los equipos adecuados para su trasmisión, personal poco capacitado para dirigir este medio, entre otros.

Por lo que se refiere al Canal 5, esta emisora ha "salido del aire" y aún se desconoce quien podrá adquirir la concesión; en informaciones no oficiales se ha señalado que podría ser entregada a la Universidad Simón Bolívar y a dos fundaciones particulares para su manejo.

Para el editor de la revista VIERNES, premio Nacional de Periodismo, William García en un amplio reportaje que realiza en su edición del mes de diciembre, titulado "La concentración de Medios de Comunicación es Antidemocrática", señala que "la estrategia que está detrás de estas compras y de concentraciones en pocas manos de los medios de comunicación es política".

"De acuerdo con nuestras investigaciones, el más grande grupo concentrador que existe en Venezuela - refiriéndose al Grupo Cisneros que no cita el periodista por su nombre- el que supuestamente acaba de comprar en mil 200 millones de bolívares el circuito de emisoras Mundial, el que tiene un gran grupo de acciones en TELEVEN, es dueño del diario Reporte y a través de interpuestas personas maneja el Diario El Nacional, además de poseer un canal de Televisión (Canal 4) y otro circuito de emisoras; ha buscado comprar por 900

millones Radio Rumbos; ha ofrecido también mil millones por Telecaribe y manifestado su profundo interés por ponerle las manos al Canal 5; este grupo estaría financiando la campaña electoral de Eduardo Fernández, virtual candidato a la presidencia por parte del partido opositor COPEI”.

El editor se pregunta Porqué, “porque este grupo representa en Venezuela los intereses del Chase Manhattan Bank, líder del grupo de bancos que controlan la deuda externa venezolana. De acuerdo con nuestras informaciones, para los banqueros norteamericanos en Acción Democrática (en el poder), no hay candidatos capaces de garantizar que en los próximos cinco años se cumplan todas las recomendaciones del FMI y por ende el pago de la deuda externa”.

Cabe destacar que Fernández apareció en VENEVISION con un mensaje de fin de año dirigido a la población venezolana, y nunca se identificó si era un espacio pagado por el partido político al que representa, por el propio Fernández en lo particular o una aportación del Canal 4. El mensaje dura más de cinco minutos y los costos comerciales televisivos alcanzan sumas muy respetables.

Caso parecido fue el del otro aspirante a la presidencia del partido de oposición COPEI, Humberto Calderón Bertti, quien también apareció en el Canal 4 con un saludo de fin de año. Por su parte, el director de Información del Grupo Cisneros, entrevistó en su programa “Impacto” al expresidente y también aspirante a la primera magistratura de Venezuela, Rafael Caldera, y de manera abierta expresó el periodista su deseo de que llegara a ocupar el puesto en las próximas elecciones.

En este sentido habrá que señalar lo expresado por el vicepresidente del Grupo IBC, Josué Fernández en el sentido de que existen denuncias de la

monopolización de los medios de comunicación tales denuncias han sido muchas y se han acumulado, pero lo que asombra, dijo, es que ni el Congreso, ni el Colegio Nacional de Periodistas haya decidido realizar una investigación al respecto, ni la opinión pública sepa cuál es la verdadera amenaza que existe sobre la libertad de expresión, porque podemos llegar a situaciones como el hecho de que para ser presidente de la república habrá que pagarle peaje al dueño del monopolio comunicacional”.

Es necesario destacar que en Venezuela grupos económicos poderosos participan en diferentes medios de comunicación, en este sentido, el Grupo Cisneros, además de ser dueño de VENEVISION, (la organización televisiva más importante y de mayor penetración en el país), posee la más importante distribuidora y embotelladora de Latinoamérica, 20 franquicias de diversos productos internacionales, es propietaria de bancos, de empresas deportivas y de productos infantiles en Estados Unidos, por citar sólo algunas; el Grupo IBC, presidido por Marcel Granier, es propietario de Radio Caracas Televisión, canal 2 - el segundo canal en audiencia -, de El Diario de Caracas, de dos emisoras de radio y de empresas que no están vinculadas a la comunicación; el Grupo Capriles es dueño del periódico El Mundo, de 15 revistas y de diversos magazines; el Bloque de Armas, encabezado por Andrés de Armas, es dueño del periódico 2001 y de 5 revistas y distribuye más de 25 revistas, además de una gran cadena de librerías.

Lo más importante es que hasta la fecha estos grupos participan de manera diversificada en el mundo de la comunicación, pero con las pretensiones de algunos, éste equilibrio pareciera poderse romper, sobre todo en un medio tan poderoso como es la televisión, para el director de la revista viernes “la pluralidad de opciones pareciera estar convirtiéndose en un elemento

antidemocrático de claro signo totalitario, por lo menos en su intención. Sin embargo, lo más grave de todo este proceso de concentración es el fondo político que se observa”.

ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Se organizó una reunión de fin de año con la asistencia del Embajador, Antonio de Icaza, con los periodistas que cubren la fuente diplomática, con gerentes de comunicación y relaciones públicas de diversas empresas tanto privadas como públicas, con los corresponsales extranjeros y corresponsales mexicanos, así como también se contó con la asistencia de representantes del gobierno de Venezuela.

El Consejero de Prensa colaboró de manera especial con el corresponsal de Excelsior en Venezuela, Roberto Cienfuegos para que partir del segundo domingo de diciembre, apareciera en la segunda página a toda una plana en el periódico El Universal, parte del suplemento que edita el diario mexicano sobre los 500 Años del Encuentro de Dos Culturas. Esta publicación saldrá hasta el mes de octubre de este año, todos los domingos

Durante este mes se enviaron a los diversos medios de comunicación cuatro boletines informativos:

- 1) La Embajada de México y la Galería Bass presentan Los Libros de El Archivero.**
- 2) Se presentan en Venezuela los Libros de El Archivero**
- 3) Las Reservas de Hidrocarburos es México Ascienden a 65 mil 500 millones de Barriles de Petróleo: PEMEX**
- 4) Declaración del gobierno Mexicano ante la Desaparición de la URSS.**

INFORME DE ACTIVIDADES DE 1992

IMAGEN DE MEXICO MES DE ENERO

Durante el mes de enero se apreció un incremento sustancial de la información relacionada con México, publicada en los diversos medios de comunicación de Venezuela. Cabe destacar que en total se insertaron un total de 177 notas, de las cuales se consideran 145 positivas; 16 negativas y 16 imparciales.

La firma de los acuerdos de paz entre la guerrilla y el gobierno salvadoreño, celebrado en la Ciudad de México y el acuerdo alcanzado entre las empresas aéreas venezolana AVENSA y la mexicana MEXICANA DE AVIACION, fueron los temas que ocuparon significativamente espacios tanto en los medios impresos como audiovisuales.

La presencia de Jefes de Estado, miembros de la guerrilla salvadoreña, del Secretario General de las Naciones Unidas, fue ampliamente destacada por los diversos medios de comunicación, los cuales resaltaron los esfuerzos realizados por México a fin de conciliar de manera satisfactoria las divergencias profundas que se enfrentaban en ese país centroamericano. Durante dos días, tanto en primeras planas, como amplios reportajes en páginas interiores, se publicaron en la prensa venezolana, que calificó el hecho como histórico.

Por lo que se refiere al acuerdo firmado entre AVENSA y MEXICANA, se destacó la presencia en Venezuela del director general de la línea área mexicana, Ricardo García y las perspectivas positivas de incrementar el flujo turístico entre ambos países.

Por otra parte, el diario Economía Hoy dedicó

cinco planas enteras a México, en las cuales se insertaron análisis positivos vinculados con la situación económica del país, las modificaciones constitucionales para regularizar las relaciones entre Iglesia -Estado y las reformas agrarias realizadas por el Presidente Carlos Salinas de Gortari. Asimismo, se publicó un amplio reportaje sobre el reto que enfrenta la ciudad de México, como una de las urbes más pobladas del mundo.

Con menor intensidad que en meses anteriores, se siguió dedicando espacios en los diversos medios de comunicación, a las negociaciones del acuerdo trilateral de Libre Comercio que realizan México, Estados Unidos y Canadá.

A su vez el diario El Universal continúa reproduciendo todos los domingos, en la página 1-2, a una plana entera, parte del suplemento del periódico mexicano Excelsior, relacionado con "Los 500 años del Encuentro de Dos Mundos".

Del total de las 177 informaciones, la distribución de éstas entre los periódicos más importantes de Venezuela quedaron de la siguiente manera: El Universal, 41; El Nacional, 30; El Diario de Caracas, 24 y El Economía Hoy 20.

IMAGEN DE MEXICO EN EL ELECTORADO VENEZOLANO

Por otra parte, los medios de comunicación difundieron el arresto de dos militares que participaron en la matanza de policías judiciales en el Estado de Veracruz, así como las negativas consecuencias que dejaron las heladas y las insistentes lluvias registradas en casi todo el país, con un saldo no determinado de muertos, heridos y damnificados.

COMUNICADOS ENVIADOS A LA PRENSA

Durante este periodo se enviaron a los diversos medios de comunicación los siguientes comunicados:

a) Se presenta en Venezuela "Revisión del Cine Mexicano"

b) MEXICANA DE AVIACION y AVENSA, formalizaron alianza comercial

c) En el V Centenario del Encuentro de Dos Mundos: Rescate de los Valores Culturales Mayas

d) Mérida 92, IV Festival Internacional de la Canción

e) México brinda Cooperación a ex repúblicas Soviéticas

IMAGEN DE MEXICO MES DE FEBRERO

1) TRATAMIENTO DE LA IMAGEN DE MEXICO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Durante el mes de febrero los diversos medios impresos de comunicación de Venezuela, publicaron un total de 145 informaciones vinculadas con México. De este total, 112 son consideradas positivas; 21 negativas y 12 imparciales.

Entre los temas que más se difundieron durante este periodo en los medios impresos de Venezuela, destacan: el apoyo brindado por el presidente Carlos Salinas de Gortari y los países miembros del Grupo de Río, al mandatario venezolano, Carlos Andrés Pérez, tras el intento fallido de un grupo de militares por dar un golpe de Estado; el traslado a México de las negociaciones entre la guerrilla y gobierno de Colombia; la realización en la ciudad norteamericana de San Antonio, del encuentro entre los jefes de Estado del Grupo Andino y México y Estados Unidos, para analizar los avances y situación que guarda en la región el problema de la droga.

También debe señalarse que en editoriales de los periódicos El Mundo, El Diario de Caracas y Economía Hoy, se hizo especial referencia a la positiva situación que vive México, gracias a las políticas económicas, el combate a la corrupción y atención a las clases marginales del país, desarrolladas por el presidente Carlos Salinas de Gortari.

Se mantuvo en el tapete de la discusión las negociaciones que realiza México, Estados Unidos y Canadá para el establecimiento de un tratado de libre comercio, en lo particular se resaltaron las

declaraciones de Carla Hills y del mandatario norteamericano, sobre la enorme posibilidad de que este año quede firmado el acuerdo. Mereció especial atención la desincorporación de las diversas instituciones bancarias que aún mantenía el gobierno y se publicaron los positivos resultados económicos que ha obtenido la actual administración con la venta de estos bancos.

Asimismo cabe destacar que se dio especial relevancia en los periódicos y medios audiovisuales de este país a las actividades realizadas por la Embajada, entre las que destacan: la realización de dos festivales gastronómicos en los hoteles Intercontinental de Valencia y el Melía Caribe, de Caraballeda; el encuentro celebrado entre representantes del sector turístico mexicano y venezolano; la puesta en marcha del programa crediticio entre Banco Mercantil de Venezuela y el Banco Nacional de Comercio Exterior y la exhibición de la muestra "Re-visión del Cine Mexicano", esta última recibió un trato muy especial por los medios de comunicación, en lo particular en el diario El Globo se le dedicaron dos planas enteras a la exhibición de fotografías de las películas más destacadas del cine nacional; mientras que el suplemento de El Nacional le dedicó una plana entera a un artículo del agregado Cultural de la Embajada.

Por otra parte, los periódicos venezolanos también destacaron la grave situación que vive la Ciudad de México, producto de la alta contaminación que se ha registrado durante los últimos meses del año y que ha obligado al gobierno a tener que poner en marcha medidas de emergencia a fin de evitar, a toda costa, males mayores para los habitantes de la urbe.

A su vez el diario Economía Hoy publicó, a una plana, un artículo del Financial Times, sobre las reservas de hidrocarburos en México y destaca que la cantidad de éstas han desatado una fuerte polémica

al interior y fuera del país, porque aunque es indudable que es enorme la capacidad petrolera de México, hay quienes afirman que las reservas sólo llegan a la mitad de los 65 mil millones de barriles, que las autoridades de PEMEX dicen que hay.

Observación: cabe hacer notar que la Embajada envió a los diversos medios de comunicación en el mes de noviembre del año pasado un boletín de prensa en donde se daban a conocer la postura de PEMEX frente a las denuncias de exfuncionarios de esa paraestatal sobre la credibilidad de las reservas petrolíferas mexicanas, información que fue ampliamente difundida aquí.

En otro orden de ideas, se continúan publicando cada domingo, en el periódico El Universal, a una plana, el suplemento del diario mexicano Excelsior, vinculado a los 500 años del encuentro de dos culturas.

2) INFORMACIONES DE MEXICO PUBLICADAS EN LOS PRINCIPIALES DIARIOS DE VENEZUELA

Durante el mes de febrero los principales diario de Venezuela publicaron el siguiente número de informaciones sobre México: El Universal, 33; El Diario de Caracas, 24; Economía Hoy, 16 y El Nacional, 14.

3) ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

a) En este periodo se mantuvieron contactos estrechos con representantes de los diversos medios de comunicación de Venezuela. El Consejero de Prensa sostuvo entrevistas con el articulista especializado en materia petrolera del diario El Universal, Carlos Chávez; con los periodistas que cubren la fuente diplomática de El Nacional y El Universal; Nelson Rodríguez y Pedro Antonuccio; con el editor de la sección diplomática y económica

del Economía Hoy, Salvatore Lo Mónaco y con la editora de la revista Radar Turístico, Diana Patricia Arvelaez.

b) Durante la visita del Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana, quien participó en la reunión del Grupo de Río, la cual hizo patente su respaldo y apoyo al gobierno del presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez, se organizó una conferencia de prensa con los corresponsales mexicanos acreditados en este país y se contactó con el periodista de El Universal, Pedro Antonuccio, una entrevista con el canciller mexicano, la cual fue destacada de manera muy especial en ese cotidiano.

c) La Embajada, a través del Consejero de Prensa y del secretario, Fernando Suárez, organizó y participó en las conferencias de prensa celebradas en los hoteles Intercontinental de Valencia y Melfa Caribe, a fin de dar a conocer la realización de los Festivales Gastronómicos Mexicanos desarrollados en esas instalaciones; así como los encuentros entre representantes del sector turístico mexicano, donde se contó con la asistencia del subdirector para América Latina de SECTUR, Jaime Kats. Durante los llamados "Word Shops", se analizó la posibilidad de crear un comité conjunto de comercialización para incrementar las corrientes turísticas de Venezuela hacia México.

d) El Consejero de Prensa ofreció una entrevista "en vivo" en la estación de radio Capital 92.3 F.M. de la ciudad de Valencia, donde se promocionó el festival gastronómico y se dieron a conocer los esfuerzos que realiza México en materia turística.

f) Se participó en el desayuno-Conferencia ofrecida en el Banco Mercantil, encabezada por el Embajador Antonio de Icaza y el Vicepresidente de esa institución financiera, donde se dieron a conocer los pormenores del crédito ofrecido por el Banco Nacional de Comercio Exterior de México

para importadores venezolanos interesados en adquirir productos mexicanos.

4.- DOCUMENTACION ENVIADA A LOS REPRESENTANTES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

En este periodo la Embajada envió a los diversos medios de comunicación los siguientes comunicados:

1.- VENEZUELA PODRA DISFRUTAR DE FESTIVALES GASTRONOMICOS DE MEXICO

2.- BANCOMEXT Y BANCO MERCANTIL PONEN EN MARCHA PROGRAMAS FINANCIERO COMERCIAL

3.- SE PRESENTA EN CARACAS "RE-VISION DEL CINE MEXICANO"

4.- SE INAUGURO LA MUESTRA "RE-VISION DEL CINE MEXICANO" EN EL MUSEO DE ARTES VISUALES "ALEJANDRO OTERO".

5.- MEXICO Y VENEZUELA ANALIZAN LA CREACION DE UN "COMITE DE COMERCIALIZACION TURISTICA".

6.- CONFERENCIA DE PRENSA DEL SECRETARIO DE RELACIONES EXTERIORES, FERNANDO SOLANA.

Envío a los periodistas que cubren la fuente diplomática, económica, jefes de Información y de Redacción, de la revista Comercio Exterior, que edita el Banco Nacional de Comercio Exterior.

Envío a la jefa de la sección cultural del diario El Universal, de los suplementos culturales que edita

el diario mexicano El Nacional.

IMAGEN DE MEXICO MES DE MARZO

1) EVALUACION DE LA INFORMACION

Durante el mes de marzo los diversos medios de comunicación de Venezuela publicaron un total de 182 informaciones vinculadas con México, de las cuales 141 son consideradas como positivas; 24 negativas y 17 imparciales. Cabe destacar que durante este periodo se difundieron dos programas televisivos dedicados a México, a través de las cadenas más importantes de televisión de este país.

a) Información Positiva: Los temas que predominaron en la prensa venezolana fueron los relativos al tratado de libre comercio que negocia México con Estados Unidos y Canadá, así como el traslado e inicio de las pláticas entre la guerrilla y gobierno colombiano a México, para encontrar una salida pacífica al conflicto que vive ese país sudamericano.

Se dio especial relevancia también a la realización del Coloquio de Invierno, organizado por la UNAM y la revista Nexos; a la venta de bancos; al aniversario 63 del Partido Revolucionario Institucional; evento en el cual el presidente Carlos Salinas de Gortari definió su administración como impulsora del "liberalismo social"; la reunión de cancilleres en México para preparar la II Cumbre Iberoamericana; las denuncias y protestas del gobierno mexicano por la posible creación de "basureros tóxicos" en la frontera por parte de Estados Unidos; la posibilidad de levantar el embargo atunero que pesa sobre nuestro país por parte de la administración Bush.

Asimismo se dio especial atención a informaciones enviadas por esta Embajada, como a despachos de prensa de agencias internacionales, vinculadas con

el crecimiento y fortalecimiento del turismo mexicano y la celebración del Tianguis Turístico en el puerto de Acapulco.

Cabe mencionar que el diario Economía Hoy inició este mes la publicación, en su sección editorial, de extractos del libro del director del Fondo de Cultura y expresidente de México, Miguel de la Madrid, sobre las dificultades para lograr un proceso de integración latinoamericana. Estos artículos se publican todos los martes. Asimismo este diario difundió una entrevista con el presidente Carlos Salinas de Gortari, realizada por expertos en diversas materias, (ciencia, ecología, política, sociología, entre otros) la cual fue publicada a una plana.

Por otra parte, se continúa publicando todos los domingos a una plana en el periódico El Universal, artículos del suplemento del diario mexicano Excelsior, sobre el Encuentro de Dos Mundos.

2.- Información negativa: Los diversos medios de comunicación difundieron, de manera amplia, la difícil situación por la que atraviesa la ciudad de México, que en los últimos meses ha registrado altos índices de contaminación. En la informaciones enviadas por las agencias internacionales, se destaca que los planes de contingencia puestos en marcha por el gobierno no han dado los resultados esperados para disminuir los índices de ozono, azufre y monóxido de carbono, que podrían traer graves consecuencias para la salud de los mexicanos.

Por otra parte, despachos informativos internacionales dan cuenta de la tensión existente entre Estados Unidos y México, ante el anuncio hecho por parte de autoridades norteamericanas de instalar "basureros tóxicos" en poblados cercanos a la frontera mexicana. Esta situación ha provocado que tanto autoridades nacionales, como ciudadanos de ambos lados de la frontera, hayan manifestado su total rechazo a esta decisión que podría ser catastrófica para el medio ambiente.

2.- INFORMACION DE LOS PRINCIPALES DIARIOS DE VENEZUELA

Los medios de comunicación impresos de mayor circulación en Venezuela publicaron las siguiente informaciones

a) El Universal,	50
b) El Diario de Caracas,	32
c) El Nacional,	24
d) Economía Hoy,	23

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

En coordinación con Radio Caracas Televisión, Canal 2 en particular con la periodista Marietta Santana, se organizó y difundió durante hora y media, un programa dedicado a la promoción del turismo mexicano, a la difusión de nuestras riquezas culturales, folclóricas y culinarias. En esa ocasión fueron entrevistados por la periodista en el estudio el Consejero Comercial; el Agregado Cultural, y el Consejero de Prensa; asimismo participaron las Damas Voluntarias mexicanas, y representantes de restaurantes de comida mexicana instalados en este país.

A su vez la importante cadena de televisión VENEVISION (Canal 4) difundió un programa denominado "América, Muerte y Resurrección de un Paraíso", dentro de la serie "Reportaje", el cual contó con el apoyo de la embajada de México en Venezuela, del Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Museo Nacional de Antropología y el Colegio de México. Durante el programa, la periodista Valentina Ríos dio a conocer la característica más sobresalientes de la cultura Maya, Zapoteca, Teotihuacana y Azteca, así como las obras arquitectónicas, religiosas, de expresividad artística, económicas y políticas que dejaron estos pueblos que habitaron diversas

regiones de la República Mexicana.

Por otra parte, se atendió y apoyó a los enviados especiales mexicanos de El Nacional, La Jornada, El Herald, Revista Epoca, Televisa, El Financiero y Excelsior, quienes permanecieron por cerca de 20 días en este país, para realizar reportajes, entrevistas y crónicas sobre la grave situación por la que atraviesa Venezuela.

A su vez el consejero de Prensa, mantuvo reuniones con los articulistas venezolanos Ibsen Martínez, del Diario de Caracas y José Vicente Rangel, editorialista de diversos medios de comunicación; con los periodistas Pedro Antonuccio de El Universal; Salvatore Lo Mónaco, del Economía Hoy; Mariela Briceño, de El Nacional y Levy Benschmol, presidente del Círculo de Prensa Turística de Venezuela.

4.- COMUNICADOS DIFUNDIDOS POR LA EMBAJADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

Durante el mes de marzo, la Embajada de México envió tanto a los diversos medios de comunicación de Venezuela, como a la Secretaría de Relaciones Exteriores los siguientes comunicados:

- a) MEXICO PARTICIPA EN EL "PROGRAMA BOLIVAR"
- b) EL ARTE MEXICANO PREHIPANICO VIAJA POR TODO EL MUNDO
- c) ENCUENTRO INTERNACIONAL "SOCIEDAD URBANA"
- d) SE PRESENTA EL LIBRO "FIN DE SIGLO" DE JUNA NUÑO
- e) MEXICO SEDE DE AMERICAS TELECOM 92
- f) XVII TIANGUIS TURISTICO INTERNACIONAL DE ACAPULCO
- h) "AMERICA, MUERTE Y RESURRECCION DE UN PARAISO", PROGRAMA DE

VENEVISION DEDICADO A LAS CULTURAS MEXICANAS

i) EL PROGRAMA TELEVISIVO "A PUERTA CERRADA" DEDICADO A MEXICO.

IMAGEN DE MEXICO MES DE ABRIL

1.- SINTESIS DE PRENSA

Durante el mes de abril los diversos medios de comunicación de Venezuela difundieron un total de 185 informaciones vinculadas con México, de las cuales 126 son consideradas positivas, 45 negativas y 14 imparciales.

Debe hacerse notar que la mayoría de los medios de comunicación de este país, dieron una enorme difusión a los sucesos acaecidos en la ciudad de Guadalajara, donde se produjeron una serie de explosiones subterráneas, provocando la muerte de más de 200 personas, cerca de mil heridos y una enorme cantidad de damnificados. Este incidente dio pie a articulistas tanto nacionales como internacionales, para poner en tela de juicio los programas anticorrupción emprendidos por la administración del presidente Salinas de Gortari, dado que la paraestatal Petróleos Mexicanos, y las autoridades municipales, resultaron ser las responsables.

En El Nacional se reprodujo un amplio artículo del cotidiano español El País, donde se cuestiona la viabilidad de que siga gobernando el PRI, como hasta ahora lo ha realizado y el periódico local El Globo, inserta un artículo que critica fuertemente la actual administración.

En este sentido debe señalarse que esta sede diplomática transmitió tres boletines de prensa, donde

se dieron a conocer las medidas adoptadas por el presidente Carlos Salinas de Gortari para no dejar impune este hecho, así como la situación que prevaleció en Guadalajara, después de las explosiones. Asimismo el Consejero de Prensa, fue entrevistado en Radio Caracas Televisión; se dieron entrevistas a tres radios locales, a fin de dar a conocer los detalles de la tragedia y el plan implementado por el gobierno para atender a los heridos y damnificados.

Por otra parte, los diversos medios de comunicación difundieron las negociaciones que realiza México, Estados Unidos y Canadá para la firma de un tratado de libre comercio. En la mayoría de las informaciones vinculadas a esta temática, la postura fue favorable para la posible suscripción de este acuerdo. Asimismo se dieron a conocer la continuación del proceso de privatización de diversas instituciones bancarias nacionales; la adquisición de la cadena Univisión por parte de Televisa y Venevisión; y el anuncio del inicio del ciclo de Cine Mexicano en Venezuela.

Cabe señalar que se continúa publicando en el periódico El Universal, todos los domingos, a una plana, parte del suplemento especial del diario mexicano Excelsior, 500 Años del Encuentro de dos Mundos, que incluye artículos de historiadores, periodistas, autoridades y ensayistas mexicanos

2.- INFORMACION DE PERIODICOS IMPORTANTES

Durante este periodo los medios importantes de prensa de Venezuela difundieron las siguientes informaciones:

PERIODICOS	INFORMACIONES
a) El Universal	48 notas
b) El Nacional	25 notas
c) Economía Hoy	22 notas

d) El Diario de Caracas 23 notas

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo se mantuvieron reuniones con los periodistas que cubren la fuente turística, a fin de preparar el viaje a Acapulco, México, para cubrir la realización del XVII Tianguis Turístico. Los periodistas que fueron invitados por la Secretaría de Turismo fueron: Levy Benhismol, presidente del Círculo de Prensa Turística de Venezuela; Eduardo Sapene, director de Información de Radio Caracas Televisión y Gloria Peña, periodista del diario Economía Hoy.

Asimismo se realizó un encuentro "informal" entre el Embajador de México, Antonio de Icaza, el Consejero de Prensa, Agustín Pradillo, con el director y articulistas internacionales de El Diario de Caracas.

Se participó en la conferencia de prensa organizada entre la Embajada de México y la Cinemateca Nacional, a fin de dar a conocer la realización del ciclo sobre cine Mexicano, que tendrá un mes de duración, y que contará con la asistencia, de personalidades mexicanas, entre las que destacan: Carlos Monsivais, Gabriela Roel, Carlos Barbachano, entre otros.

4. COMUNICADOS ENVIADOS POR LA EMBAJADA DE MEXICO

Durante este periodo se enviaron a los diversos medios de comunicación tanto de Venezuela como de México los siguientes boletines de prensa:

a) EL PROGRAMA BOLIVAR, UN PASO HACIA LA INTEGRACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA DE AL: RENATO ITURRIAGA

IMAGEN DE MEXICO MES DE MAYO

1.- EVALUACION DE PRENSA

Durante el mes de mayo se pudo apreciar un sensible incremento de la información vinculada con México difundida por los diversos medios de comunicación de Venezuela. Durante este periodo se publicaron un total de 244 notas, de las cuales 198 son consideradas como positivas, 20 negativas y 26 imparciales.

Los temas más destacados por los diversos medios de comunicación durante este periodo fueron: el desarrollo del turismo en México; la actividad cultural llevada a cabo por la Embajada de México en Venezuela; las negociaciones que realiza México, Estados Unidos y Canadá para el establecimiento de un acuerdo de libre comercio; la situación económica que prevalece en México y la participación mexicana en la reunión de la Organización de Estados Americanos.

Asimismo los medios de comunicación difundieron la puesta en marcha, por parte del presidente Salinas de Gortari, del programa de reforma educativa; se dio a conocer la realización de la reunión del grupo de los tres, integrados por México, Venezuela y Colombia a celebrarse en la ciudad de Caracas el 11 de junio, y las acciones emprendidas por el gobierno a fin de resarcir los daños ocasionados por las explosiones registradas en la ciudad de Guadalajara.

Por otra parte, se dio especial atención a los graves problemas de contaminación que enfrenta la Ciudad de México, en particular el periódico Economía Hoy difundió un reportaje de la agencia IPS, donde se manifiesta el serio deterioro económico de las

capas bajas, así como el incremento de contaminantes lanzados por cientos de empresas y millones de vehículos automotores en la zona metropolitana.

También se destacó las acusaciones realizadas contra PEMEX, empresa que al parecer tuvo la mayor responsabilidad en las explosiones de Guadalajara, así como en otras partes del país.

2.- CUADRO DE LOS PERIODICOS MAS IMPORTANTES DE VENEZUELA:

Los periódicos más importantes que difundieron información sobre México durante este periodo quedan clasificados de la siguiente manera:

PERIODICO	NOTAS
a) El Universal	50
b) El Nacional	40
c) El Diario de Caracas	34
d) Economía Hoy	29

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

a) La primera semana de mayo se publicó en el periódico Economía Hoy un suplemento especial titulado "Un paquete exitoso", a cuatro planas enteras sobre México, en donde se realizó un amplio balance de la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari, así como una entrevista al Embajador, Antonio de Icaza.

b) Se realizaron gestiones ante la Secretaría de Turismo y la empresa Mexicana de Aviación, a fin de invitar por primera vez, a una delegación de periodistas venezolanos para asistir a la XVII edición del Tianguis Turístico, que se llevó a cabo en el puerto de Acapulco. Los representantes de los medios de comunicación que asistieron al evento fueron: Levy Benhismol, presidente del Círculo de Prensa Turística de Venezuela; Eduardo Sapene,

director general de Información de Radio Caracas Televisión; Gloria Peña, periodista del Economía Hoy; Humberto Alvarez, director de la agencia oficial VENPRES y Lilliana Arévalo, periodista de El Diario de Caracas.

A fin de apoyar las labores informativas y atención a la delegación periodística venezolana, asistió al Tianguis Turístico el Consejero de Prensa de esta Embajada. Debe remarcar que la respuesta por parte de los representantes de los medios de comunicación fue muy positiva y se publicaron de manera amplia tanto los incidentes del evento, como los avances que en materia turística ha realizado México en los últimos años.

Durante dos semanas consecutivas en los noticieros meridianos de Radio Caracas Televisión, se difundieron entrevistas, reportajes, anécdotas, etc. sobre el Tianguis, Acapulco y el turismo mexicano en general. Asimismo fue invitado el Consejero de Prensa a los estudios del canal televisivo, a fin de ser entrevistado para efectuar un balance y hablar sobre las perspectivas de este importante sector de la economía nacional.

Cabe señalar que también tuvo especial relevancia en los medios de comunicación local la apertura de la oficina regional para sudamérica de la empresa Mexicana de Aviación. Para tal efecto se organizó una conferencia de prensa, a la cual fue invitado el Consejero de Prensa de la Embajada.

c) De manera conjunta con el Banco Consolidado, se organizó una conferencia de prensa, a la que asistieron el Embajador de México, Antonio de Icaza; la directora de la Pinacoteca Virreinal de México, Mercedes Meade y la directora del Centro Cultural Consolidado, Rita Salvestrini, para anunciar el inicio de la muestra "Los Tesoros de la Pinacoteca Virreinal".

A la conferencia asistieron la totalidad de los

periódicos de la capital, revistas especializadas y canales de televisión, con lo que se logró dar una gran difusión al evento. Asimismo se invitó a la prensa del área cultural y social para la inauguración de la exposición.

d) Durante este periodo, los diversos medios de comunicación difundieron de manera amplia, el ciclo de cine mexicano realizado en la Cinemateca Nacional, el cual estuvo organizado por diversas instituciones mexicanas y venezolanas y por la propia Embajada. Como parte de esta muestra fílmica, se invitó al escritor Carlos Monsevá, quien dictó conferencias tanto en el Palacio de Bellas Artes, como en librerías y la Universidad Central de Venezuela.

Su presencia en este país resultó de sumo atractivo tanto para el sector intelectual como periodístico, ya que sus conferencias fueron escuchadas por un nutrido grupo de personas y ofreció entrevistas a diversos medios de comunicación, que ofrecieron amplios espacios tanto en prensa como en televisión.

4.- COMUNICADOS ENVIADOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACION DE VENEZUELA Y MEXICO

a) SE INAUGURO EN VENEZUELA LA EXPOSICION TESOROS DE LA PINACOTECA VIRREINAL

b) EXITOSO EL CICLO MEXICANO NUEVO: CINE Y VIVEO CONTEMPORANEO

c) SE ENTREGARA EL PREMIO INTERNACIONAL DE LITERATURA LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE JUAN RULFO 92

d) SE INAUGURO OFICIALMENTE EL CICLO DE CINE Y VIDEO MEXICANO

e) TRES LIBROS MEXICANOS DE LITERATURA INFANTIL, SELECCIONADOS COMO UNOS DE LOS MEJORES DEL AÑO

f) SE INAUGURO EL XVII TIANGUIS TURISTICO INTERNACIONAL DE MEXICO

g) SE PRESENTA EN VENEZUELA "TESOROS DE LA PINTURA VIRREINAL DE MEXICO"

h) SE PRESENTA EN VENEZUELA LA SOPRANO MEXICANA JANETE MACAII.

Se les envió a directores de medios, editorialistas y periodistas de la fuente diplomática, el boletín emitido por la Cancillería sobre la participación de México en la reciente reunión de la Organización de Estados Americanos (OEA) y el discurso pronunciado por el Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana, ante el foro regional. Este informe fue destacado de manera muy positiva por el articulista de El Diario de Caracas, Alberto Muller Rojas.

Asimismo se envió a los diversos medios de comunicación la revista del Banco de Comercio Exterior, fuente de información para la realización de reportajes y notas vinculadas estrechamente al sector económico.

**IMAGEN DE MEXICO
MES DE JUNIO**

1) ANALISIS DE LA INFORMACION PUBLICADA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIONES

Durante este periodo se insertaron en los diversos medios de comunicación de Venezuela, un total de 244 informaciones vinculadas con México, de las cuales 194 son consideradas como positivas, 18 negativas y 30 imparciales. Cabe destacar el incremento sensible de la publicación de información sobre nuestro país aparecidas en los diversos medios impresos que se ha tenido en los dos últimos meses y el creciente interés manifestado por periodistas, articulistas y editorialistas sobre los acontecimientos que se llevan a cabo en nuestro país.

Entre las informaciones que más se destacaron durante este periodo fueron: la reunión del Grupo de los Tres, llevada a cabo en el aeropuerto internacional de Venezuela, a la cual asistió el presidente Carlos Salinas de Gortari; la decisión de la Suprema Corte de Justicia de los Estados Unidos de autorizar a las autoridades policiales de ese país a capturar delincuentes en cualquier parte del mundo y la fuerte reacción del gobierno mexicano ante tal actitud; participación del Presidente en la cumbre de la Tierra, llevada a cabo en Brasil y la reestructuración de Petróleos Mexicanos.

Asimismo se puso especial interés en las negociaciones que México viene desarrollando con Estados Unidos y Canadá a fin de llegar a un acuerdo de libre comercio; los avances registrados en la economía mexicana durante este periodo, en particular se destacó la noticia de que se había determinado quitar tres ceros a la moneda y la culminación de la privatización bancaria y la consolidación del sector turístico.

Entre los aspectos que también fueron destacados ampliamente por la prensa venezolana, fue la caída drástica de la Bolsa Mexicana de Valores producto, dicen algunos, de las declaraciones del candidato independiente a la presidencia de

Estados Unidos, Perrot sobre su rechazo a que Estados Unidos firme un acuerdo de libre comercio con México, otros, lo atribuyeron a anuncios de venta de acciones masivas por parte del Sindicato de Telefonistas y comentaristas internacionales consideraron que ese mecanismo financiero se vio "sobrecalentado" por la gran afluencia de recursos llegados del extranjero tanto de " repatriación de capitales" como de inversión extranjera.

c) Economía Hoy	34
d) El Nacional	32

Procedencia de la información:

Del total de las informaciones publicadas en los diversos medios de comunicación, la procedencia de éstas es la siguiente: Agencias Internacionales 163 ; de origen local, 70.

En otro orden de ideas, los medios de comunicación dieron especial importancia a las actividades tanto de funcionarios como miembros de la iniciativa privada desarrolladas en este país. Se destaca la presencia del presidente Carlos Salinas de Gortari, quien participó en la reunión del Grupo de los Tres, los diversos periódicos y medios electrónicos realizaron amplias informaciones previas a la visita del mandatario mexicano, entre las que se incluyó una entrevista con el Embajador Antonio de Icaza ofrecida al periódico Economía Hoy, y los acuerdos alcanzados durante el encuentro, que viene a fortalecer la idea de crear una zona de libre comercio que incluya a estas tres naciones.

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo las actividades llevadas a cabo por el Consejero de Prensa fueron las siguientes:

Asimismo se informó sobre la visita de una delegación de empresarios siderúrgicos quienes firmaron un convenio con Siderúrgica del Orinoco, la participación del Secretario de Hacienda y Crédito Público, Pedro Aspe en una reunión de ministros de economía de América Latina y del director general del Banco de Comercio Exterior, Humberto Soto, quien anunció el otorgamiento de una línea de crédito por 50 millones de dólares para facilitar las importaciones de productos mexicanos a Venezuela.

a) Se concretó una cita con el director del periódico El Universal, Luis Teófilo Núñez y el Embajador Antonio de Icaza, a fin de incrementar y fortalecer la relación con ese medio de comunicación. Se organizó un encuentro entre directores y editores de medios de comunicación, con el Jefe de la Oficina de Asesores de la Presidencia de la República de México, José Córdoba Montoya y el Embajador.

2.- PUBLICACION DE INFORMACIONES EN MEDIOS DESTACADOS

PERIODICOS	INFORMACIONES
a) El Universal	45
b) El Diario de Caracas	41

b) Se apoyó a la delegación de prensa de la Presidencia de la República, previa y durante la visita del primer mandatario mexicano, Carlos Salinas de Gortari, quien asistió a la reunión del Grupo de los Tres.

c) Se asistió a la inauguración oficial de las oficinas de la empresa aérea Mexicana de Aviación, llevada a cabo en un hotel capitalino, a la cual fue invitado también el subdirector para América Latina de la Secretaría de Turismo, Jaime Kats.

d) Se realizó un viaje a Puerto Ordaz, en representación del Embajador, a fin de participar en la firma del convenio entre la empresa Altos Hornos de México y la Siderúrgica del Orinoco. A

esta junta se invitó al corresponsal del periódico mexicano Excelsior, Roberto Cienfuegos.

E) Se organizaron dos entrevistas con el embajador Antonio de Icaza con Venezolana de Televisión y el periódico Economía Hoy, con el primer medio para promover la Muestra de los Tesoros Virreinales que se exhibieron en el Centro Cultural Consolidado y con el segundo medio, para dar a conocer los avances y perspectivas del Grupo de los Tres.

F) Se mantuvieron reuniones con los periodistas: Carmen Amelia Mendoza, del Bloque de Armas, con Carlos Chávez, de El Universal, Ibsen Martínez de Radio Caracas Televisión y el Diario de Caracas, con Eduardo Sapene, director de Información de Radio Caracas Televisión, con los corresponsales mexicanos Roberto Cienfuegos y Alfonso Navarro, de Notimex y se dio atención al envío especial del periódico mexicano La Jornada Josexto Zaldúa.

G) Se organizó una conferencia de prensa con el Director General del Banco Nacional de Comercio Exterior, Humberto Soto, para explicar sobre el otorgamiento de una línea de crédito ofrecida por este banco a importadores venezolanos que deseen adquirir productos mexicanos.

H) Se asistió a la reunión de Evaluación de los Consejeros y Agregados de Prensa de México en el Extranjero, llevada a cabo en la Secretaría de Relaciones Exteriores y a la gira presidencial a través del estado de Chihuahua.

4.- COMUNICADOS ENVIADOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

A) EL PRESIDENTE MEXICANOS CARLOS SALINAS DE GORTARI REALIZARA UNA GIRA POR LATINOAMERICA

B) SE PRESENTO EN VENEZUELA EL GRUPO DE MUSICA ANTIGUA EUTERPE

C) FIRMARON CONVENIOS DE COORDINACION ACERERA ALTOS HORNOS DE MEXICO Y SIDERURGICA DEL ORINOCO

IMAGEN DE MEXICO MES DE JULIO

1.- ANALISIS INFORMATIVO

En este periodo se pudo apreciar un incremento sensible de la información publicada en los diversos medios de comunicación de este país. Del análisis realizado, se resume que se insertaron 272, de las cuales 226 son consideradas como positivas, 30 negativas y 16 imparciales.

Cabe destacar que dentro de este análisis contable no se incluyeron las informaciones transmitidas a través de la televisión y radio, por carecer de los elementos técnicos para poder efectuarlo, pero se pudo percibir una gran difusión a la información sobre México, en lo particular la relacionada a la gira efectuada por el presidente Carlos Salinas de Gortari a Europa y a la realización de elecciones en diversos estados del país.

Los medios de comunicación dieron especial relevancia a los siguientes temas:

a) Finalización del proceso de privatización del sistema bancario mexicano y las medidas económicas asumidas por la actual administración para disminuir la tasa inflacionaria, reducir tres ceros a la moneda y el afianzamiento del sistema empresarial e industrial nacional.

b) El encuentro realizado por el presidente Carlos Salinas de Gortari con el mandatario norteamericano, George Bush, en San Diego, California, en lo particular se destacó la postura asumida por el jefe de estado mexicano en relación a la decisión de la Suprema Corte de Justicia de ese

país, que afectaría las relaciones bilaterales.

c) La gira efectuada por el presidente Carlos Salinas de Gortari por diversas naciones de Europa y su participación en la II Cumbre Iberoamericana, celebrada en Madrid, España.

d) La celebración de comicios electorales en dos estados mexicanos, en la que resultó vencedor en uno de ellos el panista Francisco Barrios. En diversos medios se destacó la actitud de apertura del sistema político mexicano y la aceptación de la derrota por parte del "invencible" Partido Revolucionario Institucional".

e) Las reuniones celebradas en México y Colombia y las perspectivas del llamado Grupo de los Tres, en lo particular se resaltó lo beneficioso que resultará este acuerdo para la integración latinoamericana y el fortalecimiento de las economías de las tres naciones que integran este organismo.

f) Las negociaciones celebradas en México del tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. Se resaltaron las declaraciones del Secretario de Comercio, Jaime Serra Puche, en relación a que el petróleo quedaría excluido de las negociaciones y que el acuerdo será firmado cuando le convenga a México.

En cuanto a la temática considerada como poco favorable hacia nuestro país, se destacan los siguientes temas:

a) El cierre y conflicto desatado en la Volkswagen de México, que llevó a la empresa a un cierre temporal.

b) Las protestas y denuncias del Partido de la Revolución Democrática, (PRD) sobre supuestos fraudes en el proceso electoral celebrado en el estado de Michoacán. Estas informaciones fueron difundidas sobre todo en los periódicos

considerados como "sensacionalistas".

c) Cuestionamientos de grupos ecológicos, sindicales y políticos norteamericanos sobre la factibilidad y viabilidad de la firma del acuerdo de libre comercio con Estados Unidos y Canadá. Se difundió un artículo de la agencia REUTER en la cual se señala que México "ha abierto todas sus fronteras y productos en búsqueda de una firma rápida".

2.- DIFUSION DE INFORMACION DE MEDIOS IMPORTANTES

Durante este periodo los medios de comunicación más importantes de Venezuela difundieron la siguiente información sobre México:

PERIODICO	INFORMACION
a) El Universal	54
b) El Nacional	34
c) El Diario de Caracas	31
d) Economía Hoy	34

La televisora que mayor información difundió sobre México fue Radio Caracas Televisión, Canal 2.

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo se mantuvieron contactos y relaciones con representantes de los diversos medios de comunicación, asimismo se participó en diversos eventos a fin de apoyar la difusión de la imagen de México en Venezuela, a continuación se enlistan los principales eventos realizados durante el mes de julio:

a) Tras la celebración de la reunión sostenida entre el director General de Petróleos Mexicanos, y la Cámara de Diputados, se logró tener acceso al informe rendido por el funcionario mexicano, el

cual fue difundido y publicado de manera amplia por los diversos medios de comunicación de este país, en particular en El Universal, El Nacional y Economía Hoy.

b) Asimismo se difundió el discurso pronunciado por el presidente Carlos Salinas de Gortari, durante la II Cumbre Iberoamericana, celebrada en Madrid, España, en por lo menos tres medios.

c) Se participó en el Primer Encuentro de Periodistas Turísticos de Venezuela, a la cual asistió el presidente de la Corporación de Turismo, Victor Gamboa y el presidente del Círculo de Prensa Turístico, Levy Benhismol. En esa ocasión, el Consejero de Prensa dio a conocer los programas y metas que realiza el gobierno mexicano en materia de turismo.

d) Se mantuvieron reuniones con el nuevo director del periódico Economía Hoy, con el presidente y propietario de la estación de Radio KYS FM, con el periodista de El Universal, Carlos R. Chávez y se organizaron encuentros especiales con los articulistas Alfredo Toro Hardy y Alberto Muller Rojas, ambos colaboran en por lo menos cuatro medios de comunicación de este país.

e) Se tuvo una amplia conversación para concretar programas de intercambio y colaboración con la gerente para Sudamérica y el Caribe de la empresa Mexicana de Aviación.

f) Se asistió a la reunión celebrada entre empresarios venezolanos y mexicanos de la rama química, organizada por la Consejería Comercial, del Banco Nacional de Comercio Exterior.

4.- COMUNICADOS TRASMITIDOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

a) EL PRESIDENTE MEXICANOS CARLOS

SALINAS DE GORTARI PARTICIPO EN LA II CUMBRE IBEROAMERICANA CELEBRADA HOY EN MADRID, ESPAÑA

b) SE PRESENTA EL GRUPO MEXICANO DE DANZA " BARRO ROJO " EN VENEZUELA

c) DE ENERO A ABRIL, MEXICO CAPTO TRES MIL 954.4 MILLONES DE DOLARES POR CONCEPTO DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA

d) PEMEX SE FORTALECE A TRAVES DE SU MODERNIZACION: FRANCISCO ROJAS DIRECTOR GENERAL DE PETROLES MEXICANOS

e) PARTICIPO EL CONSEJERO DE PRENSA, DE LA EMBAJADA EN EL FORO DE PERIODISTAS TURISTICOS DE VENEZUELA

f) CONCLUYERON LAS NEGOCIACIONES MEXICO- ESTADOS UNIDOS

g) Asimismo se les envió a los diversos periodistas que cubren la fuente diplomática y económica la revista Comercio Exterior, que edita el Banco Nacional de Comercio Exterior y a los articulistas y editorialistas se les enviaron los discursos y actividades realizadas por el presidente Carlos Salinas de Gortari por Europa.

IMAGEN DE MEXICO MES DE AGOSTO

1.- RESUMEN INFORMATIVO

Durante este periodo se publicaron en los diversos medios de comunicación 181 informaciones

vinculadas a México, de las cuales 144 son consideradas de carácter positivo, 23 de carácter negativo y las restantes 20, imparciales.

Cabe destacar que durante este mes la prensa venezolana dio especial atención a la finalización de las negociaciones del acuerdo de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. Diversos medios de comunicación, en particular, Economía Hoy y Reporte, dedicaron suplementos especiales donde se analizó de manera profunda tanto el texto, como las posibles repercusiones que tendrá la entrada en marcha de dicho acuerdo, en lo particular hacia Latinoamérica.

Ligada a la finalización de las negociaciones del TLC, la prensa de este país las vinculó con las pláticas que sostienen México, Colombia y Venezuela para alcanzar un acuerdo de libre comercio a finales de año, según propuestas realizada por los mandatarios de estas naciones. Sin embargo las repercusiones no fueron lo positivas que se esperaban. De alguna manera se ha intentado ubicar a México como desinteresado en concluir los acuerdos con Colombia y Venezuela o alterarlos para que sean compatibles con el TLC.

También se dio cobertura a la firma del acuerdo marco que firmó México con los países Centroamericanos, a fin de que en breve tiempo se puedan establecer acuerdos de libre comercio con cada una de las naciones de la región.

Se dio especial cobertura a la firma de renovación del Pacto de San José, realizada en forma simultánea entre México y Venezuela, a fin de continuar con el apoyo petrolero a las naciones Centroamericanas y del Caribe a través de este convenio. Se destacaron las ventajas otorgadas por ambas naciones a los países de la región y de los beneficios que el mismo ha reportado.

Por otra parte, se publicaron informaciones

vinculadas al supuesto fraude electoral producido en el estado de Michoacán, destacándose la puesta en marcha de prácticas viciadas en los comicios, compra de espacios periodísticos, entre otras. Estas informaciones fueron destacadas, sobre todo, en diarios de tendencia sensacionalista. Asimismo se dio cobertura informativa al conflicto surgido en la Volkswagen, en la que se dio un fallo favorable a la empresa para desconocer el contrato colectivo de trabajo y reiniciar nueva contratación.

2.- PRINCIPALES PERIODISCOS DE VENEZUELA QUE DIFUNDIERON INFORMACION SOBRE MEXICO

Periódico	Información
El Universal	34
Economía Hoy	22
Diario de Caracas	22
El Nacional	19

3.- ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo se participó en una entrevista en Radio Tiempo, con el periodista Carlos Chávez, en su programa especializado en materia Económica, en la cual se dieron detalles específicos de los esfuerzos realizados por la actual administración en esa materia.

Se mantuvieron reuniones con el director de la Prensa de la Presidencia de la República, Roberto Giusti y con el jefe de la Oficina Central de Información, José Angel Zambrano, a fin de mantener el contacto y las relaciones con las entidades gubernamentales que dirigen la comunicación oficial de Venezuela.

También se asistió al inicio de las transmisiones de Radio Caracas Radio, emisión radiofónica que modificó sustancialmente su programación, ya que a partir de agosto estará dedicada a la difusión

de noticias. En esa ocasión el Consejero de Prensa fue entrevistado "en vivo" por el director de la emisora y se tiene la perspectiva de realizar un programa especial sobre México, una vez por semana en esa emisora.

Se realizaron entrevistas con el Comité Organizador del Primer Seminario Iberoamericano de Turismo, Mexiven 92', a quienes la Embajada de México apoyó para la realización del evento, en lo particular para la realización de una conferencia de prensa y la difusión de su material informativo.

4.- COMUNICADOS EMITIDOS DURANTE ESTE PERIODO A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

a) .- EL COMITE JURIDICO CONSIDERO COMO CONTRARIO AL DERECHO INTERNACIONAL LA DECISION DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE EU SOBRE SECUESTRO EN EL EXTRANJERO

b) LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ MEXICANA TENDRA UN CRECIMIENTO ANUAL DEL 10 POR CIENTO HASTA 1995

c) MENSAJE DEL PRESIDENTE CARLOS SALINAS DE GORTARI AL CONCLUIR LAS NEGOCIACIONES DEL TLC

IMAGEN DE MEXICO DE SEPTIEMBRE

I.- EVALUACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Durante el mes de septiembre los diversos medios de comunicación impresos de Venezuela publicaron un total de 183 informaciones vinculadas con México, de las cuales 138 son consideradas como positivas; 11 negativas y 34 imparciales.

Cabe señalar que los principales temas que predominaron en los diversos medios de comunicación durante el periodo analizado fueron:

a) Reunión de los presidentes de México, Estados Unidos y Canadá, en la ciudad de San Antonio, Texas para rubricar el acuerdo de Libre Comercio de América del Norte. La mayoría de los medios de comunicación de este país destacaron de manera importante este evento, ya que significa el inicio de las gestiones para otras naciones de la región de alcanzar acuerdos similares que apoyen y estimulen sus economías.

b) Cuáles se esperan sean las repercusiones hacia América Latina una vez puesto en marcha el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. En este sentido se destacó la posibilidad del grado de integración y facilitación de participación en nuevos mercados.

c) Realización y participación de la Subsecretaria Rosario Green en la reunión Ministerial del Sistema Económico Mexicano. En lo particular se destacó los efectos y repercusiones del Tratado de Libre Comercio y las nuevas políticas que deberán regir en materia comercial en la región.

d) El avance y negociaciones que vienen realizando México, Venezuela y Colombia para la integración del llamado Grupo de los Tres. Esta temática ha venido a ocupar importantes espacios en los diversos medios de comunicación. Se han destacado los encuentros celebrados tanto en México como en Colombia, declaraciones de diversas agrupaciones industriales, comerciales y del sector agropecuario, quienes se han manifestado por la firma, pero que la integración se realice en forma paulatina, dadas las asimetrías que existen entre las economías de las naciones sudamericanas en relación con la mexicana. Asimismo se destacaron las declaraciones vertidas por el

Embajador Antonio de Icaza, en una reunión organizada por la empresa consultora VENECONOMIA.

Se dio a conocer también la posible reunión presidencial de los mandatarios que conforman el Grupo de los Tres con las naciones Centroamericanas, donde se dijo, se analizarían los esfuerzos que se vienen realizando para apuntalar las economías centroamericanas.

e) Se difundió de manera amplia, tanto en Caracas como en otras ciudades del país, la celebración del 182 aniversario de la independencia de México. Se dio especial realce a las fiestas organizadas por la Embajada de México.

f) En Lo que se refiere al aspecto cultural, se informó sobre la Feria del libro de Frankfurt, Alemania, la cual sería dedicada a México.

II.- DIFUSION DE NOTAS DE MEXICO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION MAS DESTACADOS

PERIODICOS	INFORMACIONES
a) El Universal	33
b) El Nacional	24
c) Economía Hoy	21
d) Diario de Caracas	20

Fuentes Informativas

Agencias Internacionales: 101 Informaciones
Periodistas Locales: 75 informaciones
Articulistas Locales: 3 informaciones

III.- ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

a) Se organizó una reunión de trabajo entre los corresponsales de los medios de comunicación de

México, acreditados en este país con el director de Información de la Presidencia de la República, Roberto Gusti.

b) Se asistió, por invitación expresa del Ministerio de Turismo de Venezuela, al Primer Encuentro de Editores del Mundo Especializados en Turismo; durante este encuentro se dieron a conocer los avances que ha logrado realizar México en el sector turístico.

c) Durante la participación de la Subsecretaria de Relaciones Exteriores, Rosario Green, en la reunión ministerial del Sistema Económico Latinoamericano, se organizó una entrevista en el programa de televisión "IMPACTO", que se trasmite a través de VENEVISION. Asimismo se organizó una conferencia de prensa con los corresponsales de los medios de comunicación de México, acreditados en este país.

e) Se participó en la ciudad de Barquisimeto en la celebración del Grito de Independencia.

f) Se organizó una reunión de trabajo en la residencia oficial de la Embajada con el director del periódico Excelsior, Regino Díaz Redondo, en la que participaron, el Embajador de México, Antonio de Icaza; el Ministro de la Oficina Central de Información, José Angel Zambrano; el director de Información de la Presidencia, Roberto Gusti y el Corresponsal de Excelsior, Roberto Cienfuegos.

g) Se asistió a la reunión sobre análisis y Perspectivas del Grupo de los Tres, organizada por la empresa consultora VENECONOMIA, en la que participó el Embajador, Antonio de Icaza

IV.- COMUNICADOS ENVIADOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

a) LA EMBAJADA DE MEXICO EN

VENEZUELA CONMEMORA EL 182 ANIVERSARIO DE LA INDEPENDENCIA DE MEXICO

b) EL GRUPO DE LOS TRES CONSTITUYE UNA REALIDAD DENTRO DEL PROCESO DE INTEGRACION LATINOAMERICANA: DE ICAZA

c) MEXICO Y VENEZUELA FORTALECEN SUS VINCULOS DE AMISTAD E INTEGRACION: ROSARIO GRENN.

IMAGEN DE MEXICO OCTUBRE

Durante este periodo, los diversos medios de comunicación de Venezuela difundieron un total de 227 informaciones vinculadas con México; de las cuales 162 se consideran positivas, 11 negativa y las restantes 54, imparciales.

Cabe hacer notar, el incremento de la información clasificada como "imparcial" en este periodo obedece a la atención que han prestado los diversos medios de comunicación sobre informaciones relacionadas con las negociaciones que realiza México, Venezuela y Colombia, dentro del Grupo de los Tres. Ante la inminente posibilidad de un acuerdo entre estas naciones para alcanzar en el mes de diciembre para liberar los comercios, diversos sectores, tanto públicos como privados, han emitido sus puntos de vista sobre la actitud que debe asumir Venezuela en esta negociación.

Principales Temas

a) Uno de los principales temas que ha predominado en la prensa venezolana, ha sido las negociaciones del Grupo de los Tres. Existe una preocupación por parte de los industriales, comerciales y empresarios

venezolanos ante la futura apertura comercial con México, dada la asimetría económica que existe entre ambos países. Por ello, la mayoría de las informaciones destacan los puntos de vista de estos sectores que demandan prudencia en las negociaciones y evitar que por las prisas se corra el riesgo de obtener un documento que podría ser dañino para la industria venezolana.

b) También obtuvieron espacios importantes en la prensa, las declaraciones del candidato Demócrata a la Presidencia de la República de los Estados Unidos William Clinton quien se pronunció a favor de las negociaciones que realiza su país con México y Canadá para la firma de un acuerdo de libre comercio. En esta misma temática, se destaca la firma llevada a cabo en San Antonio, Texas, donde los mandatarios de las tres naciones (inicializaron) el acuerdo comercial, para dar paso ahora a la revisión que los Congresos tendrán que hacer para su ratificación y puesta en marcha.

c) En cuanto a información interna de México, los medios de comunicación destacaron la firma de la continuación del Pacto para la Estabilidad y Crecimiento Económico, en el que participa el sector obrero, empresarial y el gobierno de la República; también se dieron a conocer la situación económica de México, en lo particular se dio especial énfasis a las exportaciones de crudo, al fuerte déficit comercial que enfrenta el país; el crecimiento y fortalecimiento de las maquiladoras.

d) En cuanto a la actividad presidencial, se informó sobre la reunión que tuvo el presidente Carlos Salinas de Gortari con la Premio Nobel de la Paz y la visita del presidente de Argentina, Carlos Menen.

e) Se difundió la postura del gobierno mexicano frente a la aprobación de la Ley Toricelli por parte del gobierno de Estados Unidos y la llegada de un hondureño a México, quien había secuestrado al

Ministro del Interior de Costa Rica.

f) Por otra parte, se publicaron informaciones vinculadas a los diversos procesos electores regionales llevados a cabo en el país, así como la renuncia del gobernador de Michacán, tras la violencia electoral desatada en esa entidad mexicana.

DIFUSION DE INFORMACION DE MEXICO EN PRINCIPALES MEDIOS

PERIODICOS	INFORMACION
a) EL UNIVERSAL	50
b) EL NACIONAL	33
c) EL DIARIO DE CARACAS	45
d) ECONOMIA HOY	35

ACTIVIDADES Y COMUNICADOS DIFUNDIDOS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo se enviaron a los diversos medios de comunicación los siguientes boletines de prensa:

a) Se presenta en Caracas Danza Folclórica de México

b) Con gran éxito se presentó en el Teatro Teresa Carreño la Compañía Nacional de Danza Folclórica de México

c) Segundo Seminario Sobre Oportunidades de Negocios en la Gran Cuenca del Caribe

IMAGEN DE MEXICO MES DE NOVIEMBRE

1.- EVALUACION DE LOS MEDIOS DE

COMUNICACION

En este periodo los diversos medios de comunicación difundieron 181 informaciones vinculadas con México, de las cuales se puede destacar que 115 son positivas; 12 negativas y 54 imparciales.

Es importante hacer notar que nuevamente las informaciones imparciales se mantuvieron en parecido número que el mes pasado y esta persistencia obedece también a las razones del periodo anterior. Los medios locales de información han dado relevancia a las negociaciones que se vienen desarrollando entre México, Venezuela y Colombia, dentro del Grupo de los Tres. Sin embargo en esta ocasión la temática recurrente fue la postergación por parte de México, de la firma del acuerdo que estaba programado, según mandato presidencial, para el mes de diciembre.

Entre los motivos que se señalan se encuentra el cambio de "negociador" principal realizado en el gobierno mexicano, ya que por motivos de salud el subsecretario Pedro Noyola tuvo que ceder su lugar a Herminio Blanco. Sin embargo comentaristas y personeros del gobierno e iniciativa privada, comentan que ante el triunfo del demócrata William Clinton, en las recientes elecciones en Estados Unidos, México tendría que esperar para consolidar primero el Acuerdo de Libre Comercio en el mercado norteamericano, para determinar cuáles serán los pasos que dará "hacia el sur".

En este contexto, las informaciones de prensa en Venezuela destacan que esta postergación podría ser benéfica para algunos sectores productivos del país, que aún no se encuentran listos para poder entrar a un mercado de libre comercio con México y Colombia, en lo particular con nuestro país, dadas las asimetrías que en materia industrial y económica, existen entre los dos países.

2.- INFORMACION DESTACADA

a) En los diversos medios de comunicación se difundió de manera amplia el IV informe del presidente de la República, Carlos Carlinas de Gortari, destacándose sobre todo los alcances que ha logrado el país en materia económica. El informe se envió a los diversos medios de comunicación, en particular a articulistas, quienes realizaron informaciones positivas sobre el balance anual del presidente.

b) Los diversos medios de comunicación destacaron de manera importante la realización de la Feria Internacional del Libro en Guadalajara. Con este motivo, el diario El Nacional inició la publicación del Periodilibro, que coedita de manera conjunta el Fondo de Cultura Económica de México y la UNESCO. En esta primera edición se publicaron obras de Juan Rulfo. Asimismo viajó a la ciudad de Guadalajara, el director de ese medio de comunicación, a fin de asistir a la reunión de editores de periódicos Iberoamericanos, que será encabezada por el presidente Carlos Salinas de Gortari.

c) También se destacó la presencia del intelectual mexicano Emilio Carballido, quien participó en una reunión de Teatro Latinoamericanos, la presencia de representantes del sector cinematográfico de México, quienes asistieron al certamen de cine de cortometraje Latinoamericano y la celebración de una reunión sobre Arquitectura mexicana.

d) En cuanto a información interna de México, se destacó el auge de la economía mexicana, el apoyo brindado por el presidente electo de Estados Unidos a las negociaciones para el establecimiento de un acuerdo de Libre Comercio, que incluiría a México y Canadá y en lo particular se destacó la posición mexicana en el sentido de que se deberán mantener

los tiempos para su aprobación y la no renegociación del propio acuerdo con la nueva administración.

e) Por otro lado, se publicaron información sobre los disturbios ocurridos en Matamoros, Tamaulipas, tras el proceso electoral de esa entidad, donde la violencia y los enfrentamientos substituyeron a las negociaciones y el conteo de votos. Asimismo se dieron a conocer los resultados de las elecciones en diversas entidades del país.

3.- INFORMACION DE MEXICO EN PRINCIPALES MEDIOS

PERIODICOS	INFORMACION
a) EL UNIVERSAL	27
b) EL NACIONAL	36
c) ECONOMIA HOY	27
d) DIARIO DE CARACAS	24

4.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo, el Consejero de Prensa mantuvo reuniones de trabajo con el director del Diario 2001, Apolinar Martínez; con Pedro Antonuccio, Oficial Encargado de Información del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados; con el subdirector del periódico Economía Hoy, medio de comunicación que ha solicitado el apoyo de esta Embajada para vincularse con periódicos económicos de México y con el Gerente de Producción de Radio Caracas Radio, Victor Avilán.

Asistió en representación del Embajador, a la reunión anual de Exalumnos del Tecnológico de Monterrey, celebrada en la ciudad de Valencia y la cual contó con la participación de representantes de esa casa de estudios de México.

Fue entrevistado en el programa de Radio "Tiempo

Económico" del periodista Carlos R. Chávez, el cual se trasmite todos los martes por la emisora Radio Tiempo y tiene una duración de una hora. La plática giró en torno a los avances que ha logrado México en materia económica, destacándose lo señalado por el presidente en su IV Informe de Gobierno.

5.- COMUNICADOS ENVIADOS A LA PRENSA

a) MEXICOPARTICIPA EN EL V ENCUENTRO DE MINISTROS DE CULTURA Y RESPONSABLES DE POLITICAS CULTURALES DE AMERICA LATINA Y EL CARIBE

b) EL PRESIDENTE DE MEXICO RINDIO SU IV INFORME DE GOBIERNO

c) LA EMBAJADA DE MEXICO DIO APOYO A CONNACIONALES EN VENEZUELA

d) Se envió también la revista Comercio Exterior, que edita el Banco Nacional de Comercio Exterior

IMAGEN DE MEXICO MES DE DICIEMBRE

1.- INFORMACION DE PRENSA

Durante este periodo se apreció un incremento sustancial de la información vinculada con México, en relación a los dos meses anteriores, publicada en los diversos medios de comunicación. En total se insertaron 286 notas, de las cuales 215 son consideradas positivas, 26 negativas y 45 imparciales.

Los principales temas que fueron destacados por los medios de comunicación de Venezuela, fueron:

a) La reunión del Grupo de Río, celebrada en la ciudad de Buenos Aires, en la que participó el presidente Carlos Salinas de Gortari. La firma del Tratado de Libre Comercio, celebrada en forma conjunta el 17 de diciembre tanto en México, Estados Unidos y Canadá; el evento fue transmitida por televisión y radio. Se publicó los avances que en materia política económica y social ha realizado el mandatario mexicano.

b) Se destacó en los medios impresos y televisivos la postura de México en la reciente reunión de la Organización de Estados Americanos (OEA), que rechazó en forma tajante las modificaciones realizadas a la carta de ese organismo regional. En los comentarios, se indicó que era esperada la posición de México, que en forma histórica ha rechazado la injerencia en asuntos internos de otros países.

c) El fallo dado por un juez de Los Angeles, California, quien declaró inocente al doctor mexicano Humberto Alvarez Machain, secuestrado en México hace dos años, por estar presuntamente vinculado con la tortura y muerte del agente de la DEA, Enrique Camarena. Asimismo se informó sobre su llegada a México, y la respuesta dada por la Cancillería mexicana, que mostró su satisfacción por la puesta en libertad del connacional, pero dejó claro que de ninguna manera el fallo del juez estuvo vinculado a la ilegalidad en la que actuaron las autoridades estadounidense, al haber secuestrado a Alvarez Machain.

d) Asimismo todos los medios de comunicación difundieron resúmenes sobre la actividad económica realizada por América Latina durante 1992. En éstos se destacó a México como país que logró mayores avances y estabilidad en este sector, al reducir su inflación, desempleo, una importante apertura comercial y establecer vínculos comerciales más estrechos con naciones desarrolladas.

e) En el terreno cultural, se difundió de manera profusa la celebración de la Feria Internacional de Libro en Guadalajara, para lo cual algunos medios destacaron enviados especiales, a fin de cubrir los incidentes de este evento. En el prestigiado periódico El Nacional, se indicó que la feria se ha transformado en el evento cultural más importante de América Latina. Asimismo, México participó en la Primera Feria Internacional del Libro en Caracas, a la cual asistieron diversas editoras nacionales, así como escritores, poetas y literatos mexicanos, quienes ofrecieron una perspectiva sobre la actividad cultural de nuestro país.

También se difundió de manera amplia los triunfos alcanzados por el cine mexicano tanto en los festivales celebrados en Cuba, como en Europa, al lograr películas como "La Tarea", premios importantes.

f) El periódico El Universal reanudó la publicación de extractos del suplemento especial del cotidiano mexicano Excelsior "Historia del Continente Americano", que se incluye todos los domingos en la página dos del citado medio de comunicación.

g) Los medios de comunicación continuaron prestando especial atención al proceso de negociaciones que llevan a cabo México, Venezuela y Colombia, dentro del llamado Grupo de los Tres, al fin de alcanzar para febrero de 1993 un acuerdo que permita establecer un tratado de libre comercio. Sin embargo en esta ocasión, los análisis fueron más positivos hacia la postura que ha mostrado México para negociar, en relación a meses anteriores en los que se calificó la postura de nuestro país como evasiva y poco seria, al haber cancelado en dos ocasiones reuniones técnicas para llegar al final de la negociación.

h) En otro orden de cosas, los periódicos publicaron las declaraciones vertidas por testigos en el juicio

que se le siguió a Alvarez Machaín y a Zurno Arce, en la que vincularon a Manuel Barlett Díaz; al exsecretario de la Defensa, Arevalo y al ex Procurador General de la República, Alvarez del Castillo, de estar vinculados al narcotráfico y de haber estado presentes en la muerte del exagente de la DEA, Enrique Camarena. Asimismo se difundieron los hechos de violencia registrados en el estado de Michacán, tras la celebración de los procesos electorales para el cambio de los poderes municipales.

2) DIFUSION EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACION

PERIODICOS	NOTAS
El Universal	56
El Nacional	48
Diario de Caracas	38
Economía Hoy	29

3) ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

a) Se efectuaron reuniones con los periodistas que cubren las fuentes de diplomacia, turística, económica y con los corresponsales mexicanos acreditados en Venezuela.

b) Se asistió a la reunión anual de la Asociación de Corresponsales Extranjeros.

c) Se asistió al "brindis" de fin de año ofrecido por el presidente de la República, Carlos Andrés Pérez, a los representantes de los medios de comunicación tanto nacionales como internacionales.

d) Se "cubrió" la conferencia del embajador de

México, Antonio de Icaza, ofrecida en la Academia Diplomática de Venezuela, sobre la relación comercial de México con Estados Unidos y Canadá, y hacia Latinoamérica. Para tal efecto se realizó un boletín de prensa que se difundió a los diversos medios de comunicación.

e) Se mantuvo una entrevista con el Ministro-director de la Oficina Central de Información, José Angel Zambrano quien expresó su interés por conocer la organización que ha establecido el gobierno mexicano en materia de comunicación social. En la reunión externó su deseo de viajar a México a fin de mantener entrevistas con funcionarios encargados de esas áreas.

f) Se apoyó la labor periodística de los enviados especiales del periódico Uno Más Uno, Patricia Hernández y de la revista Epoca, Víctor Manuel Juárez, quienes viajaron a este país para "cubrir" los incidentes post golpe del 27 de noviembre y las elecciones regionales del 6 de diciembre.

4.- COMUNICADOS ENVIADOS A LOS MEDIOS DE DIFUSION

1) LA INTEGRACION LATINOAMERICANA ES PARA MEXICO UN IMPERATIVO: ANTONIO DE ICAZA

2) MEXICO PARTICIPA EN LA I FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO EN CARACAS

3) RESUMEN DE LA ACTIVIDAD ECONOMIA DE MEXICO, PUBLICADO POR LA REVISTA MEXICANA TIEMPO.

5.- RESUMEN DE 1992

Durante este año, los diversos medios de comunicación de Venezuela dieron un trato muy favorable hacia nuestro país. Sin duda el tema

económico fue el que predominó en las informaciones difundidas durante este periódico.

En 1992 se publicaron un total de 2,511 notas, de las cuales fueron informaciones positivas 1,916, que representaron el 76.31%; negativas, 257 que significaron el 10.23% y 338 imparciales, que son el 13.46%.

Asimismo durante este año se enviaron a los diversos medios de comunicación 65 boletines de prensa que dieron cuenta de la actividad desarrollada por la Embajada en Venezuela; todos los meses fueron enviados a periodistas, revistas como Comercio Exterior, que edita el Banco Nacional de Comercio Exterior; Ciencia y Tecnología que edita el CONACYT, discursos del presidente de la República, del Secretario de Relaciones Exteriores, de Comercio y Fomento Industrial, Hacienda y Crédito Público, de Turismo; informes especiales sobre la situación económica, social y política de México.

Se estrecharon de manera especial las relaciones con los representantes de los medios de comunicación tanto nacionales como internacionales. Se organizó, por primera vez, una caravana de prensa que asistió al XVII Tianguis Turístico, celebrado en el puerto mexicano de Acapulco en el mes de junio; se mantuvieron más de 150 reuniones con periodistas, editores, dueños de periódicos, revistas, estaciones de radio y televisión. Se participó en programas de radio y televisión; se organizaron conferencias de prensa para difundir la actividad turística mexicana y se atendieron invitaciones a fin de dar pláticas o conferencias sobre la situación actual de México y la actividad periodística nacional.

Se dio especial apoyo a los representantes de los medios de comunicación de México, quienes asistieron a la gira de trabajo que realizó el presidente Carlos Salinas de Gortari a Venezuela

para asistir a la reunión del Grupo de los Tres; se difundió la visita que efectuó el canciller Fernando Solana para dar el respaldo de la comunidad latinoamericana al presidente Carlos Andrés Pérez, tras la intentona golpista del 4 de febrero; se atendió y dio todo el apoyo para la realización de sus actividades profesionales a los enviados de prensa mexicana que acudieron a este país tras los intentos de golpes de Estado perpetrados el 4 de febrero y el 27 de noviembre.

6.- ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN VENEZUELA

Durante 1992 el gobierno venezolano ha enfrentado en dos ocasiones intentos por ser destituido de manera violenta, en la primera por un grupo de militares y, en la segunda, por militares y civiles pertenecientes a organizaciones políticas de izquierda. Tras los intentos de "golpe de Estado", la administración del presidente Carlos Andrés Pérez han suspendido la garantía constitucional de Libertad de Expresión, dando como resultado un fuerte enfrentamiento entre los representantes de los medios de comunicación, altamente politizados y el propio gobierno.

Recientemente el Programa Venezolano de Educación-Acción en Derechos Humanos (PROVEA), difundió un informe anual sobre la Situación de los Derechos Humanos en este país, y publicado por el diario El Nacional, periódico que se ha manifestado contrario a la administración del presidente Carlos Andrés Pérez, en el cual el organismo concluye que "existen elementos suficientes para afirmar que el gobierno ha quebrantado el Estado de Derecho y violado con frecuencia preocupante el derecho a la libertad de expresión, infringiendo un conjunto de reglamentos y leyes, atropellando e intimidando la acción efectiva de los periodistas y de los medios de comunicación e ignorando las denuncias que al respecto elevaron los afectados".

Al realizar un balance de la vinculación medios de comunicación-gobierno, durante 1992, PROVEA afirma que el gobierno ha optado por una política que viola y obstaculiza abiertamente el derecho de expresión, así como el de la población a estar bien informada. En este sentido, indica, que además de los 125 casos de trabajadores de la comunicación que fueron agredidos de distintas formas, los medios de comunicación y, especialmente los programas de radio de opinión, fueron objeto de suspensión, allanamientos, amenazas, censura y hasta "visitas intimidatorias" por parte de funcionarios públicos.

De las 33 acciones de censura registradas a lo largo del período, 32 de ellas se realizaron luego del intento golpista del 4 de febrero, una vez que Luis Piñerúa Ordaz y José Angel Zambrano, fueron designados ministros de Relaciones Interiores y de la Oficina Central de Información, respectivamente. 18 de estas acciones se produjeron durante la suspensión de las garantías al primer intento golpista. A esa fecha, corresponden los diversos recursos y estrategias utilizadas por el Estado "para intimidar y censurar a medios y periodistas" como fueron los cateos a los diarios El Nacional, El Nuevo País, la revista Zeta (ambos pertenecientes al periodista Rafael Poleo, quien abiertamente ha manifestado su rechazo al presidente Carlos Andrés Pérez, al grado que en la actualidad se encuentra refugiado en Estados Unidos) y al diario de provincia De Frente, así como la persecución e intimidación a sus editores y jefes de prensa y principales periodistas.

En el mismo clima de suspensión de garantías, las emisoras de radio Rumbos y YVKE Mundial, vivieron de cerca la mirada de los censores e incluso con pleno derecho a la libertad de expresión (el 4 de abril) la última estación debió acatar una medida de cierre por 8 días por haber transmitido "mensajes que incitaban a la rebelión y al irrespeto

... de la ...

... de la ...

... de la ...

En la ...

... de la ...

... de la ...

... de la ...

... de la ...

... de la ...

a las instituciones y autoridades legítimas, contribuyendo a entorpecer la acción de la justicia, con un contenido sensacionalista y tendencioso”.

En el mismo informe de PROVEA, se indica que el punto sensible para las autoridades gubernamentales, lo constituía la incursión, en cualquier medio de comunicación, de entrevistas con participantes o simpatizantes del intento golpista del 4 de febrero o de dirigentes o personalidades críticas a la gestión del presidente Pérez, ante el cual el medio se exponía a medidas retaliativas.

Sobre este punto giraron nuevas agresiones, esta vez reconocidos periodistas como es el caso de José Vicente Rangel y Alexis Rojas. En el primer caso, un tribunal militar ordenó la suspensión y prohibición del programa “José Vicente Hoy” del día 30 de agosto en el cual se le hacía una entrevista al líder de los sublevados del 4 de febrero. En el segundo caso, el Ministerio de Transporte y Comunicación, suspendió el programa radial “Juicio A la Noticia”, desde el 23 de septiembre hasta el 29 del mismo mes, basados en la transmisión de “cosas incorrectas” y de “hacerse apología al delito”. En este caso, el periodista había difundido “en vivo” la opinión de la gente en la calle sobre el atentado realizado contra el presidente de la CTV (Central de Trabajadores de Venezuela).

En la misma fecha fue suspendido el espacio radial del periodista Domingo Blanco: “El sonido de la verdad” y recibieron amenazas de suspensión de sus programtas los periodistas Martín Pacheco, Napoleón Bravo y Fernando Silva.

PROVEA indica que también se efectuaron a periodistas intimidaciones mediante anónimos, intervención de teléfonos, allanamientos y detenciones a comunicadores que trataban “temas sensibles en sus publicaciones”.

Agrega que otro de los medios empleados para

ejercer presión y amedrentar a medios de comunicación y periodistas, es el uso de recursos judiciales, tales como juicios en la jurisdicción ordinaria y militar o citaciones a declarar en averiguaciones abiertas en tribunales. PROVEA constantó 23 casos de citaciones a periodistas en tribunales, 15 de ellas luego del 4 de febrero, de los cuales 4 corresponden a citaciones giradas por tribunales militares.

A estas cifras “hay que sumarle los excesos cometidos por el Estado contra medios durante y después del segundo intento de golpe de Estado, el pasado 27 de noviembre. La real audiencia que captó la populosa emisora Radio Rumbos esa mañana, fue el mejor testigo del más difundido atropello a un medio electrónico que se haya realizado en la historia democrática del país. La medida se concretó el pasado 11 de diciembre cuando el Ministerio de Transporte y Comunicaciones dictó la suspensión por ocho días de transmisión total de la emisora”, señala el organismo.

INFORMES DE ACTIVIDADES DE 1993

IMAGEN DE MEXICO MES DE ENERO

1.- RESUMEN DE INFORMACION DE PRENSA

En el mes de enero se pudo apreciar un incremento sustancial de las informaciones vinculadas con México, las cuales fueron insertadas en los diversos medios de comunicación. En total se publicaron 259 notas, de las cuales 189 fueron positivas; 20 negativas y 50 imparciales.

2.- TEMATICA DE LA INFORMACION 2.1. INFORMACION PRESIDENCIAL

Durante este periodo, los diversos medios de comunicación, tanto impresos como electrónicos, dieron especial importancia a la actividad desarrollada por el presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari. Se difundieron los cambios de gabinete registrados a principio de este mes; la entrevista realizada con el mandatario estadounidense, William Clinton; el avance que su administración ha alcanzado en materia económica.

A principios de mes, el periódico El Universal difundió a dos planas una entrevista hecha por un medio de comunicación norteamericano al presidente Salinas, días antes de su encuentro con William Clinton. En la conversación, el mandatario mexicano destacó los avances que México ha alcanzado en materia económica, política y social, así como las perspectivas de la nueva relación con Estados Unidos y la firma del acuerdo de libre comercio.

Asimismo a finales de mes se difundió en Radio Caracas Televisión, el programa de televisión realizado por la cadena Telemundo- CNN, denominado " El Gran Debate", en el que

participaron los presidentes de México, Carlos Salinas de Gortari; de Colombia, Cesar Gaviria y de Argentina, Carlos Menen. Durante una hora los mandatarios entrevistados vía satélite, se refirieron al Tratado de Libre Comercio de América del Norte; las perspectivas de la relación América Latina con Estados Unidos, tras la asunción de William Clinton; las relaciones con Cuba y las perspectivas de integración regional.

2.2. INFORMACION ECONOMICA

a) Los medios de comunicación dieron a conocer las cifras a nivel Latinoamericano sobre el avance registrado en las economías de los países de la región, se destacó de manera particular la disminución significativa de las tasas de inflación de México, durante 1992, así como del desempleo y las perspectivas alentadoras para 1993.

b) Los diversos medios difundieron prácticamente durante todo el mes, amplia información sobre las negociaciones que realizan México, Venezuela y Colombia dentro del llamado Grupo de los Tres, para la integración de una zona de libre comercio, así como los programas de cooperación que de manera trilateral establecerán con Centroamérica, de cara a la cumbre presidencial a llevarse a cabo los días 11 y 12 de febrero en Caracas.

c) Los nuevos descubrimientos petrolíferos y la reestructuración llevada a cabo por Petróleos Mexicano (PEMEX), que incluiría asociación con capitales extranjeros, también fue abordado por la prensa nacional.

d) En las evaluaciones económicas, se difundió los logros alcanzados por México en materia turística, tras haber recibido durante 1992 cerca de 6.2 millones de visitantes extranjeros que dejaron una derrama cercana a los 4 mil millones de dólares.

e) Se difundió también la entrada en vigor del nuevo peso mexicano, que según informaciones de las agencias internacionales, ha provocado serios trastornos en el sistema financiero nacional y podría provocar incremento en la inflación, ya que muchos comerciantes se habrían aprovechado de la "reacción psicológica" de la población de la reducción de los tres ceros y aumentarían los precios de los productos.

2.3. INFORMACION GENERAL

a) El periódico El Universal continuó difundiendo todos los domingos, a una plana, sustrato del suplemento del periódico mexicano Excelsior, "Historia del Continente Americano", en el cual se incluyen firmas de especialistas mexicanos y del resto de América Latina.

b) Tanto los medios impresos como electrónicos difundieron de manera amplia las inundaciones registradas en el norte de México, durante las cuales se vieron afectadas, principalmente, las ciudades de Tijuana y Mexicali, y que obligaron al gobierno de la República a poner en marcha diversos programas de emergencia para la atención de la población.

c) También los medios dieron especial relevancia al retorno de miles de guatemaltecos que estaban refugiados en el sur de México.

3.- DIFUSION EN MEDIOS IMPORTANTES

PERIODICOS INFORMACIONES

a) EL UNIVERSAL	42
b) DIARIO DE CARACAS	42
c) ECONOMIA HOY	35
d) EL NACIONAL	28

4.- ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA

CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo se mantuvieron amplias entrevistas con diversos representantes de los medios de comunicación de Venezuela, entre los que se encuentran:

a) Entrevista con el presidente del Grupo Unión Radio, Sergio Gómez, consorcio radial que cuenta con 33 emisoras en el país, así como importantes programas de opinión.

b) Encuentro con el jefe de la sección internacional del periódico El Globo, con quien se concertó una serie de colaboraciones por parte de la Embajada para ser difundidas a través de ese medio de comunicación.

c) Reunión de trabajo con el editor de Venezuela Internacional, José Hidalgo y el representante de la Oficina de Asuntos Especiales de la Organización Cisneros, Pablo Oropeza a quienes se le brindó todo el apoyo a fin de realizar un programa sobre México. Este programa se difundirá por Canal 4, previo a la cumbre de los países del G-3, y que incluiría dos entrevistas con el presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, con representantes del sector privado nacional y con el Embajador de México en Venezuela, Antonio de Icaza.

d) Organización de un encuentro informal con la periodista del Diario de Caracas, Marianella Durán y el Embajador Antonio de Icaza, a fin de conversar sobre la próxima reunión del Grupo de los Tres, en la que participará el mandatario mexicano, Carlos Salinas de Gortari.

e) A través de una invitación del director de la Oficina de Prensa, se asistió a la primera conferencia de prensa de 1993, del presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez. Durante el encuentro el mandatario venezolano se refirió a la reunión del Grupo de los Tres y el apoyo que ha dado su país

a las negociaciones que ha realizado México con Estados Unidos y Canadá para alcanzar una zona de libre comercio.

f) Entrevista con la jefa de la sección internacional del periódico El Nacional, Cenovia Casas, con quien se habló acerca de las perspectivas del Grupo de los Tres.

g) Reunión con el jefe de la Oficina de Asuntos Públicos del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para Refugiados (ACNUR), Pedro Antonuccio.

h) Entrevista de trabajo con la periodista de la cadena televisiva Omnivisión-CNN, Lizbeth Berríos.

i) Entrevista con el director de la Oficina de Prensa de la Presidencia de la República, Roberto Giusti, con quien se trató de manera especial la visita del presidente de México, así como la atención y apoyo que se le dará a la prensa mexicana durante durante la reunión del Grupo de los Tres.

j) Asistencia a la celebración del V Aniversario de la revista especializada Exceso.

k) Asistencia a la reunión llevada a cabo en la Embajada de México, donde el Embajador, Antonio de Icaza y el Agregado Cultural, Santiago Espinosa de los Monteros, donaron al director de la Radio Cultural una serie de programas radiofónicos sobre la obra literaria de Juan Rulfo

5.- DIFUSION DE COMUNICADOS

Durante este periodo la Consejería de Prensa envió a los representantes de los medios de comunicación los siguientes comunicados:

a) **PETROLEOS MEXICANOS SE CONSOLIDA**

b) **LA EMBAJADA DE MEXICO DONO A LA EMISORA CULTURAL DE CARACAS PROGRAMAS RADIOFONICOS DE LA OBRA LITERARIA DE JUAN RULFO**

c) **MEXICO REGISTRO UN INCREMENTO DEL 14.3 POR CIENTO EN SUS INGRESOS INTERNACIONALES**

IMAGEN DE MEXICO MES DE FEBRERO

1.- RESUMEN INFORMATIVO DEL MES

1.1. Durante este periodo se pudo apreciar un aumento sensible de la información que difundieron los diversos medios de comunicación sobre México. En total se insertaron tanto en los medios electrónicos como impresos 363 notas, de las cuales 291 son consideradas positivas; 14 negativas y 58 imparciales.

1.2. INFORMACION PRESIDENCIAL

a) Especial relevancia brindaron los diversos medios de comunicación a la reunión celebrada entre el 11 y 13 de febrero en esta capital entre los presidentes de México, Venezuela y Colombia, Carlos Salinas de Gortari, Carlos Andrés Pérez y Cesar Gaviria, pertenecientes al llamado Grupo de los Tres. Desde principios de mes la mayoría de los medios electrónicos e impresos dedicaron amplios espacios a difundir las posiciones de las tres naciones, tanto a nivel gubernamental como empresarial, sobre estas negociaciones.

Sólo entre el 9 y 15 de febrero, los periódicos y revistas insertaron 111 notas relacionadas con el grupo de los Tres, de las cuales 23 notas se relacionaron directamente con la posición mexicana y, en especial, se difundió la entrevista realizada

por el periodista Edgardo de Castro transmitida a través de Venevisión (Canal 4) y publicada en forma completa en los principales 6 periódicos de Venezuela, que circulan a nivel nacional.

b) Los medios de comunicación mantuvieron su interés por las negociaciones que realizan México, Estados Unidos y Canadá, para alcanzar un acuerdo de libre comercio. Destaca una entrevista ofrecida por el presidente Carlos Salinas al periódico norteamericano Whashington Post y reproducida a una plana en el diario Economía Hoy. En la información, el mandatario mexicano asegura que nunca ha estado en el debate de la discusión la soberanía nacional y que el TLC será firmado por los tres países. Por su parte, se difundieron las declaraciones del mandatario norteamericano William Clinton, quien se refirió al apoyo que dará a los acuerdos comerciales con América Latina y, sin duda, tuvo especial realce la dimisión como primer ministro de Canadá de Brian Mulroney, con lo que se especula que pueda verse afectada negativamente la puesta en marcha del mecanismo comercial.

c) Se destacó, por otro lado, la visita que realiza a México el presidente de Ecuador. Durante su estancia se dio a conocer la posibilidad de que ese país pueda integrarse al Grupo de los Tres.

2.2. INFORMACION POSICION DE MEXICO EN ORGANISMOS INTERNACIONALES

a) Los medios de comunicación difundieron la reunión celebrada en San Salvador, en la que participaron los cancilleres Centroamericanos, los del Grupo de los Tres y de la Comunidad Económica Europea. Los informaciones publicadas destacaron el discurso pronunciado por el Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana.

b) También se dieron a conocer el inicio de las negociaciones que se llevan a cabo en la Ciudad de

México entre el gobierno y guerrilla guatemalteca, para poder alcanzar acuerdos de pacificación, en esa nación centroamericana.

2.3. INFORMACION ECONOMICA

a) Se difundieron las negociaciones que realizó Petróleos Mexicanos con la transnacional petrolera Shell, en la que se da a conocer la participación de la empresa mexicana con un 50 por ciento en una de las áreas de refinación. Asimismo se dieron a conocer los avances que se realizan en la privatización del sector petroquímico.

b) En varios artículos fechados en México y Estados Unidos, agencias internacionales dieron a conocer que dado el desequilibrio en la balanza comercial, la lentitud de la llegada de nuevos capitales, los escollos que parece enfrentar la negociación para alcanzar un acuerdo comercial con Estados Unidos y Canadá, los planteamientos del gobierno federal de alcanzar una inflación de un solo dígito para este año se pueden ver alterados, lo que podría provocar un decaimiento de la economía nacional.

3.- RESUMEN DE INFORMACION MEDIOS IMPORTANTES

PERIODICOS	NOTAS
a) EL UNIVERSAL	53
b) DIARIO DE CARACAS	54
c) ECONOMIA HOY	52
d) EL NACIONAL	48

4.- ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

4.1. REUNIONES DE TRABAJO CON REPRESENTANTES DE MEDIOS DE COMUNICACION

Durante este mes se mantuvieron reuniones de trabajo con:

a) El oficial de Asuntos Públicos de la Organización de las Naciones Unidas para Refugiados (ACNUR), Pedro Antonuccio

b) Con la periodista del diario Reporte, Carmen Laguna, quien entrevistó al Consejero Comercial de México, Salvador Vaca

c) Con el Presidente del Círculo de Periodistas Turísticos, Levy Benhismol, para informarle sobre la próxima celebración del Tianguis Turístico, a llevarse a cabo en el mes de mayo en Acapulco, México y al que han sido invitadios diversos representantes de los medios de comunicación de Venezuela.

d) Con la Jefa de Información de Radio Caracas Televisión, Elizabeth Pérez.

e) El Consejero de Prensa participó en el programa "Tiempo Económico", que conduce el periodista Carlos R. Chávez y que es difundido a través de Radio Tiempo.

f) Se organizó una conferencia de prensa, en la que participó el Gerente Internacional de comercializadora Mexicana, Jacobo Sterner y el Consejero Comercial, Salvador Vaca

4.2. VISITA PRESIDENCIAL

a) Se atendió a los miembros de la "avanzada" presidencial, previo a la reunión del Grupo de los Tres. En especial se concretaron entrevistas entre el director de Información Internacional de la Presidencia de la República, Gabriel Guerra y el jefe de información Internacional del periódico El Globo, Nelson Rodríguez y con la jefa de Información de la cadena televisiva Venevisión, Mariela Dávila.

b) Se atendió a los enviados especial mexicanos que cubrieron la reunión del Grupo de los Tres.

c) Se apoyó al Subsecretario de Comercio, Herminio Blanco, quien asistió a la reunión del Grupo de los Tres, para la realización de entrevistas de prensa, tanto con los corresponsales mexicanos acreditados en Venezuela, los corresponsales extranjeros y la prensa nacional.

d) Se apoyó a la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República, tanto en la elaboración de carpetas informativas sobre lo publicado en los diversos medios de comunicación en relación a la reunión del Grupo de los Tres, como en la atención y vinculación con la prensa nacional e internacional.

4.3. RELACION DEL EMBAJADOR CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION

El Embajador, Antonio de Icaza ofreció entrevistas a los diversos medios de comunicación:

a) Venezolana de Televisión. Fue entrevistado por la gerente de Información de la televisora oficial, en relación a los avances y perspectivas del Grupo de los Tres y las relaciones México-Venezuela.

b) Etiqueta. Esta revista dedicó su edición del mes de marzo a México, para lo cual fue entrevistado el Embajador, a fin de dar a conocer el estado en que se encuentra la relación bilateral y aspectos culturales, políticos y sociales de México.

c) Agencia EFE. El Embajador y el Consejero de Prensa mantuvieron una reunión con el representante de la agencia española en Venezuela.

5.- COMUNICADOS DIFUNDIDOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

a) VISITA VENEZUELA UNA DELEGACION

DE EMPRESARIOS MEXICANOS

b) SE ALCANZARQA UN EXITOSO ACUERDO COMERCIAL ENTRE MEXICO, VENEZUELA Y COLOMBIA: HERMINIO BLANCO

C) CONFERENCIA DE PRENSA DE JACOBO STERN COMERCIALIZADORA MEXICANA

4.- TRANSCRIPCION DE LA CONFERENCIA DE PRENSA QUE LA SUBSECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES, ROSARIO GREEN OFRECIO A LOS PERODISTAS QUE CUBRIERON LA REUNION DEL GRUPO DE LOS TRES.

IMAGEN DE MEXICO MES DE MARZO

1.- RESUMEN INFORMATIVO

Durante este periodo los diversos medios de comunicación de Venezuela difundieron un total de 249 informaciones vinculadas con México, de las cuales 172 son consideradas positivas; 31 negativas y 46 imparciales.

1.1. INFORMACION PRESIDENCIAL

Los diversos medios de comunicación dieron especial relieve a las acciones emprendidas por el presidente Carlos Salinas de Gortari para disminuir el problema de la corrupción en México. Se destacó las medidas adoptadas para reducir la dependencia de la prensa con el sector gubernamental; el diario "El Mundo" dedicó una plana a las declaraciones de los voceros presidenciales en el sentido de que se acabaría tanto las "mensualidades" que se les

entregaba a los comunicadores, así como las partidas publicitarias.

Asimismo se dio especial relevancia a las declaraciones del Procurador General de la República, Jorge Carpizo quien de manera pormenorizada corrió el velo que protegía a policías corruptos y que afectaban seriamente a esa Institución.

Por otro lado, en dos oportunidades el Diario de Caracas dedicó sus editoriales a los esfuerzos que ha realizado el gobierno del presidente Salinas para acabar con el problema de la corrupción y disminuir sensiblemente el índice inflacionario.

1.2. VINCULACION INTERNACIONAL

Los diversos medios de comunicación difundieron ampliamente la visitas que realizara a México el presidente de la Comunidad Económica Europea Jaques Delors y el Secretario de Comercio de Estados Unidos, Mikey Kantor. Ambos coincidieron en afirmar que existen las condiciones adecuadas para poner en marcha el acuerdo de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá. Se mostraron favorables hacia la consolidación de la economía mexicana y la posición de apertura comercial adoptada por la actual administración.

1.3. INFORMACION POLITICA

Se dedicaron amplios espacios para difundir la confrontación que surgió tanto en el seno del Partido Revolucionario Institucional como en el resto de la sociedad mexicana, la información sobre la supuesta aportación millonaria que realizarían empresarios mexicanos tras una reunión en la que participó el presidente Carlos Salinas de Gortari y los principales directivos del partido. Asimismo se dio cuenta de los resultados de la asamblea nacional del PRI, con vistas a la próxima designación de su candidato a la presidencia de la república y los cambios de directiva

de esa organización política.

1.4. INFORMACION ECONOMICA

a) La mayoría de los medios de comunicación destacaron las declaraciones hechas por grupos empresariales, industriales, comerciales de Venezuela y Colombia en relación a las negociaciones que se realizan con México para alcanzar un acuerdo de libre comercio dentro del llamado Grupo de los Tres.

Las informaciones van desde aquellos grupos que se han mostrado renuentes a la aplicación de este acuerdo comercial, en lo particular sectores empresariales colombianos, dada la diferencia existente entre las economías de México con Venezuela y Colombia, hasta aquellas que confían que el acuerdo empezará a operar a partir del primero de enero de 1994.

b) Se difundió también información de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en donde se indica que la economía mexicana alcanzó un crecimiento del 2.6 por ciento el año pasado y que el índice inflacionario nacional alcanzó sus cifras más bajas en los últimos 20 años, por lo que las expectativas de alcanzar en 1993 un dígito en el promedio inflacionario para ser una realidad."

Sin embargo también la agencia IPS dio a conocer que la deuda mexicana supera los 110 mil millones de dólares, producto del alto endeudamiento del sector privado, lo que podría afectar los procesos de crecimiento del país.

c) Se dio especial relevancia a las inversiones millonarias anunciadas por la PEPSICOLA y la firma de un acuerdo de integración entre las empresas Cervecería Modelo y la norteamericana Budweiser. Asimismo se difundió la adquisición del 25 por ciento de las acciones de la Cadena Televisiva Iberoamericana por parte de

TELEVISA.

1.5. INFORMACION GENERAL

a) LA Revista Etiqueta dedicó su número de marzo a México. En esta edición incluyó entrevistas con el Embajador Antonio de Icaza; la gerente para Sudamérica de Mexicana de Aviación, Caludia Breauer y un amplio reportaje sobre las riquezas turísticas y culturales de nuestro país.

b) El periódico El Universal, de mayor prestigio en el país, sigue difundiendo todos los domingos a una plana "Historia del Continente Americano", el cual es un resumen del suplemento del mismo nombre que edita el diario mexicano "Excelsior".

2. RESUMEN INFORMATIVO DE LOS MEDIOS MAS IMPORTANTES

PERIODICO	NOTAS
a) EL UNIVERSAL	56
b) DIARIO DE CARACAS	39
c) ECONOMIA HOY	34
c) EL NACIONAL	21

3. ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo se realizaron las siguientes actividades en la promoción de la imagen de México y la vinculación con representantes de los diversos sectores de opinión:

a) El Embajador y el Consejero de Prensa mantuvieron reuniones de trabajo con el Director del Diario de Caracas y la Gerente de Información Internacional, Diego Bautista Urbaneja y Taisa Medina.

b) El Embajador y el Consejero de Prensa se

reunieron con el director de la agencia informativa española Efe, Francisco Figueroa

c) El Embajador de México, recibió en la sede diplomática a los directivos de la Oficina Regional para Sudamérica de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), quienes le entregaron un documento denominado "Mecanismo de Trabajo para la Protección de Periodistas", el cual pretenden sea aplicado por los gobiernos de la región, sin embargo se les informó que en México existen diversas instancias que trabajan en favor y protección de los comunicadores como es la Comisión Nacional de Derechos Humanos, para lo cual se les puso en contacto a través de la Dirección de Derechos Humanos y Narcotráfico de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

d) El Embajador y el Consejero de Prensa mantuvieron una reunión con el presidente de Radio Caracas Televisión, Eladio Lares; el Director de Información, Eduardo Sapene y la Jefa de Información, Elizabeth Pérez. Durante el encuentro se acordó analizar las posibilidades de transmitir desde México a Venezuela -vía satélite- encuentro con funcionarios mexicanos, así como efectuar diversos programas televisivos en relación a nuestro país.

e) El Consejero de Prensa realizó una reunión de trabajo con el corresponsal de ECO, Norberto Maza y el Consejero Comercial de la Embajada, Salvador Vaca, a fin de poder informarle al periodista sobre el avance de la relación comercial entre ambos países.

f) El Consejero de Prensa asistió al Congreso sobre Petróleo y la Nueva Realidad Venezolana, organizado por el Instituto de Altos Estudios Diplomáticos "Pedro Gual", que dirige el internacionalista Alfredo Toro Hardy y que se llevó a cabo en la antigua sede de la cancillería: "Casa Amarilla".

g) El Consejero de Prensa, junto con la Gerente para Sudamérica de la empresa Mexicana de Aviación, Claudia Breahuer organizaron un desayuno de trabajo par dar a conocer toda la información vinculada con el desarrollo del Tianguis Turístico Mexicano a realizarse en el mes de mayo en el puerto de Acapulco. A este evento han sido invitados, por, segunda ocasión, 13 periodistas venezolanos que laboran en los medios más destacados tanto a nivel nacional como regional de Venezuela y que cubren el sector turístico.

h) El Consejero de Prensa participó en el programa "A Puerta Cerrada", que difunde el Canal 2 de televisión y que es conducido por la periodista Marietta Santana. El programa estuvo dedicado a México y fue transmitido en "vivo" desde las instalaciones del hotel Hilton, donde se ha organizado un festival gastronómico mexicano, con la presencia de cantantes y mariachis de nuestro país.

i) El Embajador de México y el Consejero de prensa asistieron a la puesta en marcha de la Red Internacional de Servicio de Apoyo para la pequeña y Mediana Empresa, realizado en las instalaciones de CORPOINDUSTRIA, esfuerzo en el que participa México a través de Nacional Financiera.

4.- DIFUSION DE COMUNICADOS

a) EL GOBIERNO DE COLOMBIA ENTREGO LA SECRETARIA PROTEMPORE DEL GRUPO DE LOS TRES AL GOBIERNO DE VENEZUELA

b) LA ASOCIACION BENEFICA DE DAMAS MEXICANAS EN VENEZUELA ORGANIZAN GRAN BINGO-TE CANASTA

c) SE INAUGURARON LAS II JORNADAS FOTOGRAFICAS DE MERIDA, VENEZUELA

d) SE INSTALO LA VENTANILLA SLAMP PARA INTEGRAR LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA DE LATINOAMERICA

de este mecanismo de integración. En lo particular, destacaron los esfuerzos realizados por México en materia de ahorro energético. A simismo se dieron a conocer los programas sobre conexión eléctrica que incluiría Centroamérica.

IMAGEN DE MEXICO MES DE ABRIL

1.- RESUMEN INFORMATIVO

Durante el mes de marzo los diversos medios de comunicación en Venezuela analizados por esta sede, publicaron un total de 235 notas referentes a México, de las cuales se consideran 196 positivas, 12 negativas y 27 imparciales.

1.1. INFORMACION MUERTE DE MARIO MORENO "CANTINFLAS"

Todos los medios de comunicación, tanto audiovisuales como impresos, dedicaron amplios espacios para informar sobre la muerte del artista mexicano Mario Moreno "Cantinflas". Tras su desaparición periódicos, revistas, estaciones de radio y televisión, insertaron en sus primeras planas y en sus titulares la noticia y se transmitieron películas y programas especiales dedicados al comediante mexicano.

El periódico El Universal publicó, en primera plana, la carta enviada por el presidente venezolano Carlos Andrés Pérez a su homólogo mexicano, Carlos Salinas de Gortari, en la cual expresa su profundo pesar y condolencias al pueblo mexicano por la desaparición de "Cantinflas".

1.2. INFORMACION ECONOMICA

1.2.1. Grupo de los Tres: los diversos medios de comunicación destacaron las reuniones celebradas en Caracas, por diversos grupos que forman parte

Sin embargo se destacó también la suspensión, por parte de México, de una reunión de alto nivel programada en la Ciudad de México que fue interpretada por especialistas venezolanos como preocupante, ya que se tiene en puerta la puesta en marcha de un acuerdo de libre comercio para el primero de enero de 1994 e indicaron que los personeros de la actual administración mexicanos se han volcado en las negociaciones paralelas que llevan a cabo con Estados Unidos y Canadá, desatendiendo los compromisos con Venezuela y Colombia.

1.2.3. TLC. Otra de las capítulos económicos destacados en los medios fueron el inicio de las negociaciones paralelas al acuerdo de Libre Comercio, que se llevaron a cabo en la ciudad de México, con la presencia de los negociadores de Canadá y Estados Unidos y el apoyo que diera el presidente Clinton y miembros de su gabinete, a alcanzar la liberación comercial lo antes posible.

1.2.4. Se publicaron en los medios de comunicación una serie de análisis económicos hechos por organismos internacionales (Banco Interamericano de Desarrollo, Fondo Monetario Internacional, entre otros) en donde se indica que México ha sido una de las naciones con mayor crecimiento económico de la región, la que mejores perspectivas presenta en materia de inversión extranjera y la que alcanzará bajas cifras en sus niveles de inflación.

1.2.5 El periódico Economía Hoy reprodujo a dos plana un reportaje del periodista Marcos Chávez del diario mexicano El Financiero, en el cual se analizan los cuatro años de la actual administración y en el mismo se critica fuertemente el programa

económico impulsado por el presidente Carlos Salinas de Gortari, ya que, según el reportero, ha producido una mayor concentración de la riqueza y pobreza entre la mayoría de la población mexicana.

1.3. INFORMACION CULTURAL

1.3.1. Los medios de comunicación destacaron la designación como Premio Príncipe de Asturias a la revista mexicana Vuelta, que dirige el premio nobel de literatura, Octavio Paz.

1.3.2. Se divulgó ampliamente la conferencia de prensa ofrecida en el Teatro Teresa Carreño, en Venezuela, por el artista mexicano Sebastián, quien desde mediados del mes, presenta parte de su obra escultórica.

1.3.3. Se dio amplia divulgación a la inauguración y muestra del taller mexicano Kyron, que se presenta en el Museo de Bellas Artes de la ciudad venezolana de Maracaibo.

2.- RESUMEN DE LA INFORMACION DE MEXICO EN LA PRENSA MAS IMPORTANTE

PERIODICO	INFORMACION
a) EL UNIVERSAL	29
b) DIARIO DE CARACAS	35
c) ECONOMIA HOY	32
d) EL NACIONAL	11

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

3.1. El Embajador de México participó en la conferencia de prensa organizada por el Complejo Cultural Teresa Carreño, para la presentación del escultor mexicano Sebastián, quien por primera vez expone en este país, en los espacios abiertos del Teatro.

3.2. El Embajador de México y el Consejero de Prensa asistieron al arribo del buque escuela mexicano "Cauhtémoc", que realizó una visita oficial a Venezuela. Para este evento se invitó a la prensa tanto nacional como internacional.

3.3. El Consejero de Prensa asistió a la Cena-Aniversario del Círculo de Prensa Científica.

3.4. El Consejero de Prensa mantuvo reuniones de trabajo con el presidente del Círculo de Prensa Turística, Levy Benhismol y la reportera de Venpres, Carlota Delgado, para entregarles información previo a su viaje a la México, para asistir al Tianguis Turístico, que se celebrará en el puerto mexicano de Acapulco.

3.5. El Consejero de Prensa ofreció entrevistas a estaciones de radio, que mostraron interés por conocer detalles sobre la vida y los funerales del desaparecido artista mexicano Mario Moreno "Cantinflas".

3.6. A principios de mes, el Canal 10 TELEVEN -filial de la Organización Cisneros- dio a conocer que transmitiría durante ese mes la controvertida película "Camarena". Ante esta posibilidad, la Embajada hizo las gestiones ante la directora de Relaciones Internacionales de la Organización Cisneros a fin de evitar su proyección. Por otro lado, se dio aviso a la Dirección General de Información de la Presidencia de la República de México de la difusión de la citada película, ya que la organización empresarial venezolana mantiene vínculos estrechos con los directivos TELEvisa.

4.- COMUNICADOS ENVIADOS A LA PRENSA

a) EL EMPRESARIO LATINOAMERICANO INTERESADO EN CONOCER EL FUNCIONAMIENTO DEL

COECE MEXICANO

b) SE PRESENTA EN EL CENTRO DE BELLAS ARTES DE MARCAIBO, VENEZUELA, OBRA GRAFICA DEL TALLER KYRON

c) VISITA VENEZUELA EL BUQUE ESCUELA VELERO "CUAUHTEMOC" DE LA ARMADA MEXICANA

d) EN MEXICO SE DESARROLLA UN AMBICIOSO PROGRAMA DE RESCATE DE ZONA ARQUEOLOGICA

e) SE INAUGURO LA EXPOSICION DEL ARTISTA MEXICANO SEBASTIAN

f) ARRIBO A VENEZUELA EL BUQUE ESCUELA VELERO "CUAUHTEMOC"

g) PREMIO ANUAL DE ENSAYO LITERARIO HISPANOAMERICANO "LYA KOSTAKOWSKY"

h) PREMIO DE RELATO "JUAN RULFO" 1993

i) TERCER PREMIO DE LITERATURA LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE "JUAN RULFO".

**IMAGEN DE MEXICO
MES DE MAYO****1.- RESUMEN INFORMATIVO DE PRENSA**

Los diversos medios de comunicación de Venezuela publicaron durante este periodo un total de 155 informaciones vinculadas con México, de las cuales 89 fueron positivas, 37 negativas y 29 imparciales.

**1.1. INFORMACION ASESINATO
CARDENAL GUADALAJARA**

Amplia divulgación se dio en los diversos medios de información, tanto audiovisuales como escritos, del asesinato del cardenal mexicano Juan Posadas. La mayoría de la información que fue publicada en los medios, se generó a través de las agencias internacionales, que mostraron de manera amplia los hechos ocurridos en Guadalajara, donde un grupo de sicarios acribillaban al sacerdote mexicano.

Asimismo los medios locales difundieron ampliamente el editorial de The Washington Post, en el que se indica que México se podría convertir en el primer país exportador de drogas a los Estados Unidos. En su primera plana El Universal insertó esta información. Asimismo se dio a conocer la "preocupación" de representantes norteamericanos en el sentido de que a través del Tratado de Libre Comercio se "abrirían las puertas para la penetración de droga a través de la constitución de empresas fantasmas en la que participarían narcotraficantes".

1.2. INFORMACION ECONOMICA

1.2.1. Durante este periodo los medios de comunicación han dedicado amplio espacio a las negociaciones que se llevan a cabo para el establecimiento de un Tratado de Libre Comercio

de América del Norte. Las informaciones han sido contrapuestas, ya que van desde las declaraciones del presidente de los Estados Unidos, William Clinton de apoyar el acuerdo, la aprobación por parte de la Cámara de Representantes Canadienses, hasta aquellas en la que se indica que se ha formado un grupo de representantes norteamericanos que se oponen a la puesta en marcha del acuerdo.

Asimismo se le dio cobertura informativa al inicio de las gestiones para la elaboración de los acuerdos paralelos, que se llevaron a cabo en la ciudad de Ottawa, Canadá.

1.2.3. GRUPO DE LOS TRES

También los medios de comunicación dieron difusión a las negociaciones y posiciones de diversos grupos tanto empresariales como industriales y de gobierno, con respecto a la posible firma del acuerdo de libre comercio dentro del marco del Grupo de los Tres.

Si bien la mayoría de la información coincide en que su puesta en marcha es ampliamente favorable para las economías de las tres naciones - México, Venezuela y Colombia- también se hace especial énfasis en la posición de algunos sectores empresariales que indica que las pláticas no deben apurarse, sin el análisis exhaustivo, punto por punto, de los posibles acuerdos a los que se llegue, en especial la desaparición de barreras arancelarias y no arancelarias.

1.2.4. Los medios de comunicación difundieron también el avance que en materia económica ha alcanzado México. En particular destacaron la decisión del presidente Carlos Salinas de Gortari de darle autonomía al Banco de México y desligarlo de las decisiones políticas. Se resaltó, por otra parte, las amplias perspectivas que tiene el país de que la inflación este año se baje a un solo dígito.

1.3. INFORMACION TURISTICA

1.3.1. Los diversos medios, tanto nacionales como del interior del país, difundieron la puesta en marcha del Tianguis Turístico celebrado en el Puerto de Acapulco y las perspectivas que México tiene en materia turística. Se dio especial cobertura a la visita del subsecretario de Turismo de México, Francisco Javier Alejo, quien dio a conocer los planes y programas de trabajo que desarrollará el país durante esta administración en esa materia.

2. RESUMEN DE LA INFORMACION EN MEDIOS DE MAYOR CIRCULACION

PERIODICOS INFORMACION

1) EL UNIVERSAL	25
2) EL NACIONAL	22
3) ECONOMIA HOY	22
4) DIARIO DE CARACAS	20

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

3.1. Se llevaron a cabo reuniones preparatorias para la visita del subsecretario de Turismo de México, Francisco Javier Alejo, con los directivos de la Corporación de Turismo, del Consejo Consultivo de Turismo, con la Asociación de Agencias de Viajes de Venezuela.

3.2. Se organizó una conferencia de prensa, tanto con medios locales como internacionales, con el subsecretario de Turismo, Francisco Javier Alejo. Asimismo se concertó una entrevista en Venezolana de Televisión.

3.3. Se llevó a cabo una reunión de trabajo con la Agregada de Prensa de la Embajada de Colombia.

3.4. Se asistió a la presentación de la Sección Financiera del periódico Excelencia.

3.5. Se invitó a 10 periodistas venezolanos para que asistieran al Tianguis Turístico de Acapulco. Viajaron representantes tanto de medios nacionales como del interior del país.

3.6. Se concedió una entrevista a la revista PM, quienes se mostraron interesados en conocer el avance que ha tenido en México el turismo.

3.7 Se asistió a la inauguración del Festival Gastronómico de México, celebrado en el Hotel Maremare, de Puerto La Cruz, en Barcelona. En esa oportunidad se entró en contacto con representantes de la prensa local, de los diario El Norte y El Informador.

3.8. Se concertó una entrevista entre el Consejero Comercial, Salvador Vaca y la periodista de El Nacional, Adriana Chávez, a fin de darle a conocer cuál es el estado actual de la balanza comercial entre ambos países, así como los avances que existen dentro del grupo de comercio del G-3.

3.9. Se realizaron gestiones ante la Dirección de Comunicación Social de la Presidencia de la República de México para solicitar una colaboración especial del presidente Carlos Salinas de Gortari para la edición del cincuentenario del periódico El Nacional.

4.- COMUNICADOS DE PRENSA DIFUNDIDOS EN EL MES DE MAYO

4.1. CON UNA INVERSION DE SIETE MILLONES DE DOLARES, EL GRUPO IMSA DE MEXICO ADQUIRIÓ AL GRUPO FULGOR DE VENEZUELA

4.2. EL PRESIDENTE DE MEXICO CARLOS SALINAS DE GORTARI REALIZA UNA GIRA POR LOS ESTADOS UNIDOS DE

AMERICA

4.3. VISITA VENEZUELA EL SUBSECRETARIO DE TURISMO DE MEXIC, FRANCISCO JAVIER ALEJO

4.4. EN MEXICO SE DESARROLLA UN AMBICIOSO PROYECTO DE RESCATE DE LA ZONAS ARQUEOLOGICAS

IMAGEN DE MEXICO MES DE JUNIO

1.- RESUMEN DE PRENSA

Los diversos medios de comunicación de Venezuela publicaron durante el mes de junio, un total de 146 informaciones vinculadas con México, de las cuales 110 fueron positivas; 20 negativas y 26 imparciales.

1.2. ACUERDO DE LIBRE COMERCIO MEXICO-ESTADOS UNIDOS—CANADA

Los diversos medios de comunicación dieron especial cobertura a la aprobación hecha por el Parlamento Canadiense del acuerdo comercial trilateral, lo que presionaría a los Congresos norteamericano y mexicano a seguir los pasos dados ya por Canadá.

En este mismo punto, los periódicos venezolanos destacaron también las declaraciones hechas por el presidente de los Estados Unidos, William Clinton en el sentido de llegar lo más pronto posible a la finalización los acuerdos paralelos al TLC, a fin de poder darle luz verde al acuerdo comercial dada la importancia que tiene tanto para su país como para sus vecinos, en lo particular con México.

Sin embargo, también se difundieron informaciones de grupos opuestos a la firma del acuerdo trilateral,

sobre todo de Estados Unidos, que consideran que alcanzar un acuerdo con México acarrearía desempleo y mayor contaminación en su país. Asimismo se publicó en forma destacada un editorial del Washington Post en el que se señalaba que de firmarse el TLC "México se convertiría en el primer proveedor de drogas de los Estados Unidos".

1.3. ACUERDOS ENTRE MEXICO Y ESTADOS UNIDOS

Tanto los medios escritos como los audiovisuales, difundieron los acuerdos alcanzados entre México y Estados Unidos, tras la visita que realizara el canciller mexicano, Fernando Solana a este país. Sobre todo se destacó la conveniencia de revisar los acuerdos que existen tanto para la extradición como el intercambio de información de presos y detenidos en ambos países.

Se destacó que de esta manera, se trata de evitar el secuestro de personas, como fue el caso del doctor mexicano Humberto Alvarez Machaín, llevado a la fuerza a los Estados Unidos por miembros de la DEA.

1.4. PRESENCIA DEL NARCOTRAFICO EN MEXICO

Los medios de comunicación destacaron la captura de algunos de los implicados en el asesinato del Cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo, entre los que se encuentran importantes narcotraficantes y miembros de los cuerpos policiales mexicanos. Las informaciones publicadas han procedido de México, a través de agencias internacionales, sin que hasta el momento articulistas o editorialistas de los diversos medios de comunicación, hayan expresado puntos de vista o comentarios sobre este caso.

Sin embargo, las informaciones han ocupado las primeras planas de los diarios y los titulares de los

noticieros tanto de radio como de televisión.

1.5. AVANCES EN MATERIA ECONOMICA

Los diversos medios también publicaron los avances que en materia económica ha alcanzado México. Se difundieron editoriales especiales sobre la decisión del presidente Carlos Salinas de Gortari de darle autonomía al Banco de México; notas sobre la consolidación de las reservas internacionales; la drástica baja del índice inflacionario y la consolidación de la planta productiva nacional.

En especial el periódico REPORTE publicó, a una plana, el programa presentado por el Secretario de Hacienda, Pedro Aspe en el que se dan los lineamientos económicos que regirán al país durante 1993-94. En este sentido, se destaca el propósito de la administración del presidente Carlos Salinas de lograr reducir la inflación a un sólo dígito en este año.

1.6. INFORMACION TURISTICA

Los periódicos El Nacional, Economía Hoy y El Universal, difundieron de manera importante información sobre los atractivos turísticos de México. Estos medios fueron invitados tanto al Tianguis como al llamado posttianguis Turístico, celebrado en el mes de mayo tanto en Acapulco como en diversos puntos del país, respectivamente.

En particular El Nacional destacó la llamada Ruta Maya, así como el proyecto desarrollado por la Secretaría de Turismo para el Rescate las Zonas Arqueológicas en el territorio nacional. A su vez, Economía Hoy dio a conocer en cifras lo positivo que ha resultado la actividad turística para México, así como las promisorias perspectivas, ya que se ha planteado alcanzar una cifra record de 10 millones de visitantes extranjeros para 1994, que representarían aproximadamente 5 mil millones

de dólares.

2. SINTESIS DE LOS MEDIOS MAS IMPORTANTES

PERIODICOS INFORMACION

- a) EL UNIVERSAL 25
- b) EL NACIONAL 26
- c) ECONOMIA HOY 19
- d) DIARIO DE CARACAS 25

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

Durante este periodo, las actividades desarrolladas por la Consejería de Prensa estuvieron abocadas a consolidar las relaciones con los representantes de los medios de comunicación, tanto nacionales como extranjeros.

Para ello se mantuvieron reuniones con periodistas de los diarios Reporte, Carmen Laguna; Diario de Caracas, Marianella Durán; El Universal, Carlos R. Chávez y El Globo, Nelson Rodríguez.

Asimismo se asistió a la presentación del Directorio de los Corresponsales Extranjeros Acreditados en el país.

4.- ENVIO DE COMUNICADOS DE PRENSA Y MATERIALES INFORMATIVOS

Durante este periodo se envió a los medios de comunicación el boletín de prensa sobre la participación del Embajador, Antonio de Icaza, en el Instituto de Estudios Superiores en Administración, sobre las Perspectivas del Grupo de los Tres.

Asimismo se enviaron a los periodistas que cubren la fuente diplomática como la económica la revista que difunde el Banco de Comercio Exterior; y los

discursos y documentos del boletín de fin de semana que emite la Secretaría de Relaciones Exteriores.

IMAGEN DE MEXICO MES DE JULIO

1.- RESUMEN DE PRENSA

Los diversos medios de comunicación de Venezuela publicaron durante el mes de julio un total de 236 informaciones vinculadas con México, de las cuales 171 son consideradas positivas; 20 negativas y las restantes 45 imparciales.

1.1. INFORMACION GENERAL

Durante este periodo los medios de comunicación destacaron las negociaciones que desarrolla México para alcanzar un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos y Canadá. Asimismo se dio especial atención a las diversas actividades que se llevan a cabo en torno al Grupo de los Tres, mecanismo de integración en el que participan también Venezuela y Colombia, ya que en este periodo se llevaron a cabo tres reuniones de trabajo y se realizó, por parte de la Cancillería local, una evaluación general a 100 días de que Venezuela asumiera la Secretaría Protémpore.

La ratificación del Acuerdo de San José, que mantiene México y Venezuela, mereció también amplios espacios en la prensa venezolana, ya que se especuló que en esta nueva renovación, planteada para el 3 de agosto, se incluyeran cambios sustanciales como sería la participación del sector privado en los programas de financiamiento y desarrollo para las naciones beneficiarias del acuerdo -Centroamérica y el Caribe-, así como en los montos asignados a cada una de los países y alteraciones en las entregas.

1.2. INFORMACION PRESIDENCIAL

En cuanto a la actividad presidencial, el periódico El Nacional, uno de los más importantes cotidianos venezolanos, reprodujo de manera completa la colaboración del presidente de México, Carlos Salinas de Gortari publicada por el periódico español El País, así como una serie de artículos donde se destacan los cambios profundos que efectúa el Partido Revolucionario Institucional para enfrentar los nuevos retos "de la modernización", como de los esfuerzos que realiza la actual administración para el combate al narcotráfico.

Asimismo se difundió la gira que realizara el presidente Carlos Salinas de Gortari a El Salvador, así como su participación en la III Reunión Cumbre Iberoamericana, celebrada en Brasil. Cabe remarcar que la mayoría de los medios audiovisuales difundieron fragmentos de la intervención del mandatario mexicano.

1.3. INFORMACION DE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

Mereció también gran relieve en los medios de difusión venezolanos, el conflicto suscitado a raíz de la presencia de más de 600 chinos en las costas México-norteamericanas, ya que en primera instancia se especuló que estos ciudadanos se quedarían en México a raíz de la presión ejercida por la administración Clinton de ser aceptados en suelo mexicano, finalmente se le dio especial cobertura a la decisión asumida por la Secretaría de Relaciones Exteriores de recibirlos temporalmente, para luego ser expatriados a China.

Se destacó también la visita que realiza a México el Rey Juan Carlos de España, quien asistió a diversas actividades, entre las que destacó su presencia en las festividades oaxaqueñas, en compañía del presidente mexicano, Carlos Salinas de Gortari.

1.4. INFORMACION ECONOMICA

Los medios de comunicación han destinado amplios espacios a las negociaciones que efectúa México, Estados Unidos y Canadá para el establecimiento de una zona de libre comercio. Las informaciones publicadas, en general, son aquellas que generan las agencias internacionales, fechadas tanto en México, como en Estados Unidos; en este sentido, se ha destacado la fuerte presión ejercida por parte de la Administración Clinton por acelerar la aprobación primero de los "acuerdos paralelos", para enviarlos después al Congreso de su país.

Sin embargo también se han destinado amplios espacios a dar a conocer la decisión de un juez federal de suspender las negociaciones hasta en tanto no se conozca los efectos ambientales que acarreará la puesta en marcha de dicho mecanismo.

También se han difundido las repercusiones en la bolsa de valores mexicana y en la propia economía nacional, las especulaciones en torno a su aprobación definitiva, lo que habría impactado también en la reducción en la captación de capitales extranjeros.

Se ha difundido de manera amplia las negociaciones del Grupo de los Tres -integrado por México, Venezuela y Colombia- en lo particular en su grupo dedicado al comercio, ya que se habla de nuevas perspectivas de integración de las tres naciones.

2.- DIFUSION DE INFORMACION DE MEXICO EN MEDIOS DESTACADOS

PERIODICOS INFORMACIONES

- | | |
|-----------------------|----|
| 1.- EL UNIVERSAL | 38 |
| 2.- EL NACIONAL | 46 |
| 3.- ECONOMIA HOY | 24 |
| 4.- DIARIO DE CARACAS | 35 |

3.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE

PRENSA

Durante este periodo la Embajada participó de manera activa en el fortalecimiento de sus relaciones con los representantes de los diversos medios de comunicación de Venezuela:

3.1. El Consejero de Prensa inició gestiones para la creación de la primera Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales; iniciativa que recibió el amplio apoyo de los diversos miembros del cuerpo diplomático acreditado en Venezuela.

3.2. Se asistió al seminario periodístico organizados por el Ateneo de Caracas al diario El Nacional con motivo de sus 50 aniversario y al que asistió el director del periódico mexicano Siglo XXI.

3.3. El Embajador de México, Antonio de Icaza y el Consejero de Prensa gestionaron y apoyaron al el diario El Nacional para obtener un artículo del presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, para ser integrado a la edición aniversario del citado cotidiano.

3.4. Se participó en la reunión organizada por el Ministro de Relaciones Exteriores para conmemorar el "Día del Periodista", llevada a cabo en la sede de la Cancillería venezolana.

3.5. Se organizó una conferencia de prensa con el director de Negociaciones Internacionales de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Jesús Flores para dar a conocer los avances que en materia de Competitividad, desarrolla el Grupo de los Tres.

3.6. El diario El Universal continúa publicando todos los domingos a una plana "Historia del Continente", que forma parte del suplemento que edita el diario mexicano Excelsior.

3.7. Se difundió la presentación del libro del embajador mexicano, Mario Moya Palencia, "El México de Egerton", acto realizado en la librería del Ateneo de Caracas; para este efecto se concertó una entrevista con el diario venezolano El Universal.

4.- COMUNICACIONES DE PRENSA DIFUNDIDAS

a) Se lleva a cabo en Venezuela Reunión del Grupo de los Tres

b) Se presentó en el Ateneo de Caracas la obra "El México de Egerton 1831-42" del escritor mexicano Mario Moya Palencia.

c) México participó en el Taller del Grupo de los Tres y el Caricom

d) Se constituyó una nueva empresa México-venezolana con una inversión inicial de 20 millones de dólares.

e) Se inauguró en el Museo de Artes Visuales "Alejandro Otero" la exposición obra gráfica de El Taller Kyrón.

Se difundieron también los discursos y documentos emitidos por México durante la reciente reunión de la III cumbre Iberoamericana, celebrada en Brasil. Asimismo fueron enviadas también las revistas que edita el Banco Nacional de Comercio Exterior, logrando la reproducción de tres artículos de la citada revista en los periódicos especializados y la revista que edita el Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática.

IMAGEN DE MEXICO MES DE AGOSTO

Durante el mes de agosto, los diversos medios de comunicación de Venezuela publicaron un total de 289 informaciones vinculadas con México, de las cuales se consideran 250 positivas, 20 negativas y el resto imparciales, destacándose las negociaciones que realizan, por una parte México con Estados Unidos y Canadá y por otra con Colombia y Venezuela para alcanzar acuerdos de libre comercio, en el segundo caso dentro del marco del Grupo de los Tres.

Los diversos medios de comunicación dieron especial énfasis a las negociaciones que se llevaron a cabo entre México, Estados Unidos y Canadá para alcanzar acuerdos paralelos, que faciliten el camino para la aprobación por parte de los congresos de Estados Unidos y México del acuerdo tripartita comercial. Sin embargo se destacaron declaraciones de los detractores norteamericanos, en lo particular el ex candidato presidencial norteamericano, Rose Perrot, quien trata por todos los medios de impedir su ratificación por parte de los legisladores de su país.

Por otra parte, el Consejero de Prensa asistió al evento conmemorativo del cincuentenario del periódico El Nacional; se gestionaron entrevistas entre dirigentes de la Federación Internacional de Periodistas (FIP), con dirigentes de la Comisión Nacional de Derechos Humanos y la Coordinación General de Derechos Humanos y Narcotráfico de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México; se avanzó en la creación de la primera Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales y se asistió al encuentro entre prestadores de servicios turísticos de México, con sus similares venezolanos.

Durante este periodo, se enviaron a los diversos

medios de comunicación los siguientes comunicados de prensa:

a) SE PRESENTA EN VENEZUELA EL GRUPO MEXICANO DE MUSICA ANTIGUA "ARS NOVA".

b) VISITA VENEZUELA UNA CARAVANA PROMOCIONAL TURISTICA DE MEXICO

IMAGEN DE MEXICO MES DE SEPTIEMBRE

Durante este periodo, los diversos medios de comunicación en Venezuela difundieron un total de 290 informaciones vinculadas con México, de las cuales 240 son consideradas positivas; 15 negativas y las restantes 35 imparciales.

Las temáticas que ocuparon más espacios en la prensa local fueron: las negociaciones sobre el Acuerdo de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá; los festejos conmemorativos del aniversario de la Independencia de México y las negociaciones que realizan México, Venezuela y Colombia dentro del Grupo de los Tres.

En cuanto al TLC, la mayoría de los medios de comunicación dedicaron amplios espacios a señalar el apoyo irrestricto ofrecido por el Presidente Clinton a fin de que el Congreso de su país apruebe el tratado. Asimismo, se dio a conocer la posición del mandatario mexicano, Carlos Salinas de Gortari en la que descarta la posibilidad de que México sólo tenga como opción económica el acuerdo comercial con sus vecinos del norte.

Por otro lado, los medios de comunicación dieron a conocer las posiciones de los diversos sectores productivos tanto de Venezuela y Colombia, que aspiran a conseguir un tratado preferencial por parte de México en algunos sectores donde nuestro

país ha alcanzado un mayor desarrollo como es el automotriz y el agrícola.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA DURANTE EL MES DE SEPTIEMBRE

- a) Almuerzo de trabajo con el periodista Edgardo de Castro
- b) Asistencia a Radio Nacional con el Embajador para la realización de un programa de radio sobre la independencia de México.
- c) Asistencia a la Emisora Cultural de Caracas, para la difusión de un programa especial de radio sobre la Independencia de México.
- d) Asistencia al programa La Gran Mañana, de Venezolana de Televisión, para la difusión de la Independencia de México.
- e) Se invitó al corresponsal de Excelsior, Roberto Cienfuegos; al director de Información del Parlamento Latinoamericano, Manuel Corea; a los consejeros de prensa de las embajadas de España y Gran Bretaña, Rafael Roda y Carlos Villalobos y la reportera de Omnivisión, Lizbet Berrios, a la "Fiesta Mexicana", que se lleva a cabo en un hotel de Caracas.
- f) Se asistió a la conferencia de prensa para el anuncio de la celebración del IX Congreso Mundial de Teatro, que se llevará a cabo en Venezuela, en la que participarán especialistas mexicanos.
- g) Se asistió y difundió la visita que realizará a Venezuela el secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana, quien participó en la gira de trabajo de los Cancilleres del Grupo de los Tres realizada por Centroamérica.

h) Se asistió a la conferencia de prensa ofrecida por el candidato mexicano, el embajador Cassio Luiselli al Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (ICCA).

i) Se invitó a la prensa nacional e internacional a las festividades conmemorativas del 183 Aniversario de la Independencia de México.

j) El Consejero de Prensa creó y organizó la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales, en la cual participan las diversas representaciones diplomáticas acreditadas en Venezuela. Tras su constitución, el Consejero fue designado presidente de la misma

DIFUSION DE COMUNICADOS

- a) **Palabras del Secretario de Relaciones Exteriores, Fernando Solana durante la Conferencia de Prensa ofrecida hoy por los Cancilleres de México, Venezuela y Colombia.**
- b) **Se conmemora el 183 aniversario de la Independencia de México**
- c) **El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura será el Gran Motor de la Agricultura de América Latina**
- d) **Se inauguró La Semana de México en Maxy's, con la presencia de 39 empresas mexicanas**

IMAGEN DE MEXICO MES DE OCTUBRE

1.- RESUMEN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Durante este periodo, los diversos medios de

comunicación difundieron un total de 221 informaciones vinculadas con México, de las cuales 161 son consideradas positivas; 37 imparciales y 23 negativas. Un hecho sobresaliente es que por primera vez, en tres años, los periódicos especializados en materia económica- Economía Hoy y Diario Reporte- fueron los que mayor información insertaron en sus páginas - un total de 71 notas-, lo que refleja el enorme interés existente en este país por los acontecimientos que en materia comercial y económica vive México.

En efecto, la mayoría de las informaciones vinculadas con México giraron en relación a las expectativas que se han generado en torno a los Acuerdos de Libre Comercio con América del Norte. Desde las declaraciones del recién nombrado primer ministro de Canadá, Jean Chreapien quien amenazó con reabrir la negociación dado que habría aspectos que a su país no le convendrían, hasta el decidido apoyo tanto de la administración del Presidente William Clinton, como de los gobernantes de América Latina, quienes ratificaron su total respaldo durante el XIX Consejo Latinoamericano del Sistema Económico Latinoamericano, celebrado en Caracas.

También se publicaron las posiciones en contra al acuerdo por parte, sobre todo, del excandidato a la presidencia de los Estados Unidos, Rose Perot y de grupos gremiales y sindicales, arguyendo la pérdida de empleo y la poca confiabilidad en el sistema político mexicano.

Por otro lado, la prensa venezolana dio especial atención a las negociaciones que efectúan México, Venezuela y Colombia en el marco del Grupo de los Tres, las cuales tiene proyectado alcanzar un acuerdo de libre comercio antes de que finalice 1993. En este sentido, se difundió ampliamente la reunión que sostuvieron los presidentes de las tres naciones en Trinidad y Tobago y, luego, en Chile, dentro del Grupo de Río.

Los medios de comunicación han informado que existe un ambiente favorable para lograr el acuerdo comercial, diversos sectores de la producción venezolanos, han manifestado preocupación ante la celeridad de las negociaciones y han solicitado a su gobierno analizar más detalladamente los sectores que podrían verse afectados con la apertura comercial.

En otro orden de cosas, el sensacionalista Diario 2001 difundió, en varias entregas, las entrevistas e investigaciones realizadas por un periódico italiano, en donde se cuestionan seriamente las versiones oficiales mexicanas en relación al asesinato del sacerdote mexicano Juan José Posadas Ocampo, y afirman que no fue confundido con narcotraficantes, sino su muerte estuvo largamente planeada por el Cartel de Sinaloa.

2.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

a) A partir de este mes, se iniciaron las actividades de la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales (APREOI), que preside el Consejero de Prensa de esta embajada. A fin de hacer la presentación oficial, se organizó un reunión, a la que fueron invitados representantes de la prensa tanto nacional como internacional.

Asimismo, se realizaron visitas de trabajo a los directores de los periódicos: El Nacional, Alfredo Peña; El Diario de Caracas, Diego Bautista Urbaneja; del Economía Hoy, María D' Masse; del Daily Journal, Antonio Bianchi y del El Globo, José Carta.

b) Se asistió al 25 aniversario del Circuito Capital, con sede en la ciudad de Valencia.

c) Se realizó una reunión de trabajo con el director de Relaciones Públicas y Prensa de la Organización

Cisneros (VENEVISION), Lic. Edgardo de Castro.

d) Se organizó una entrevista entre el representante del Banco de Comercio Exterior de la zona de Puebla, con el periódico Economía Hoy, a fin de dar a conocer tanto los proyectos que tiene BANCOMEXT en materia de apoyo a las exportaciones, como los resultados de su visita a Venezuela.

3.- ENVIO DE COMUNICADOS DE PRENSA

Durante este periodo, la Embajada envió a los diversos medios de comunicación los siguientes comunicados:

a) SE AVANZA EN LAS NEGOCIACIONES DEL GRUPO DE LOS TRES

b) SE CONSTITUYO LA ASOCIACION DE AGREGADOS DE PRENSA DE EMBAJADAS Y ORGANISMOS INTERNACIONALES

c) EL GOBIERNO DE VENEZUELA OTORGA LA CONDECORACION "ORDEN DE FRANCISCO MIRANDA" A ILUSTRES MEXICANOS

d) LA SUBSECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES, ROSARIO GREEN PARTICIPO EN LA XIX CONSEJO LATINOAMERICANO DEL SELA

IMAGEN DE MEXICO MES DE NOVIEMBRE

1.- RESUMEN DE PRENSA

1.1. Durante este periodo, se pudo apreciar un sensible incremento de la información vinculada con México difundida por los diversos medios de

comunicación de Venezuela. En efecto, en el mes de noviembre los medios analizados diariamente por esta sede, insertaron en sus páginas un total de 311 informaciones, de las cuales 226 son consideradas positivas; 33 negativas y 52 imparciales.

1.1. PRINCIPALES TEMATICAS

Tres fueron los temas que prevalecieron en el interés de la prensa venezolana: el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá; las negociaciones que realizan México, Venezuela y Colombia para alcanzar un acuerdo comercial dentro del Grupo de los Tres y la designación de Luis Donaldo Colosio como candidato oficial del Partido Revolucionario Institucional para la presidencia de la República.

Amplios espacios dedicaron tanto la prensa como los medios electrónicos para la difusión, primero, del debate entre el vicepresidente de Estados Unidos, Al Gore y el ex candidato a la presidencia de ese país, Rose Perot, en el cual se criticó fuertemente tanto el sistema democrático, la estructura social y el sistema político mexicano; y segundo los esfuerzos realizados por el presidente William Clinton para convencer a los miembros de la Cámara de Representantes para obtener su voto favorable, con el resultado final de la aprobación del tratado por parte de ese cuerpo deliberante. Asimismo se difundió la aprobación realizada por el Senado mexicano de este instrumento comercial.

En cuanto a las negociaciones que adelantan México, Venezuela y Colombia, los medios especializados, en particular Economía Hoy y Reporte, insertaron entrevistas con representantes de diversos sectores de la producción, quienes a pesar de mostrar su satisfacción por los avances que se han logrado en la búsqueda de alcanzar un acuerdo de libre comercio, manifestaron haber sido excluidos de las pláticas lo que podría afectar

en el futuro la viabilidad del acuerdo. Asimismo han exigido de México que reconozca la asimetría existente entre las tres economías, ya que hay sectores en los cuales Venezuela aún está lejos de poder competir en igualdad de circunstancias.

Por otro lado, todos los medios de comunicación dieron amplios espacios a la nominación del precandidato a la presidencia del Partido Revolucionario Institucional, Luis Donaldo Colosio. En la mayoría de los medios, la noticia fue tratada de manera positiva, aun cuando se mencionó que este mecanismo de nominación obedece a una vieja tradición priísta, donde el presidente de la república en turno designa a su posible próximo sucesor.

Se adelanta que una vez concluidas las elecciones en Venezuela (5 de diciembre), los medios de comunicación venezolanos dedicaron espacios al proceso electoral mexicano, ya que existe un especial interés tanto en el ámbito político como económico de México.

2.- DIFUSION DE LA INFORMACION DE MEXICO EN LOS PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIONES

MEDIOS	INFORMACION
a) El Universal	44
b) El Nacional	53
c) Diario de Caracas	46
d) Economía Hoy	33
e) Reporte	40

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

3.1. El Consejero de Prensa, en su calidad de presidente de la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales, asistió a una gira de trabajo organizada por la empresa

petrolera MARAVEN, a sus refinerías en el estado de Falcón y organizó un desayuno de trabajo con el director del periódico El Nacional.

3.2. Se asistió y difundió en los diversos medios de comunicación la apertura del nuevo consulado honorario de México en la ciudad de Puerto Ordaz, en el estado de Bolívar. En esa ocasión el Embajador, Antonio de Icaza, ofreció entrevistas a los medios locales El Bolivarense, El Correo del Caroní y la Televisora Guayanese, en la que destacó la importancia de esta nueva representación diplomática y las buenas relaciones que privan entre México y Venezuela.

3.3. Se asistió a la conmemoración del 40 aniversario de la fundación de Radio Caracas Televisión, acto que estuvo encabezado por el presidente de la República, Ramón J. Velásquez.

3.4. Se asistió a la inauguración del Canal 51, el cual se difundió a través de la Ultra Alta Frecuencia. Asimismo este medio de comunicación ha hecho una petición oficial a la Embajada para apoyarles en la realización de una serie especial de programas dedicados a México.

3.5. Como parte de la campaña de publicidad de promoción turística de México que se lleva a cabo en Venezuela, se asistió a la presentación de la película mexicana "Como Agua para Chocolate".

4.- DIFUSION DE COMUNICADOS DE PRENSA

Durante este periodo se enviaron a los diversos medios de comunicación, tanto locales como a México, los siguientes comunicados:

1.- El Presidente de México, Carlos Salinas de Gortari rindió su Quinto Informe de gobierno.

2.- Se instaló en Puerto Ordaz, Estado de Bolívar,

el Consulado Honorario de México.

3.- Se puso en marcha el Primer Encuentro Binacional México-Venezuela Jornadas Técnicas del Sector de Telecomunicaciones

4.- Se inauguró la exposición "Mucho Sol" del fotógrafo mexicano Manuel Alvarez Bravo

5.- El Embajador de México en Venezuela, Antonio de Icaza dio inicio a una intensa campaña turística

ingresar a Estados Unidos, sino un receptor de esta inversión, dadas las modificaciones hechas especialmente a la Ley de Inversiones Extranjeras y las adecuadas condiciones para el establecimiento de nuevas empresas.

Los medios de comunicación dieron especial difusión a la presentación, por primera vez en Venezuela, de la exitosa película mexicana "Como Agua para Chocolate", calificada por la prensa especializada como uno de los sucesos cinematográficos más importantes de Latinoamérica.

IMAGEN DE MEXICO MES DE DICIEMBRE

1.- RESUMEN DE PRENSA

1.1. Durante este periodo, los diversos medios de comunicación impresos de Venezuela difundieron un total de 153 informaciones vinculadas con México, de las cuales 117 son consideradas positivas; 22 negativas y las 14 restantes imparciales.

La mayoría de los periódicos destacaron la finalización de las negociaciones realizadas por México para el establecimiento de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá; así como la posibilidad de que sea en enero de 1994 cuando sea firmado un acuerdo de liberalización comercial con Venezuela y Colombia dentro del Grupo de los Tres y la visita que realizara a México el vicepresidente de Estados Unidos, Al Gore

Asimismo se dio cobertura informativa a la gira que realizara por Asia el presidente Carlos Salinas de Gortari, destacándose su presencia en Japón, donde se indicó que México no sería un puente para los inversionistas extranjeros que buscan

2.- MEDIOS IMPORTANTES DE COMUNICACION

PERIODICO INFORMACION

a) EL UNIVERSAL	30
b) EL NACIONAL	34
c) DIARIO DE CARACAS	24
d) ECONOMIA HOY	20

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL CONSEJERO DE PRENSA

Durante este periodo el Consejero de Prensa realizó las siguientes actividades:

3.1. Asistió a una reunión de trabajo con la directiva de la Asociación de Corresponsales Extranjeros acreditados en Venezuela.

3.2. Apoyó y atendió a los periodistas mexicanos enviados especialmente para la cobertura del proceso electoral presidencial venezolano.

3.3. En su calidad de Presidente de la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismo Internacionales, ofreció una recepción de fin de año a los jefes de información internacionales tanto de medios impresos como audiovisuales.

3.4. Asistió a la presentación de la película mexicana "como Agua para Chocolate", que forma parte de la difusión que realiza la Secretaría de Turismo de México en Venezuela

3.5. Asistió a la recepción ofrecida por la agencia de publicidad Elpisis -la cual es la encargada de la promoción turística de México, a la cual asistieron representantes de los medios de comunicación y de publicidad de Venezuela.

**4.- COMUNICADOS DE PRENSA
DIFUNDIDOS A LOS DIVERSOS MEDIOS
DE COMUNICACION DE VENEZUELA**

**1) EL GRUPO DE LOS TRES, MECANISMO
EFICAZ DE INTEGRACION Y VEHICULO
IDONEO PARA LA COOPERACION :
ANTONIO DE ICAZA**

**2) FELICITO EL PRESIDENTE DE MEXICO,
CARLOS SALINAS DE GORTARI AL
DOCTOR RAFAEL CALDERA POR SU
TRIUNFO EN LAS ELECCIONES
PRESIDENCIALES DE VENEZUELA**

INFORMS DE ACTIVIDADES DE 1994

IMAGEN DE MEXICO MES DE ENERO

Los hechos de violencia registrados a principios de este mes en el estado sureño de Chiapas, provocó que la imagen de México en Venezuela se viera seriamente afectada. En este periodo los diversos medios de comunicación publicaron un total de 374 informaciones, de las cuales 251 son consideradas negativas; 93 positivas y las restantes 30 imparciales. Esta es la primera ocasión en por lo menos tres años y medio, que el porcentaje de negativa alcanza cifras tan altas y supera la información considerada positiva.

Todos los medios de comunicación, incluyendo los electrónicos, dedicaron durante este periodo, amplios espacios para dar a conocer los hechos de violencia que estallaron el primer día de enero, fecha en la que también empezaba a funcionar el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, en el estado de Chiapas. Informaron que ante tal situación, el mandatario mexicano tuvo que modificar sustancialmente su gabinete.

Los principales medios incluyeron en sus informaciones, artículos de opinión tanto de los escritores más importantes mexicanos -Carlos Fuentes, Octavio Paz, Jorge Castañeda- como de Venezuela -incluyendo al expresidente Luis Herrera Campins, Ibsen Martínez, José Ignacio Cabrujas- quienes pusieron en entredicho el supuesto beneficio que la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari había alcanzado, sobre todo en materia económica. Asimismo destacaron los efectos negativos provocados a nivel internacional, ya que al tiempo de que se cuestionaba la viabilidad del TLC, congresistas norteamericanos proponía una

sesión en el Congreso para analizar la supuesta violación a los derechos humanos por parte del Ejército mexicano.

El hecho alteró, según los propios medios, también la firma del acuerdo de liberación comercial dentro del Grupo de los Tres, ya que se había proyectado signarlo en el puerto colombiano de Cartagena el 21 de enero, fecha que tuvo que ser pospuesta por el presidente Carlos Salinas de Gortari, dada la situación imperante en México. Asimismo se reportó un caída brusca de la Bolsa Mexicana de Valores y un replanteamiento por parte de inversionistas internacionales.

Sin embargo, cabe destacar que también se le dio difusión a las medidas planteadas por el presidente Salinas de Gortari, a fin de buscar una solución pacífica al conflicto, así como su participación en el encuentro de Davoz, Suiza.

El Consejero de Prensa, a su vez, envió a los diversos medios de difusión los comunicados oficiales tanto de las Secretarías de Gobernación, de la Defensa Nacional, como de Relaciones Exteriores, en los que se explicaba la posición del gobierno mexicano frente al conflicto. Asimismo mantuvo reuniones con los jefes de las secciones internacionales de los periódicos: El Globo, Economía Hoy, El Nacional y El Diario de Caracas y con los directores de información de las cadenas televisivas Radio Caracas Televisión y Venevisión, a fin de buscar un equilibrio y mayor certeza en la información.

IMAGEN DE MEXICO MES DE FEBRERO

I. RESUMEN INFORMATIVO

Los medios de comunicación de Venezuela, en su generalidad, difundieron durante este periodo información vinculada con las negociaciones de pacificación que se llevan a cabo en San Cristobal de las Casas, Chiapas, entre los miembros del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y el Comisionado para la Paz, Manuel Camacho, teniendo como mediador al obispo de la localidad, Samuel Ruiz. A pesar del inicio de las gestiones de paz, los diversos medios mantuvieron una tendencia negativa hacia el esfuerzo que realiza la actual administración del presidente Carlos Salinas de Gortari, aun cuando la intensidad y agresividad de la información fue menor que en el mes pasado.

Durante este periodo, los medios de comunicación analizados por esta Embajada publicaron un total de 215 informaciones, de las cuales 112 son consideradas negativas; 83 positiva y las restantes 20 imparciales.

1.1. INFORMACION TEMATICA

1.1.2. SITUACION EN CHIAPAS

Debe destacarse que el tema de la sublevación militar por parte del EZLN fue ampliamente difundida. En forma destacada se "cubrió" la liberación del exgobernador de Chiapas, Absalón Castellanos, así como el inicio de las negociaciones de pacificación. Cabe indicar que tanto las agencias internacionales como por los propios articulistas, tanto mexicanos como locales, que han escrito sobre el tema en los periódicos venezolanos, han vinculado el movimiento armado con la urgente necesidad de alcanzar una apertura en los procesos democráticos nacionales y a la eliminación de estructuras corruptas, sobre todo en el estado de Chiapas.

En particular el periódico El Universal, Economía Hoy y Diario de Caracas, reprodujeron artículos de los escritores mexicanos Octavio Paz, Carlos Fuentes y Jorge Castañeda, entre otros, quienes

mostraron diversos puntos de vista sobre la situación que se vive en Chiapas. Por su parte el Diario 2001 dedicó en dos ocasiones la contraportada para difundir artículos de la revista española Cambio 16 sobre el conflicto armado.

Si bien se percibió como positivo el inicio de las negociaciones de pacificación, también las informaciones publicadas coincidieron en remarcar que los avances que se alcancen en este proceso deberán estar necesariamente vinculadas con una apertura en los procesos electorales mexicanos y la eliminación de la preminencia del PRI en el poder.

1.1.3 PROCESOS ELECTORALES

Los medios de difusión dieron a conocer también las llamadas "jornadas por la democracia", encabezadas por el candidato a la presidencia por parte del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Chuauhtemoc Cárdenas. Estas "jornadas" fueron vinculadas, por parte de las agencias, a la exigencia del llamado EZLN de apertura democrática en el país.

Por lo que se refiere al candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Luis Donaldo Colosio se indicó que su postulación se podría ver empañada ante la insistencia de que podría haber un cambio de último momento que le diera la posibilidad de aspirar a la presidencia al Comisionado para la Paz, Manuel Camacho Solís. Asimismo se indicó que el inicio de su campaña se ha visto opacada por la situación prevaleciente en Chiapas.

1.2. REUNION DE LA OEA

Los medios de comunicación difundieron el inicio de la reunión de la Organización de Estados Americanos, llevada a cabo en la ciudad de México, destacando la presencia del Ministro de Relaciones

Exteriores de Venezuela, Miguel Angel Burelli. Las informaciones giraron en torno a la sucesión del Secretario General del organismo, más que a la temática misma de la reunión.

1.3. INFORMACION ECONOMICA

Por otra parte, diversos periódicos difundieron de manera amplia, los positivos resultados alcanzados por la empresa paraestatal Petróleos Mexicanos, así como la creciente captación de inversión extranjera en México. En un amplio análisis realizado por el diario Economía Hoy, se indicó que uno de los pocos países que ha logrado captar nuevas inversiones ha sido México, así como un positivo proceso de privatización de empresas.

2.- RESUMEN DE LOS PERIODICOS MAS IMPORTANTES

PERIODICOS INFORMACION

1.- EL UNIVERSAL	47
2.- EL NACIONAL	34
3.- DIARIO DE CARACAS	37
4.- EL GLOBO	32
5.- ECONOMIA HOY	21

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

3.1. Asistencia a la conferencia ofrecida por el editor del Miami Herald, organizada por la Embajada de Estados Unidos y la Universidad Católica Andrés Bello.

3.2. Participación como invitado especial a los programas de televisión "20 Puntos" y "Sin Censura" que se transmiten por Venezolana de Televisión y Omnivisión, en los que se dieron a conocer los esfuerzos realizados por el gobierno mexicano tanto para desarrollar la industria turística, alcanzar mejores estándares económicos, cerrar la

brecha de la pobreza y resolver los conflictos prestados en la entidad de Chiapas.

3.3. Se continuaron con las actividades de la Asociación de Agregados de Prensa de las Embajadas y Organismos Internacionales que preside el Consejero de Prensa y se llevó a cabo reuniones de trabajo con los jefes de información de los periódicos El Nacional y El Globo.

4.- COMUNICADOS ENVIADOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Se enviaron a los diversos medios de comunicación los informes oficiales de las actividades desarrolladas por el gobierno para alcanzar el proceso de negociación en Chiapas. Asimismo se transmitieron al periódico Economía Hoy un resumen amplio del Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico, que sirvió de base para la realización de un reportaje sobre esta temática y al periódico El Nacional, una amplia información sobre las ciudades declaradas por la UNESCO como patrimonio de la humanidad.

IMAGEN DE MEXICO MES DE MARZO

1.1. RESUMEN INFORMATIVO

Durante este periodo los diversos medios de comunicación de Venezuela mantuvieron la tendencia de insertar fundamentalmente información vinculada al movimiento armado de Chiapas y, evidentemente, el asesinato del candidato a la presidencia de la República del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Luis Donaldo Colosio y el secuestro del director del Banco Nacional de México.

De un total de 335 informaciones vinculadas con

México, 180 son consideradas negativas, 80 positivas y las restantes 75 imparciales. Cabe señalar que los diarios El Mundo, El Universal, El Diario de Caracas, y Diario 2001, insertaron en sus publicaciones artículos de colaboradores tanto venezolanos como mexicanos, en los cuales se critica el sistema político mexicano y cuestionan las políticas económicas aplicadas por la actual administración como adecuadas para abatir la extrema pobreza.

1.2. PRINCIPALES TEMATICAS

Al inicio de este periodo la tendencia parecía inclinarse nuevamente a visualizar un panorama positivo en cuanto a las negociaciones que sostienen tanto el Comisionado para la Paz, Manuel Camacho Solís y los miembros del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional, una vez concluida la primera ronda, las agencias internacionales dieron como un hecho que el conflicto armado habría concluido, sin embargo declaraciones de miembros del EZLN y los hechos de violencia registrados nuevamente en esa entidad, como fueron las tomas de alcaldías, invasión de tierras y un rechazo al optimismo mostrado por el gobierno de parte del llamado "subcomandante Marcos", hicieron nuevamente que las informaciones giraran en torno a la continuación del conflicto.

1.2.1. ASESINATO DEL CANDIDATO PRIISTA Y SECUESTRO DEL DIRECTOR DE BANAMEX

El asesinato del candidato Luis Donald Colosio y, días antes, el secuestro del presidente de BANAMEX, fueron los detonadores para que se cuestionara, primero, el sistema político mexicano y segundo el grado de estabilidad y confiabilidad de la actual administración.

Tanto las cadenas de radio y televisión como los periódicos locales difundieron de manera amplia

(los diarios dedicaron por lo menos los tres primeros días sus primeras planas), tanto al hecho violento que le costó la vida al candidato priísta a la presidencia, como las primeras investigaciones y detención realizada del presunto homicida. Asimismo se difundieron las declaraciones de condolencias y rechazo por parte de la comunidad internacional y del propio presidente de Venezuela, Rafael Caldera.

Al mismo tiempo, se difundió de manera amplia la nominación del nuevo candidato a la presidencia por parte del PRI, Ernesto Zedillo Ponce de León. La reacción de la prensa, hecha a través de agencias internacionales, es que el nuevo aspirante a la presidencia pertenece al círculo cercano del presidente Salinas, pero que tendrá que "remar contra corriente" dada su poca experiencia como político y su muy difundida capacidad como "tecnócrata".

Los medios de comunicación dieron especial cobertura al secuestro del presidente de BANAMEX, dejando entrever que podría estar ligado a grupos subversivos, en especial a los miembros del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional o por lo menos a grupos allegados a éstos.

1.2.2. GRUPO DE LOS TRES

Tanto medios especializados como la prensa en general difundieron, el estancamiento de las negociaciones tendientes a alcanzar un acuerdo de libre comercio entre México, Venezuela y Colombia. Los periodistas especializados indicaron que "el atorón" obedecería a que existe discrepancia en los sectores químicos, petroquímicos y de textiles.

En declaraciones atribuidas al director del Instituto de Comercio Exterior de Venezuela, se agrega que hasta no alcanzar un consenso nacional entre los

empresarios vinculados a estos sectores, en los cuales exista un pleno convencimiento sobre los puntos en negociación, las pláticas poco podrán avanzar.

2.- ACTIVIDADES DE LA CONSEJERIA DE PRENSA

Tras el asesinato del candidato a la presidencia de la República, Luis Donaldo Colosio esta Embajada realizó una serie de actividades a fin de difundir los hechos y tratar de revertir la tendencia negativa que se pudiera presentar. Para ello se ofrecieron entrevistas de prensa con los siguientes medios de comunicación: VENEVISION, Radio Caracas Televisión, Televen, Omnivisión, Radio Capital, Radio Caracas Radio, El Universal, El Nacional y el Economía Hoy.

Ante la avalancha de informaciones publicadas por los diversos medios de comunicación y críticas sin fundamento difundidas por el columnista del periódico El Mundo, Rafael Del Naranco, se envió una carta aclaratoria al periódico El Mundo y se transmitieron a los medios de prensa los comunicados emitidos por la Presidencia de la República, la Secretaría de Gobernación y la Procuraduría General de la República, a fin de proporcionar a los representantes de los medios de comunicación el punto de vista del gobierno mexicano.

Asimismo el Consejero de Prensa asistió al programa de televisión "Al Instante", que se difunde a través de la cadena de televisión Omnivisión, donde se habló, según el pliego de instrucción enviado por esa Secretaría, de la situación en Chiapas, las repercusiones tras la muerte del candidato Colosio y las perspectivas político-electorales que enfrentará México el próximo mes de agosto.

En otro orden de cosas, se dio amplia difusión a la realización del primer Seminario "Expertos en

México", el cual fue organizado por la Secretaría de Turismo de México, la Embajada de México y la línea aérea costarricense, LACSA. Cabe señalar que, como cada año, también fueron invitados periodistas venezolanos para asistir al Tianguis Turístico de México, mismo que se efectuará la primera semana de mayo en el puerto de Acapulco.

Asimismo se dio apoyo en materia de difusión a la empresa mexicana MASECA, con motivo del acto de "lanzamiento" de sus productos en Venezuela. El evento se llevó a cabo en la ciudad de Barquisimeto y al acto asistieron el gobernador del estado de Lara, así como personalidades políticas, empresariales y comerciales de esa entidad.

En otro orden de cosas, esta Embajada colaboró de manera importante en la organización y desarrollo del Primer Seminario de "Expertos en México", puesto en marcha por la Secretaría de Turismo y la línea aérea de Costa Rica, LACASA. Al evento asistieron más de 60 mayoristas y prestadores de servicios turísticos.

Otras de las actividades realizadas por esta Consejería durante este periodo fueron las siguientes:

- a) Participación en el seminario "Periodismo en el Año 2000", al cual asistieron directores de los periódicos "El Universal", "Diario de Caracas", "Diario 2001", entre otros y fue organizado por la Universidad Católica "Andrés Bello" y la Embajada de Estados Unidos.
- b) Reunión de trabajo con el director de Relaciones Públicas de la empresa VENCEMOS (adquirida recientemente por la cementera mexicana CEMEX), y el corresponsal de Excelsior, Roberto Cienfuegos

IMAGEN DE MEXICO MES DE ABRIL

1.- RESUMEN INFORMATIVO

1.1. Los diversos medios de comunicación de Venezuela difundieron durante este periodo un total de 194 informaciones vinculadas con México, de las cuales se pueden considerar positivas 72; negativas 94 y las restantes 20 imparciales. Debe destacarse que la tendencia negativa que había prevalecido durante los dos primeros meses del año ha venido disminuyendo en forma importante.

1.2. TEMATICAS INFORMATIVAS

Los temas que mayormente abordaron durante este periodo los medios de comunicación fueron: las reacciones e investigaciones que se vienen haciendo sobre el asesinato de Luis Donaldo Colosio, ex candidato a la presidencia de la República; la candidatura de Ernesto Zedillo; el conflicto de Chiapas y el secuestro de empresarios mexicanos.

El proceso electoral mexicano, frente a las elecciones generales del próximo 21 de agosto, han sido ampliamente difundidos tanto por los periódicos como por revistas y canales de televisión. Las discusiones en torno a la limpieza del proceso; las posibilidades de participación de observadores internacionales y el mantenimiento de la estructura monolítica del Partido Revolucionario Institucional como una marcha hacia atrás en la democratización de esa agrupación política, con la designación de Ernesto Zedillo como candidato a la presidencia, constituyen los elementos fundamentales en los que se basan las informaciones de agencias internacionales.

Asimismo se ha dado especial difusión al conflicto de Chiapas. Las informaciones giraron en tres entornos: el aniversario del natalicio de Emiliano

Zapata, que fue aprovechado por organizaciones campesinas y políticas para reavivar las posiciones encontradas existentes en México en torno a la violencia en el estado sureño mexicano; la ratificación de Manuel Camacho Solís como negociador gubernamental y la posibilidad de reactivar el diálogo entre las partes, una vez que las condiciones, según los miembros del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional, al parecer podrían ser ya las adecuadas.

En otro contexto, se difundió también el clima de violencia que al parecer existe en el país, tras el secuestro de otro importante empresario, sin que hasta el momento se haya podido resolver el secuestro del director general del Banco Nacional de México. En este contexto de violencia se inserta ahora el asesinato del jefe de la policía de Tijuana, al parecer hecho por grupos de narcotraficantes de la región.

Es importante destacar que un alto porcentaje de la información que se difunde sobre México en los medios de comunicación venezolanos tienen como fuente a las agencias internacionales de información, destacándose sobre todo, AP, EFE e IPS.

2.- PRINCIPALES MEDIOS DE INFORMACION

Los medios de comunicación impresos que mayor información destacaron sobre México fueron:

PERIODICO INFORMACION

a) DIARIO DE CARACAS	33
b) EL NACIONAL	27
c) EL UNIVERSAL	26
d) ECONOMIA HOY	22

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

Para poder contrarrestar las informaciones negativas que se han difundido a través de los medios de comunicación, el Consejero de Prensa de esta embajada mantuvo entrevistas en prensa, radio y televisión.

a) Participó en el programa "Al Instante", que se difunde a través de la cadena Omnivisión; en el que se hizo un análisis sobre los principales acontecimientos de México, sus perspectivas y un apartado especial sobre el próximo proceso electoral del 21 de agosto.

b) Participó en entrevista con el periodista Carlos Chávez de Radio Suave, que tiene como temática fundamental el análisis de las perspectivas económicas latinoamericanas. En esta ocasión se habló sobre el tema México y su participación en los nuevos mercados internacionales.

c) En su calidad de presidente de la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales (APREOI), el Consejero de Prensa fue entrevistado en Radio Caracas Radio y asistió a una reunión de trabajo con la directiva de la revista Summit y del periódico El Nacional.

d) Asistió al aniversario número 85 del periódico El Universal.

f) Publicó un amplio artículo en el periódico Economía Hoy (media plana) sobre la aceptación de México en la OCDE y su inserción en las nuevas corrientes económicas internacionales.

g) Se enviaron también a los medios comunicados sobre los avances que en las negociaciones de pacificación en el estado de Chiapas adelanta el gobierno, a través de su comisionado para la paz y la creación de la Comisión Presidencial para la Seguridad Nacional.

IMAGEN DE MEXICO MES DE MAYO

1.- RESUMEN DE PRENSA

Durante este periodo se puede apreciar un cambio sustancial en la tendencia negativa que la prensa venezolana había mantenido en los cuatro meses anteriores. Los medios de comunicación locales analizados por esta Embajada, publicaron un total de 189 informaciones vinculadas con México, de las cuales 111 son consideradas positivas; 54 negativa y las restantes 24 imparciales.

2.- PRINCIPALES TEMATICAS

Las expectativas causadas por el reinicio de las negociaciones entre México, Venezuela y Colombia, para alcanzar un acuerdo de liberalización comercial dentro del Grupo de los Tres, fue el tema que mayor acaparó la atención de la prensa local. Al inicio del mes, las expectativas planteadas por las autoridades venezolanas en cuanto a la imposibilidad de llegar a un acuerdo dadas las diferencias con México en materia textil y químico, fueron disipadas más adelante, tras la reunión de ministros de Comercio de los tres países, celebrada en Colombia.

Tanto el fin de la negociación, como el anuncio de la firma del acuerdo dentro del marco de la reunión cumbre Hispanoamericana, que se llevará a cabo en el mes de junio en la ciudad de Cartagena, Colombia, fue recibida tanto por la prensa, como por sectores gubernamentales y de producción venezolanos de manera muy positiva.

Por otra parte, los diversos medios de comunicación también difundieron tanto las discusiones preliminares, como el resultado del debate de los candidatos a la presidencia de la República de México, el cual fue calificado tanto por

comentaristas locales como internacionales, como un avance en el proceso democrático mexicano. Según las diversas agencias de prensa internacional, citados por los medios locales, el "triunfador" del encuentro fue el dirigente del Partido de Acción Nacional, Diego Fernández de Cevallos.

Se mantuvo en la prensa, aun cuando en un tono mucho menor, el conflicto armado del estado sureño de Chiapas. En lo particular, se dieron a conocer los encuentros sostenida por el candidato a la presidencia del partido de la Revolución Democrática, Cuauhtémoc Cárdenas y el llamado comandante "Marcos", así como las amenazas de la "comandancia" del denominado Ejército Zapatista de Liberación Nacional, de actuar militarmente en caso de no darse un proceso democrático en los próximos comicios presidenciales de agosto.

Por otro lado, la prensa venezolana dio gran cobertura al otorgamiento del premio de literatura Príncipe de Asturias, al escritor mexicano Carlos Fuentes y el diario El Nuevo País, ha dedicado prácticamente todo el mes una sección especial a la vida de la actriz mexicana María Félix.

3.- RESUMEN DE LOS PERIODICOS MAS IMPORTANTES

PERIODICOS	INFORMACION
a) EL UNIVERSAL	30
b) DIARIO DE CARACAS	28
c) EL NACIONAL	21
d) ECONOMIA HOY	18

4.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

4.1. En cuanto a la labor desarrollada por la Consejería de Prensa durante este periodo, debe

señalarse que se promovió y acompañó a un grupo de periodistas (El Nacional, El Globo, Revista Producto, Grupo de Armas y El Impulso) al Tianguis Turístico, celebrado entre el 5 y 9 de mayo en el puerto mexicano de Acapulco, logrando un impacto muy positivo en la prensa venezolana. Asimismo estos comunicadores participaron en el llamado "Postianguis", que consiste en visitar diversas ciudades mexicanas.

4.2. Se mantuvieron reuniones de trabajo con los jefes de las secciones internacionales de El Globo, Economía Hoy y Canal Metropolitano de Televisión.

4.3 Se enviaron a los diversos medios de comunicación la revista especializada del Banco Nacional de Comercio Exterior, el perfil de los candidatos a la presidencia de la República y se mantuvieron reuniones de trabajo con los jefes de información internacional de los periódicos El Globo, Reporte y Economía Hoy. Asimismo se difundió, a través del diario Reporte, una extensa entrevista con el Encargado de Negocios y con el Consejero de Prensa.

IMAGEN DE MEXICO MES DE JUNIO

1. RESUMEN DE PRENSA

Durante el transcurso de este periodo, los diversos medios de comunicación de Venezuela, que son analizados por esta Embajada, publicaron un total de 258 informaciones vinculadas con México, de las cuales se puede señalar que 143 son consideradas positivas; 69 negativas y las restantes 46 imparciales.

Los tópicos de mayor relevancia fueron: la firma del acuerdo de liberalización comercial del

denominado Grupo de los Tres, integrado por México, Venezuela y Colombia, acto celebrado en el marco de la IV Reunión Iberoamericana que se llevó a cabo en Cartagena, Colombia; la renuncia del Comisionado para la Paz para Chiapas, Manuel Camacho Solís y sus repercusiones en el sistema político mexicano; declaraciones y amenazas de los grupos armados chiapanecos; la liberalización del banquero mexicano y la participación de México en el mundial de Fut Bol, en Estados Unidos.

1.2. GRUPO DE LOS TRES

Amplios espacios dedicó la prensa venezolana a la firma del acuerdo de liberación comercial entre México, Venezuela y Colombia, negociación iniciada en 1990 y que habría generado una enorme expectación en Venezuela, sobre todo ante la presión ejercida por diversos sectores tanto industriales como comerciales, los cuales se habían opuesto, en una primera instancia, a su firma, así como por el cambio gubernamental en Venezuela y las expectativas causadas por las inminentes elecciones presidenciales en Colombia y México.

Su entrada en vigor ha sido vista como una oportunidad para Venezuela, no sólo de poder incrementar su comercio con México (con Colombia ya habría firmado un acuerdo de liberalización comercial), sino que se abren las perspectivas para que puedan incorporarse, en un futuro cercano, al Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Asimismo, el gobierno venezolano ha considerado como prioritario para su gobierno, el ingreso de nuevas inversiones, ante la difícil situación económica por la que atraviesa el país.

1.3. PARTICIPACION DE MEXICO EN LA IV CUMBRE IBEROAMERICANA

La prensa venezolana dedicó amplios espacios a la realización de la IV Cumbre Iberoamericana llevada

a cabo en Cartagena de Indias, Colombia, con la participación de cerca de 22 jefes de Estado y gobierno, a la cual asistió el presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari.

Los medios dieron a conocer un resumen del discurso pronunciado por el mandatario mexicano, así como las reuniones que sostuvo con sus homólogos y con el jefe de estado cubano, Fidel Castro.

1.4. RENUNCIA DEL COMISIONADO PARA LA PAZ Y DECLARACIONES DEL DENOMINADO EJERCITO ZAPATISTA DE LIBERACION NACIONAL

Otras de las temáticas que dio especial atención la prensa venezolana, fueron tanto la renuncia del Comisionado para la Paz, Manuel Camacho Solís, tras el anuncio del Ejército Zapatista de no haber aceptado las propuestas gubernamentales y ante la crítica realizada por el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Ernesto Zedillo, lo que ocasionó, al decir de las agencias internacionales, un serio caos en el sistema político mexicano.

Por otra parte, se dieron a conocer las amenazas de los propios "zapatistas" de reactivar las acciones militares en caso de que las elecciones presidenciales no sean, a su manera de ver, "limpias y claras", y las exigencias de la dirigencia de rechazar el pliego negociador que se había concertado en meses anteriores. Asimismo se destacó las acciones emprendidas por el gobierno en el sentido de agilizar la dotación de tierras a campesinos.

1.5 LIBERALIZACION DE BANQUERO MEXICANO

Tanto la prensa como los medios electrónicos dedicaron también amplio espacio a la liberalización del banquero mexicano, que por más de dos meses

estuvo secuestrado. Se dio a conocer que tras haber pagado un rescate cercano de los 50 millones de dólares, Alfredo Harp fue puesto en libertad.

2.- RESUMEN DE INFORMACIONES EN LOS PERIODICOS MAS DESTACADOS

PERIODICOS INFORMACIONES

a) EL UNIVERSAL	42
b) EL NACIONAL	28
c) DIARIO DE CARACAS	47
d) ECONOMIA HOY	23

3.- ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA CONSEJERIA DE PRENSA

3.1. Se organizó una conferencia de prensa con la Directora de Promoción para América Latina de la Secretaría de Turismo, Alicia Anzorla, quien visitó Venezuela para la realización de un encuentro entre hoteleros mexicanos, mayoristas y agentes de viajes venezolanos. Asimismo, se organizaron para la representante del turismo mexicano, encuentros con el Viceministro de la Corporación de Turismo de Venezuela; encuentros con representantes de la Asociación Venezolana de Agentes de Viajes y Líneas Aéreas. Se llevó a cabo, también, una noche mexicana, dedicada a la difusión de los valores folclóricos y culinarios mexicanos y en la que participaron tanto a prestadores de servicios turísticos, como a representantes de los diversos medios de comunicación.

3.2. Se organizó una conferencia de prensa con representantes de los medios de comunicación de México y agencias internacionales, con el Subsecretario para América Latina de la Secretaría de Relaciones Exteriores, Jorge Pinto quien encabezó la delegación mexicana a la reunión de la Asociación de Países del Caribe.

3.3. Se organizó una conferencia de prensa con el

Director de Asuntos Internacionales del Fondo de Cultura Económica, Héctor Murillo quien realizó una gira de trabajo por Venezuela, para hacer la presentación de la obra "Una visión de la modernización de México", la cual fue editada para conmemorar los 60 años de fundación de esa casa editorial.

3.4. Se realizaron reuniones de trabajo con los jefes de información internacional de los periódicos: El Globo, El Nacional, Diario de Caracas, Reporte y con el jefe de información de Radio Caracas Radio.

4.- COMUNICADOS DE PRENSA

Durante este periodo se enviaron a los diversos medios de comunicación los siguientes comunicados:

1.- El Presidente de México, Carlos Salinas de Gortari visitará Cuba y Colombia.

2.- Se presentó en Venezuela la colección "Una visión de la Modernización de México", del Fondo de Cultura Económica.

3.- México suscribió el Acta de Instalación de la Asociación de Estados Caribeños.

IMAGEN DE MEXICO MES DE JULIO

Durante este periodo, los diversos medios de comunicación de Venezuela difundieron un total de 156 informaciones vinculadas con México, de las cuales puede señalarse que 87 son consideradas positivas; 43 negativas y las restantes 26 imparciales.

Las temáticas que han sido destacadas por la prensa venezolana durante este periodo son:

a) El proceso electoral mexicano, tanto el que se incluye su organización, como las posiciones políticas de los candidatos a la presidencia de la República, sobre todo del PRI, PAN y PRD. Vinculado a esta temática, mereció especial atención el accidente automovilístico que sufrió el candidato a la gubernatura por el estado de Chiapas del PRD, el cual se especula que hubiera sido provocado, ya sea por fuerzas estatales gubernamentales o priístas.

En esta misma temática, se encuentran las posiciones que los partidos han expresado de su participación en los medios de comunicación nacional, en lo particular la televisión, que a decir de la oposición, ha sido acaparada y monopolizada para el candidato priísta.

b) Situación en Chiapas: la prensa local destacó también el nombramiento del nuevo comisionado para la paz en Chiapas; el llamado hecho por el denominado "Ejército Zapatista de Liberación Nacional" para la celebración de un "Congreso Nacional" en el que se analizará la situación imperante en el país y las acciones que asumirán una vez concluido el proceso electoral; actos de violencia registrados en la entidad y la entrega de tierras a campesinos por parte del gobierno estatal.

c) La firma del acuerdo por el que se crea la Asociación de Estados del Caribe, cita a la cual asistió el presidente mexicano Carlos Salinas de Gortari.

d) Las conversaciones que autoridades energéticas mexicanas y venezolanas vienen adelantando para la ratificación, un año más, del llamado Pacto de San José, mecanismo por el cual naciones centroamericanas y caribeñas reciben petróleo a precios accesibles y apoyos y créditos financieros para su desarrollo.

e) Los medios de comunicación también

difundieron reportajes y artículos vinculados con la promoción del turismo mexicano y la difusión de actividades realizadas por esta Embajada, como fue el caso de la realización de la presentación de la II Bienal de Video Mexicano.

En cuanto a la actividad desarrollada por la Consejería de Prensa, debe señalarse que a fin de promover los esfuerzos que realiza el gobierno y pueblo de México para el desarrollo del proceso electoral del próximo 21 de agosto, se preparó una carpeta especial, la cual fue entregada en forma personal a los jefes de información internacional de los siguientes periódicos: El Nacional, Diario de Caracas, Reporte, El Globo, Economía Hoy, Daily Journal; a la Junta Directiva del Consejo Supremo Electoral; al presidente de la Cámara de Comercio México-Venezuela; al Ministro Director de la Oficina Central de Información; al director general de la agencia gubernamental VENPRES.

Por otra parte, se dieron entrevistas a los periódicos El Globo y El Diario de Caracas, a fin de explicarles los pasos y desarrollo del próximo proceso electoral mexicano. Se atendieron peticiones para asistir como Invitados Especiales a las elecciones.

En otro orden de cosas, se asistió a la creación de la Asociación Independiente de la Cámara de Televisión de Venezuela y al 58 aniversario de fundación de Radio Nacional.

El Consejero de Prensa impartió una conferencia sobre la Participación de México en Materia Turística dentro del G-3, evento organizado por la Federación de Cámaras de Venezuela (FEDECAMARAS) en sus 50 Años, reunión a la que asistió también el Ministro de la Corporación de Turismo de Venezuela y el Viceministro de Comercio y Turismo de Colombia.

IMAGEN DE MEXICO MES DE AGOSTO

1.- Durante este periodo, los diversos medios de comunicación de Venezuela que son analizados diariamente por esta Representación, publicaron un total de 215 informaciones vinculadas, de las cuales pueden calificarse como positivas 151 informaciones; 64 negativas y las restantes 17 imparciales.

El proceso electoral presidencial mexicano, desde sus etapas previas hasta la obtención de resultados finales, fue la temática que mayor espacio ocupó en los medios de comunicación durante este periodo; en segundo término, se ubicó la situación de Chiapas, en lo particular la realización de la Convención Nacional del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional y, en menor escala, la firma de la continuación del Acuerdo Petrolero de San José, el cual fue ratificado en ceremonias separadas por los presidentes de ambos países.

A medida que se fue acercando el 21 de agosto, los medios de comunicación empezaron a dedicar mayor espacio a la difusión de los comicios mexicanos. Tres fueron las temáticas que dominaron previo a los comicios: el manejo de encuesta que daban como ganador al candidato del Partido Revolucionario Institucional; clima de incertidumbre ante la posibilidad de fraude o falta de confiabilidad por parte de los organismos electorales nacionales y la presión ejercida por el llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional.

Previo y durante a la celebración del proceso, las agencias internacionales de información aseguraron que existía un clima de tranquilidad y confianza, así como la llegada de más de 700 "invitados especiales extranjeros" y la preparación y capacitación de más de 70 mil observadores nacionales. Tras la culminación del proceso, las

notas insertadas dieron cuenta de la limpieza del proceso y sólo se quiso empañar con las denuncias presentadas por organizaciones civiles por la carencia de boletas en las llamadas "casillas especiales", las denuncias de fraude por parte del Partido de la Revolución Democrática y las amenazas del EZLN en el estado de Chiapas.

A través de informaciones de agencias internacionales, los medios impresos dieron amplia difusión al proceso y sólo hasta después de tres días, algunos de ellos dedicaron algunos espacios editoriales a analizar los comicios mexicanos, en la mayoría de los puntos de vistas expresados por políticos, periodistas y analistas internacionales, se presentó la coincidencia de que fue impresionante la participación ciudadana, el reconocimiento, en general, a la limpieza del proceso y la sorpresa de que a pesar de 65 años en el poder, el PRI se mantiene como el partido en la preferencia popular.

Durante este periodo las actividades de difusión por parte de esta Representación fueron intensas: se preparó una carpeta informativa sobre todo el proceso electoral mexicano, las cuales fueron entregadas personalmente a los representantes de los medios de comunicación y de los sectores gubernamentales, privado y académico. Durante las visitas, se explicó de manera detallada los esfuerzos que gobierno y pueblo mexicano han realizado para alcanzar altos estándares en materia político-electoral.

Entre los sectores que se visitaron destacan: las cámaras de Radiodifusión y Televisión; Partido Acción Democrática; Instituto de comercio Exterior; Comisión Permanente de Política Exterior del Senado y Diputados; Agencia Oficial de Información VENPRESS; diario Reporte y Federación de Cámaras.

En cuanto a las entrevistas ofrecidas a los medios de comunicación, se mantuvo contacto con

Venezolana de Televisión; Unión Radio mil 90; Agencia VENPRES; Televen; periódico Últimas Noticias, El Globo y Radio Caracas Radio.

El día previo a las elecciones se realizó una conferencia de Prensa, en la que se dio a conocer, además de los detalles del proceso, los documentos: The August 21 Elecciones in Mexico; a Peaceful Transition Will Bring Increased Economic Growth; Las perspectivas para unas elecciones libres, limpias y honestas en México y el análisis del Sistema Electoral Mexicano, elaborado por la misión técnica de la ONU.

Durante el día de las elecciones, se dieron entrevistas de prensa a la mayoría de los medios impresos y electrónicos y se difundieron boletines de prensa para dar a conocer el avance del conteo.

En este periodo también se inició una colaboración permanente en el periódico REPORTE, el cual todos los viernes publicará información vinculada con México. En la primera colaboración se ofreció un amplio panorama de todos los pasos y procesos de las elecciones en México y, una vez conocidos los resultados finales, una amplia colaboración dedicada a analizar los diez puntos económicos propuestos por el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Ernesto Zedillo. Asimismo en el diario El Globo, el Consejero de Prensa publicó un artículo titulado "Elecciones Mexicanas: Motivo de Orgullo".

Cabe remarcar también, que durante este proceso, se enviaron a los medios de información 12 comunicados, para informar desde la preparación del proceso, los resultados y las reacciones que se suscitaron tanto a lo interior como al exterior del país.

IMAGEN DE MEXICO MES DE SPETIEMBRE

1.- Durante el mes de septiembre los diversos medios de comunicación de Venezuela difundieron un total de 130 informaciones vinculadas con México, de las cuales 58 son consideradas positivas; 48 negativas y las restantes 24 imparciales.

Los medios de comunicación que dieron mayor atención a México durante este periodo, fueron los siguientes: 1) El Universal con 19 informaciones; El Nacional, con 26; El Diario de Caracas, con 18 y Economía Hoy con 20.

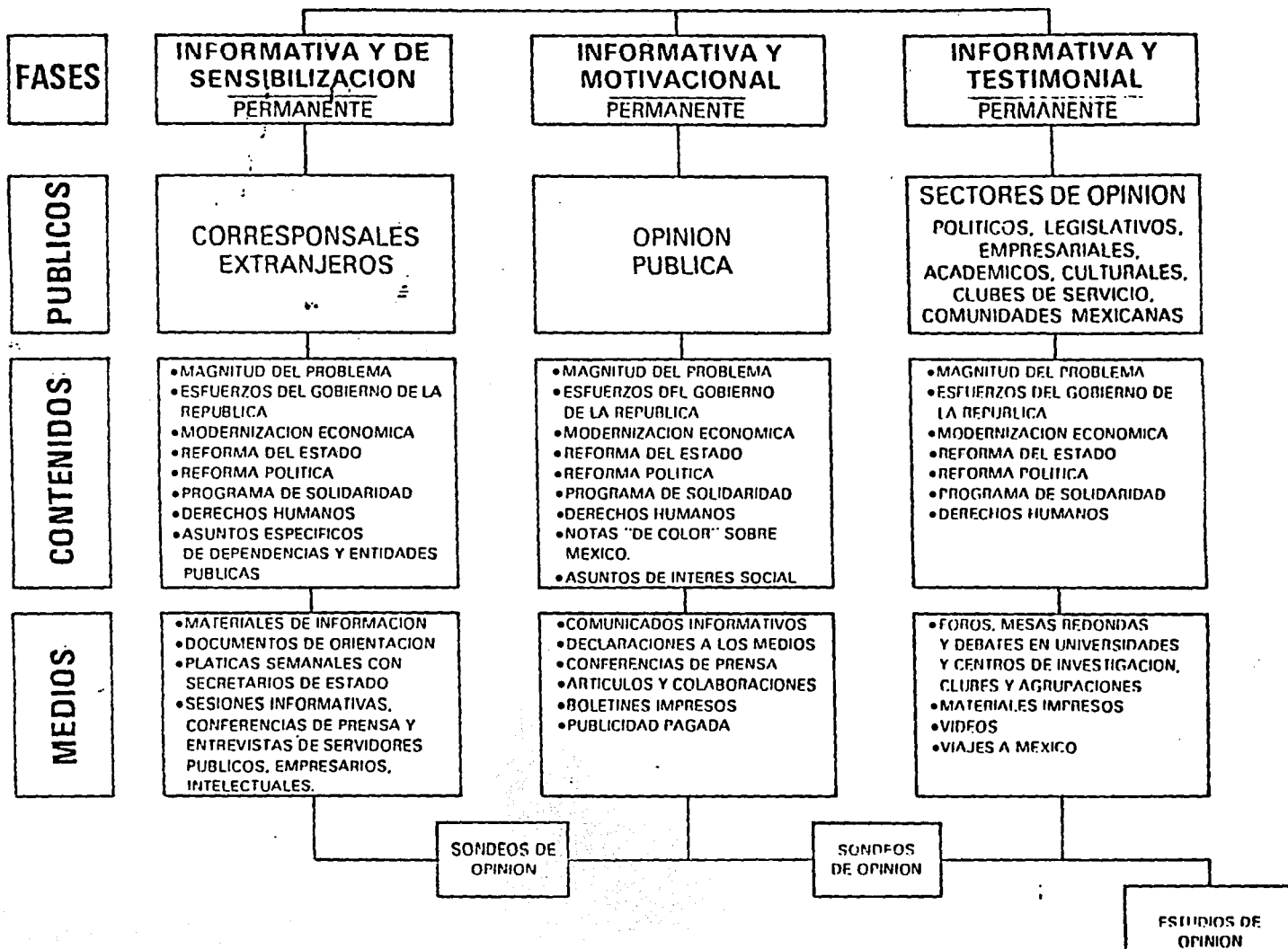
Las principales temáticas tratadas por los medios de comunicación fueron: las festividades llevadas a cabo con motivo de la celebración del 184 aniversario de la Independencia de México; las posibilidades que tiene el presidente Carlos Salinas de Gortari de alcanzar la presidencia de la Organización Mundial de Comercio, tras el retiro de la candidatura del exministro de Economía de Brasil; los acuerdos comerciales firmados por México y Bolivia y la recuperación y perspectivas que guarda la economía mexicana.

Por otro lado, los medios de comunicación también dedicaron amplios espacios a la difusión de información proveniente de agencias internacionales relacionadas con el asesinato del dirigente priísta, Francisco Ruiz Massieu; a la intervención del Banco Unión y el desfaldo millonario realizado por su principal accionista; las declaraciones del dirigente del llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional, sub Comandante "Marcos" quien denunció el recrudescimiento de la violencia en la zona por parte del Ejército y las indecisiones políticas tras las elecciones gubernamentales de agosto pasado, y la posibilidad de que existan otros grupos guerrilleros en el país.

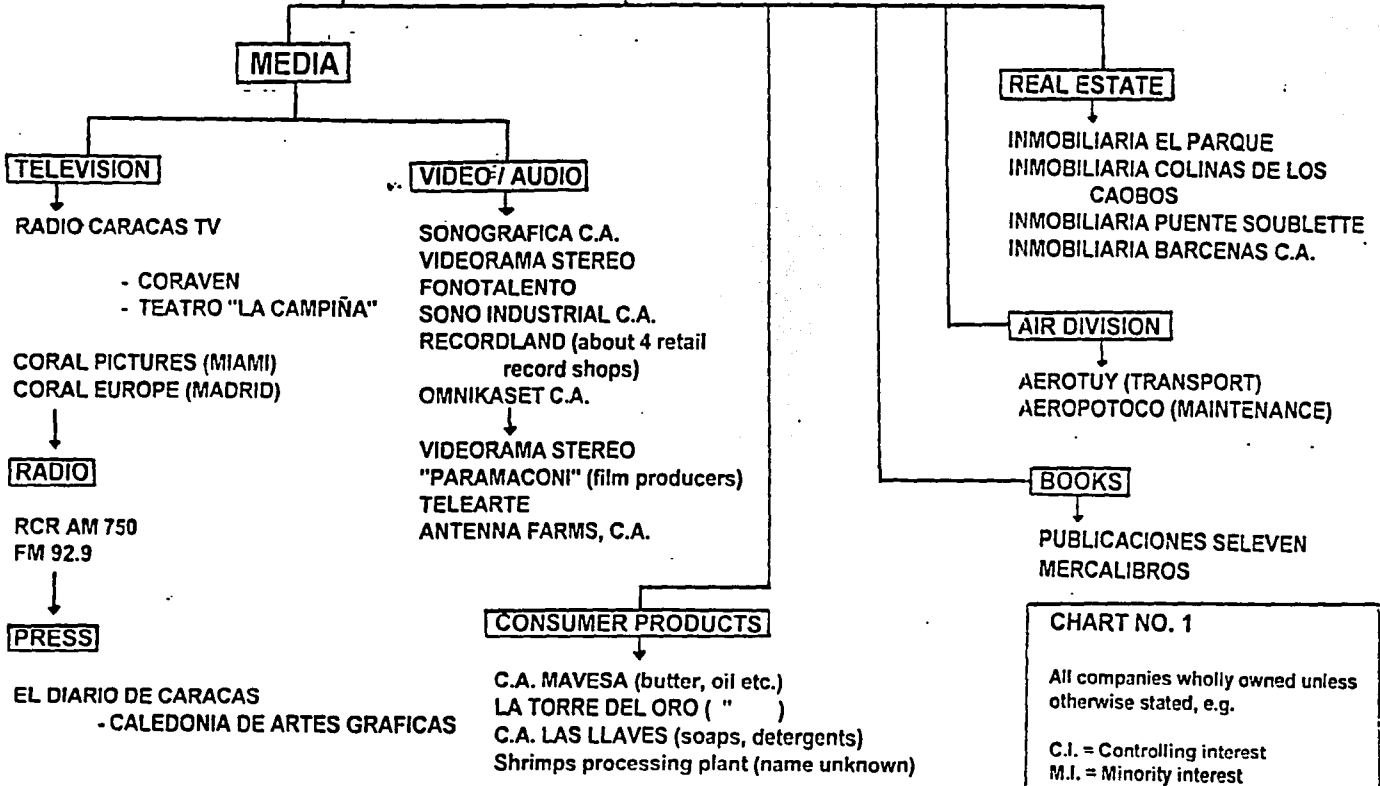
Durante este periodo, la Embajada llevó a cabo diversas actividades a fin de difundir la celebración del 184 aniversario de la Independencia de México, para lo cual se organizaron los siguientes eventos: presentación del personal de la Embajada en TELEVEN, a fin de dar a conocer los valores y riquezas, históricas, culturales y folclóricas mexicanas; el Jefe de Misión participó en una entrevista en Radio Nacional; se preparó un suplemento especial para el periódico REPORTE; se organizaron dos festividades, el 15 con la participación de toda la comunidad mexicana residente en Venezuela, en la que actuaron importantes músicos locales y nacionales, y el 16 con el cuerpo diplomático y representantes del sector público y privado, medios de comunicación, empresarios y sector cultural de Venezuela.

Por otro lado, se continuaron con las colaboraciones semanales al periódico REPORTE, que cada viernes dedica una página a México, la cual se elabora con material informativo proporcionado por la Embajada. El Consejero de Prensa realizó dos colaboraciones en el periódico El Globo, sobre las propuestas hechas por Ernesto Zedillo en materia de política exterior de México para la próxima administración y la actividad turística mexicana; asimismo asistió como invitado especial a la Primera Asamblea Nacional sobre Turismo, organizada por la Federación de Cámaras de Turismo y el Consejo Nacional de Turismo de Venezuela, evento en el que participó el Director General de Políticas de la Secretaría de Turismo de México.

ESTRATEGIA DE COMUNICACION SOCIAL



EMPRESAS 1BC



IN CONFIDENCE

CHART NO. 1

All companies wholly owned unless otherwise stated, e.g.

C.I. = Controlling interest
M.I. = Minority interest
• = Abroad

**ORGANIZACION DIEGO CISNEROS
(ODC)**

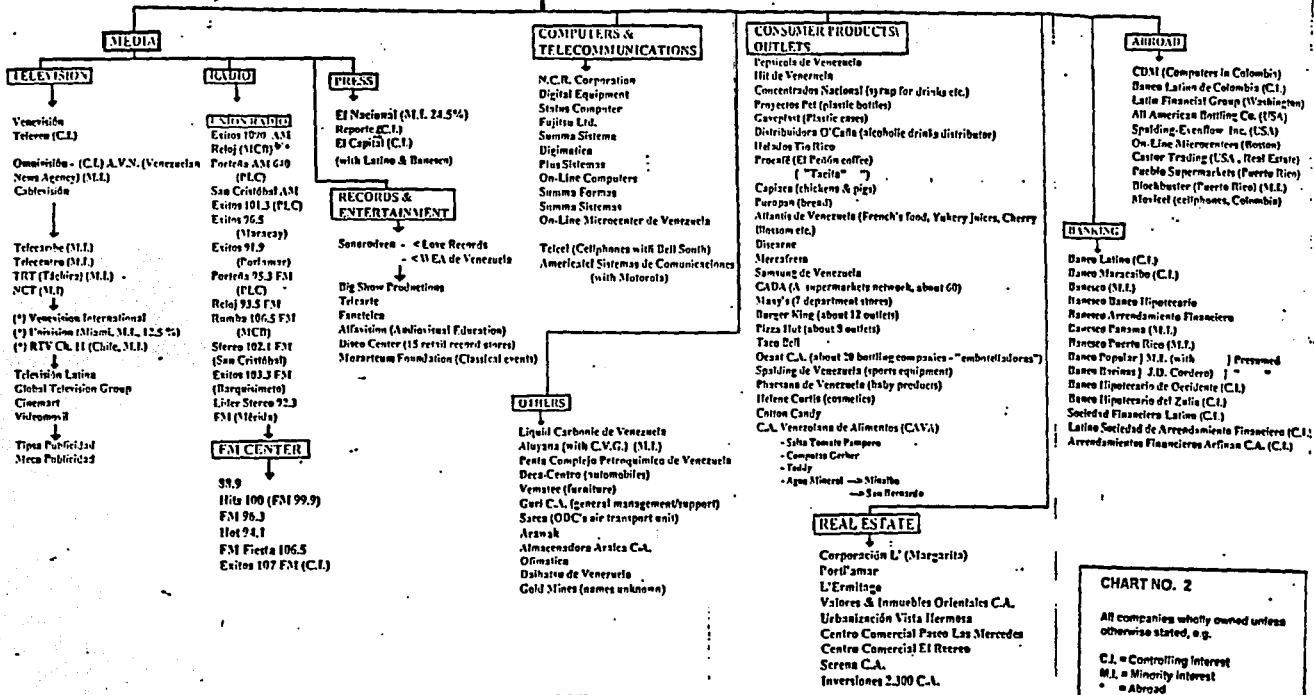


CHART NO. 2
All companies wholly owned unless otherwise stated, e.g.
C.I. = Controlling Interest
M.I. = Minority Interest
• = Abroad

THE DE ARMAS PUBLISHING GROUP

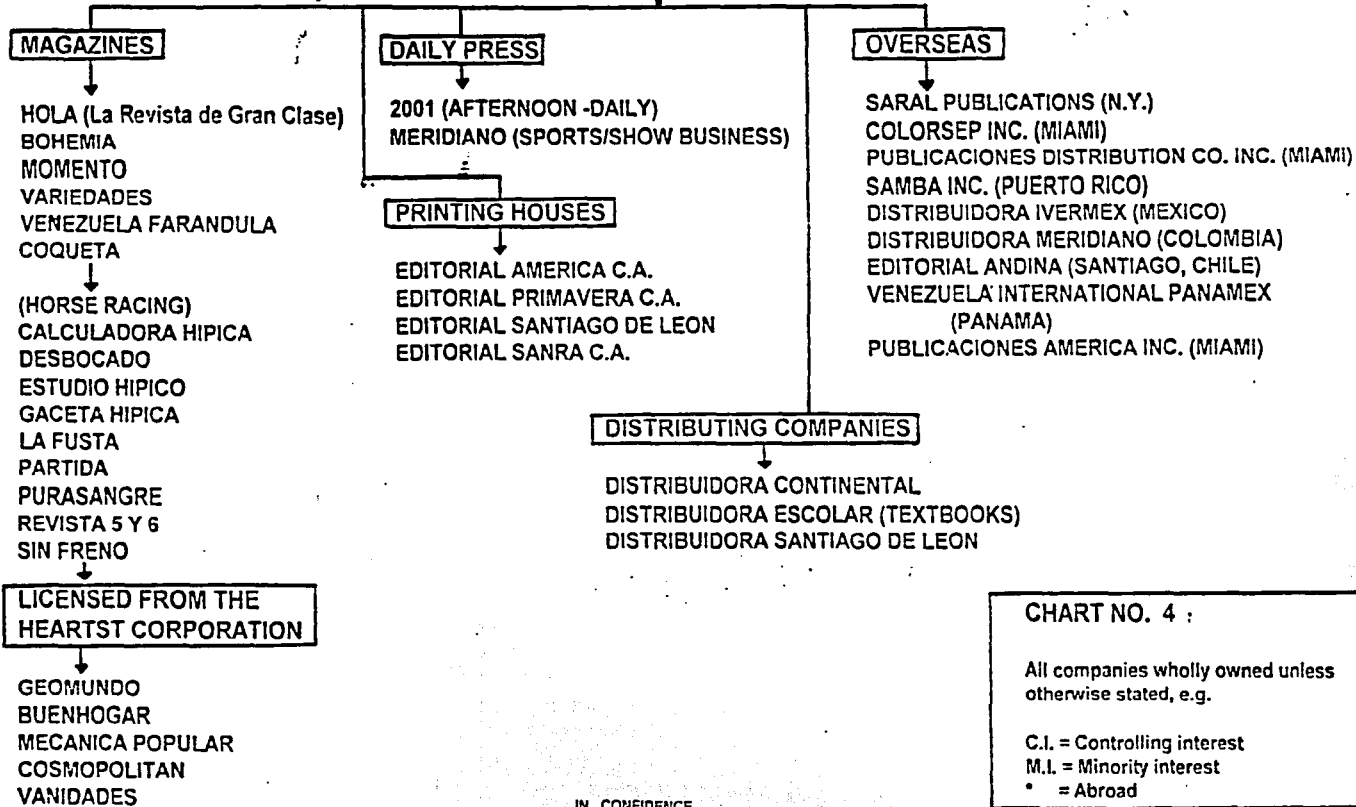


CHART NO. 4 :

All companies wholly owned unless otherwise stated, e.g.

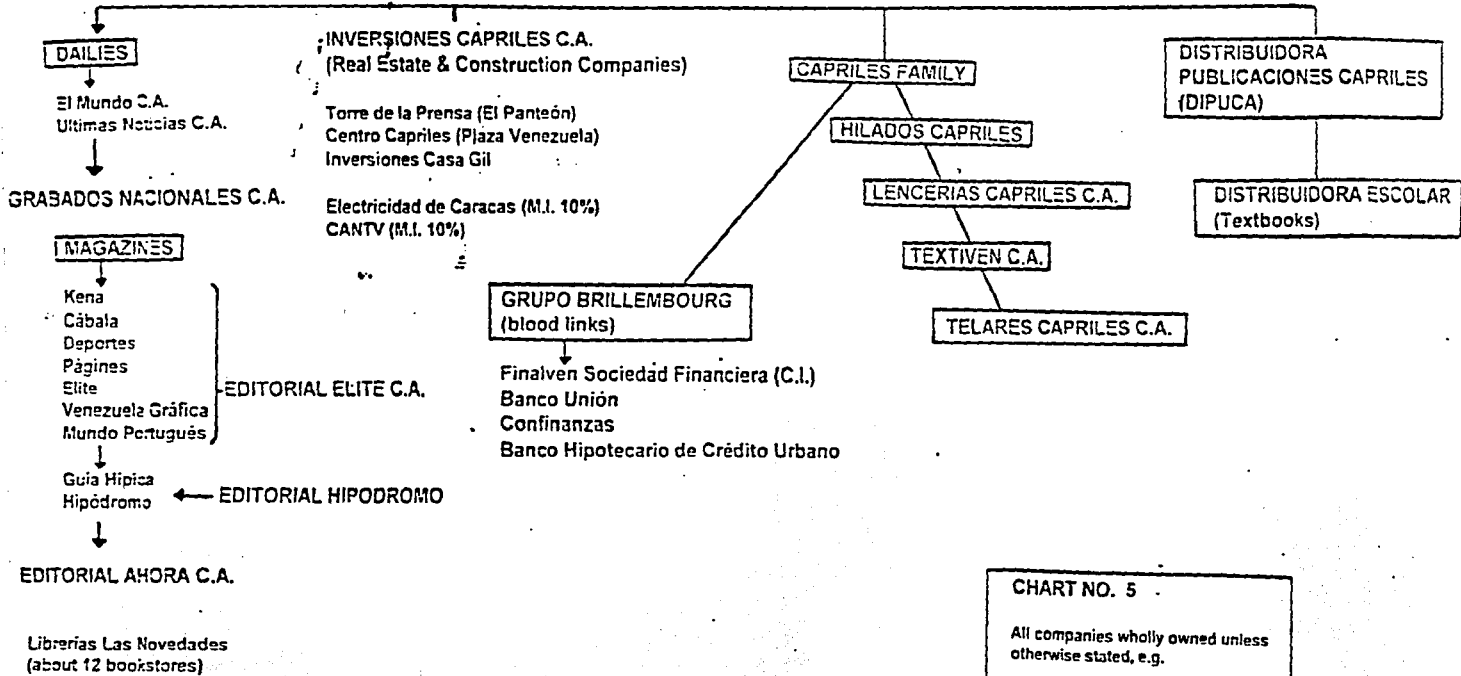
C.I. = Controlling interest

M.I. = Minority interest

* = Abroad

IN CONFIDENCE

THE CAPRILES GROUP



IN CONFIDENCE

CHART NO. 5

All companies wholly owned unless otherwise stated, e.g.

C.I. = Controlling interest
 M.I. = Minority interest
 • = Abroad

ANEXOS

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

**TERCER PREMIO DE LITERATURA LATINOAMERICANA Y DEL
CARIBE "JUAN RULFO"**

*** El premio será entregado en el marco de la VII Feria Internacional del Libro de Guadalajara**

021/93

Caracas, 29 abril.- Las instituciones que conforman la Asociación Civil del Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe "Juan Rulfo", lanzaron la convocatoria para la edición 1993 de la entrega de este reconocimiento literario, que incluye un aporte de cien mil dólares para el autor seleccionado como ganador.

Las bases para el concurso establecen que podrán ser candidatos al premio los escritores que cuenten con una valiosa obra de creación en cualquiera de los géneros literarios, ya sea poesía, novela, teatro, cuento o ensayo.

Asimismo los concursantes deberán ser originarios de América Latina, el Caribe, España o Portugal y tener como medio de expresión artística el español, portugués, francés o inglés. También podrán participar los escritores que pertenezcan a otra región de América y escriban en español.

Las candidaturas deberán ser presentadas antes del 30 de junio, por cualquier institución cultural o educativa, asociación o grupo de personas interesadas en la literatura, para lo cual deberán anexar curriculum vitae y los documentos justificativos que consideren necesarios. Asimismo el premio podrá otorgarse a un escritor que a juicio del Jurado lo amerite, aún cuando no haya sido propuesto por alguna institución.

La correspondencia se dirigirá a Premio de Literatura Latinoamericana y del Caribe "Juan Rulfo" 1993, Comisión de Premiación, Avenida Juárez 975, esq. Enrique Díaz de León, 44280, Guadalajara, Jalisco, México.

Los resultados del concurso se darán a conocer el 31 de julio de este año y el premio será entregado en la ciudad de Guadalajara la última semana de noviembre, dentro del marco de la VII Feria Internacional del Libro.

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

El Premio de Literatura y del Caribe "Juan Rulfo" 1993, es patrocinado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México, la Universidad de Guadalajara, el Gobierno del Estado de Jalisco, el Fondo de Cultura Económica, Petróleos Mexicanos, Productora e Importadora, Banco Nacional de México, Banco Nacional de Comercio Exterior, Banca La Favorita y Compañía Exportadora de Aguas Minerales.

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

**EL EMPRESARIADO LATINOAMERICANO INTERESADO EN
CONOCER EL FUNCIONAMIENTO DEL COECE MEXICANO**

*** Se llevó a cabo una reunión de trabajo en la residencia de la Embajada de México**

*** Asistieron representantes del Consejo Empresario América Latina (CEAL)**

012/93

Caracas, 2 abril.- Empresarios latinoamericanos expresaron su interés por conocer el funcionamiento y desempeño de la Comisión Empresarial para el Comercio Exterior (COECE), tras su exitosa participación en las recientes negociaciones realizadas por México con Estados Unidos y Canadá, para el establecimiento de un Tratado de Libre Comercio.

En reunión celebrada en la residencia de la embajada de México en Venezuela, el representante diplomático mexicano, Antonio de Icaza expresó a los miembros del Consejo Empresario de América Latina (CEAL), su plena convicción de que el sector privado forma parte fundamental en los procesos de integración de la región.

El embajador de México hizo especial referencia al trabajo desarrollado por el COECE en las negociaciones para alcanzar acuerdos de libre comercio, ya que de manera paralela a las pláticas que desarrolla el gobierno mexicano con representantes de otros países, el sector empresarial proporciona comentarios y análisis, que contribuyen a que la negociación avance de manera exitosa.

Por su parte el presidente del CEAL, Luis Vallenilla reconoció que esta organización del sector privado mexicano "no tiene antecedentes históricos en América Latina" y se convierte en una entidad pionera que sienta las bases para establecer las nuevas condiciones de negociación y participación de los empresarios en la región.

El representante del empresariado latinoamericano, indicó que "en México se observa uno de los fenómenos más extraordinarios que es el trabajo conjunto entre el gobierno y el sector privado, que ha dado como resultado la negociación de un acuerdo que sólo espera la aprobación de los congresos de los tres países, pero que sin duda sienta precedente en la historia comercial continental".

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

El Consejo Empresario de América Latina es una organización privada, constituida por empresarios de la región que tiene como objetivo fundamental "la cooperación entre sus miembros, el fomento de la actividad económica privada y la integración como proceso intrarregional". Se fundó en 1989 y agrupa actualmente a unos 250 empresarios de la región, constituidos en ocho capítulos que representan a Brasil, México, Argentina, Uruguay, Venezuela, Colombia, Chile, Perú, Bolivia, Ecuador y Paraguay.

Luis Vallenilla informó que la proyectada reunión entre los miembros del CEAL y la COECE en México, se podría llevar a cabo a finales del mes de mayo y durante su visita, los empresarios latinoamericanos y sus contrapartes mexicanos, mantendrán reuniones de trabajo para analizar los diversos sectores económicos: siderúrgico y autopartes; banca y finanzas; petroquímico; petróleo; industria de papel; aviación y otros medios de transporte; agroindustria; azúcar; turismo; textil y construcción, entre otros.

A la reunión de trabajo desarrollada en la residencia de la Embajada de México, asistieron más 30 importantes empresarios venezolanos, quienes representaban a sectores como el transporte, el financiero, textil, alimentación, agroindustrial, siderúrgico, cementero, entre otros, quienes manifestaron su interés y disposición por conocer el trabajo que ha desarrollado el COECE.

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

LA EMBAJADA DE MEXICO DONO A LA EMISORA CULTURAL DE CARACAS PROGRAMAS RADIOFONICOS DE LA OBRA LITERARIA DE JUAN RULFO, "EL LLANO EN LLAMAS"

*** El acto se llevó a cabo en la sede de la representación diplomática, asistió el director de la emisora, Alfredo Gerbes.**

003/92

Caracas, enero.- El Embajador de México en Venezuela, Antonio de Icaza hizo entrega de cinco programas de radio que incluyen los cuentos de Juan Rulfo publicados en su libro "El Llano en Llamas", a la Emisora Cultural de Caracas, lo que coadyuvará a la difusión de los valores culturales y literarios mexicanos en este país.

En un acto celebrado en la sede de la embajada, el representante diplomático entregó las cintas al director de la estación de radio Alfredo Gerbes, quien agradeció de manera especial esta donación, misma que viene a incrementar el acervo de la emisora y, en lo particular, aquel vinculado al quehacer cultural mexicano.

A través de la Emisora Cultural de Caracas, con 18 años de estar en el aire, se difunde semanalmente el programa "México su Cultura Hoy", producido por el agregado Cultural de la Embajada, Santiago Espinosa de los Monteros; asimismo la estación de radio incluye, en forma regular en su programación, música y seriales mexicanos.

Durante el acto, el embajador de Icaza resaltó la figura literaria y humanística de Juan Rulfo y comentó que la obra del escritor mexicano es para leerse y escucharse y qué mejor muestra que la grabación de los cuentos de "El Llano En Llamas", producidos por el Instituto Mexicano de la Radio y que podrán ser apreciados por el público venezolano.

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

SE LLEVA A CABO EN VENEZUELA REUNION DEL GRUPO DE LOS TRES

- * Participan representantes tanto del sector público como privado**
- * Se analiza las áreas de energía, petroquímica, cemento, vidrio, electricidad y petróleo**
- * La reunión concluye este viernes**

Caracas, 22 julio.- Representantes de los sectores público y privado de México, Venezuela y Colombia, pertenecientes al Grupo de los Tres, analizan las áreas de energía, petroquímica, cemento, vidrio, electricidad y petróleo, a fin de poder avanzar en las negociaciones tendentes a alcanzar un acuerdo de libre comercio entre las tres naciones, aseguró el director de Negociaciones Multilaterales, Trilaterales y Bilaterales de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), Jesús Flores Ayala.

El funcionario mexicano explicó que por primera vez, empresarios que representan sectores en donde las tres naciones son altamente competitivos, se reúnen a fin de conocer tanto sus niveles de productividad como las posibilidades de integrarse, "con resultados altamente satisfactorios", indicó Jesús Flores.

"El objetivo fundamental de esta reunión, añadió Flores Ayala, es el que sectores que tradicionalmente han sido considerados como competitivos frontales, encuentren puntos de convergencia y conocimiento que nos permitan avanzar en los procesos de integración. Nos hemos percatado que existe voluntad, tanto de la iniciativa privada como de los representantes de los sectores petroleros y energéticos que son administrados por el sector público, de lograr estos objetivos".

Indicó asimismo que en las pláticas se ha señalado la urgente necesidad de lograr la más alta competitividad en los sectores ya señalados, ya que esa es la clave para poder ingresar a acuerdos de libre comercio tanto a nivel regional como global.

"La apertura comercial, enfatizó Flores Ayala, no sólo exige bajar tasas arancelarias y no arancelarias, acabar con los permisos previos de importación, firmar acuerdos internacionales, entre otros, sino transformar a los sectores productivos en entidades altamente calificadas, en donde las alianzas son elementos fundamentales, para lograr altos niveles de participación en los mercados nacionales e internacionales".

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

Muchas empresas en México, aseguró el funcionario de SECOFI, se encuentran en estos momentos en un proceso de transformación, a fin de adaptar tanto su tecnología como sus elementos humanos a los requerimientos de la competencia internacional y así enfrentar los retos que implica la apertura comercial.

El director de negociaciones de SECOFI manifestó que se ha rechazado en las negociaciones el concepto de la asimetría entre las naciones que integran el Grupo de los Tres y se busca analizar y encontrar en qué sectores un país es competitivo y en cuáles otros se tendrá que dar el tiempo suficiente para poder adaptarse a las nuevas necesidades del comercio.

A estas pláticas asisten por parte de México, representantes de las Secretarías (Ministerios) de Comercio y Fomento Industrial, de Hacienda y Crédito Público y de Desarrollo Social; asimismo participan Petróleos Mexicanos y la Comisión Federal de Electricidad. Por parte del sector empresarial, está la COECE, (Coordinadora Empresarial de Comercio Exterior), la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), la Asociación Nacional de la Industria Química y la Cámara Nacional del Cemento.

Las pláticas del "Grupo de Competitividad", se iniciaron el pasado miércoles y concluirán el 23 de este mes, para volverse a reunir en México el próximo 3 de agosto, cita a la cual asistirán los viceministros de comercio de las tres naciones.

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

SE PRESENTO EN EL ATENEO DE CARACAS LA OBRA "EL MEXICO DE EGERTON 1831-1842" DEL ESCRITOR MEXICANO MARIO MOYA PALENCIA

*** Asistieron al evento el viceministro de Relaciones Exteriores, Fernando Gerbasi, el embajador de México en Venezuela, Antonio de Icaza y escritores, historiadores y editores venezolanos**

027/93

Caracas, 23 de julio.- El "México de Egerton 1831-1842" de Mario Moya Palencia fue presentado hoy en la Librería del Ateneo de Caracas, con la presencia del viceministro de Relaciones Exteriores de Venezuela, Fernando Gerbasi; del embajador de México en Venezuela, Antonio de Icaza y de la escritora venezolana, Stefanía Mosca, quien hizo una semblanza de la obra literaria del diplomático mexicano.

Durante el evento, al que asistieron representantes del mundo literario venezolano, se indicó que "El México de Egerton 1831-1842" es producto de cinco años de investigación y constituye una novela basada en hechos históricos reales que apunta hacia el género policiaco con gran acierto.

Asimismo se dieron a conocer, durante la presentación, las otras dos obras de Moya Palencia, "1942: Mexicanos al Grito de Guerra" y "Los Ojos del Tiempo", éste último su más reciente libro de novelas cortas que ha contado con las buenas críticas por parte de la prensa internacional.

"El México de Egerton 1831-1842" se desarrolla en siglo XIX, en donde Daniel Thomas Egerton, reconocido grabador y pintor inglés, es asesinado brutalmente junto con su compañera Agnes Edwards en una vereda de Tacubaya, en 1842, durante el sexto gobierno del dictador Antonio López de Santa Anna, hecho que conmovió a México, Inglaterra y Estados Unidos.

Ante este hecho, relata la obra, años después otro artista inglés, Brian Nissen, impactado por las coincidencias entre su vida y la de su coterráneo, decide investigar por cinco años el misterioso asesinato, el cual resuelve y descubre a los verdaderos asesinos.

De esta manera, "se despeja, con ello, una de las más persistentes incógnitas de nuestra historia que no sólo estaba cubierta por el espeso velo del tiempo, sino también de la acción tendenciosa de la dictadura centralista, la pugna entre logias masónicas, la especulación con terrenos

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

LA SUBSECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES, ROSARIO GREEN PARTICIPO EN LA XIX CONSEJO LATINOAMERICANO DEL SELA.

- * Ante los delegados que asisten al encuentro, la funcionaria mexicana se refirió a la situación económica que vive América Latina y el Caribe**
- * Destacó las negociaciones que se llevan a cabo en México dentro del marco del Grupo de los Tres, para el establecimiento de un Tratado de Libre Comercio.**
- * Hizo especial mención a la contribución que hará el TLC de América del Norte al sistema multilateral de comercio.**

Caracas, 29 octubre.- Durante su intervención en la XIX reunión del Consejo de Ministros del Sistema Económico Latinoamericano (SELA), la subsecretaria de Relaciones Exteriores, Rosario Green se refirió a la situación que vive América Latina y el Caribe, frente a la globalización económica mundial.

Al hablar ante los delegados que asisten al encuentro en esta capital, la embajadora mexicana Rosario Green, destacó el lugar prioritario que en la agenda de política exterior de México ocupa el fortalecimiento de las relaciones con América Latina y el Caribe. Asimismo enfatizó sobre la política de diversificación de las relaciones económicas internacionales que desarrolla el país.

Ante estas nuevas y cambiantes realidades, la funcionaria mexicana dijo que debe ser analizada con detalle la posición que el Estado debe desempeñar frente a la sociedad; ni abandonar su responsabilidad como regulador de las fuerzas del mercado, ni pretender abarcar todas las actividades económicas de un país.

En la reunión que fue presidida por el secretario permanente del SELA, Salvador Arriola, la representante del gobierno mexicano señaló, por otra parte, que el Tratado de Libre Comercio de América del Norte debe ser visto como un instrumento más de la política económica de México.

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

Al hacer referencia a la política de comercio exterior mexicana, Rosario Green señaló los acuerdos de liberalización comercial que se promueven en América Latina y el Caribe. En este sentido, la subsecretaria de Relaciones Exteriores resaltó la importancia de los acuerdos que México adelantado ya con algunas naciones de la región, como es el caso de Chile signado en 1991, y los que se negocian con Venezuela y Colombia dentro del marco del Grupo de los Tres y con Bolivia y Costa Rica.

Informó a los delegados que asisten a la XIX Asamblea del Consejo Latinoamericano, que en México se encuentran ultimando los detalles de la negociación con Colombia y Venezuela, para que antes de que finalice este año, sea firmado el acuerdo de liberalización comercial, tal como se comprometieron los presidentes de los tres países.

Por lo que se refiere a la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, la representante mexicana aseguró que con su puesta en funcionamiento, se contribuirá a la liberalización comercial y al desarrollo no sólo de los países firmantes, sino sus beneficios se extenderán a todo el hemisferio americano.

La embajadora Green dijo que con la puesta en marcha del TLC Estados Unidos daría muestra del compromiso con un comercio más libre y, de otra parte, se contribuirá al fortalecimiento del sistema multilateral de comercio.

Al terminar su intervención, la subsecretaria de Relaciones Exteriores se pronunció por que dentro de la negociación final de la Ronda Uruguay del Acuerdo General de Aranceles y Comercio, se tomen en cuenta los intereses fundamentales de América Latina y el Caribe.

**EL PRESIDENTE DE MEXICO, CARLOS SALINAS DE GORTARI,
RINDIO HOY SU QUINTO INFORME DE GOBIERNO**

Caracas, 1 de nov.- Al rendir hoy su V Informe de gobierno, el presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari aseguró que privará el respeto a todas las fuerzas políticas del país, como ha venido ocurriendo durante los cinco años de su mandato.

Ante los representantes de los poderes legislativo y judicial, así como del gabinete legal y ampliado y del cuerpo diplomático, el mandatario mexicano reconoció la labor internacional desarrollada por su gobierno, durante 1992-93, mantuvo encuentros con 45 jefes de Estado y de gobierno, incluidos todos los de América Latina.

En su informe anual, Carlos Salinas de Gortari hizo especial mención de que México mantendrá por encima de cualquier presión su soberanía, a pesar de que algunas naciones califican este concepto como obsoleto: "para los mexicanos la soberanía no es un valor pasado de moda, un principio que pueda descartarse; constituye, al contrario, la esencia misma de nuestro ser nacional", reiteró.

En este sentido, indicó el mandatario mexicano, la prioridad que le concedemos a la independencia de nuestra patria se funda también en la razón que proviene de nuestra geografía. "Somos inevitablemente vecinos del mayor poder mundial del fin de la guerra fría. Por experiencia histórica, somos profundamente celosos de nuestra integridad territorial, de nuestra voluntad de perdurar soberanos. Hoy, cuando en el exterior se alzan voces para singularizar las insuficiencias del país -que sólo reflejan una gran ignorancia sobre nuestra propia vitalidad-, conviene recordar que no deseamos ser como otros, ni compartir deficiencias. Aprendemos del mundo, no lo imitamos; queremos superarnos, no asimilarnos".

Sobre los avances que en materia económica ha alcanzado el país, indicó que se ha abatido la inflación de casi 200 por ciento en que se encontraba en 1987, a menos del 10 por ciento anual; asimismo, indicó, el gasto social ha crecido en casi un 85 por ciento en términos reales en cinco años y el sector público pasó de un déficit financiero de 12.5 por ciento como proporción del Producto Interno Bruto, a un superávit de 0.5 por ciento en 1992.

El jefe de estado mexicano, señaló a la ciudadanía que enviará al Congreso un paquete de medidas que permitirán elevar entre 7.5 y 10.8 por ciento el ingreso disponible que reciben los trabajadores por concepto de salario mínimo. Asimismo aquellos empleados que obtengan

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

hasta dos salarios mínimos no paguen impuestos, con lo que se beneficiarán cerca de 7 millones de empleados.

En cuanto a los ingresos que ha obtenido México por concepto de inversión externa, Carlos Salinas de Gortari manifestó que a lo largo de la actual administración se superó, en pesos, los 34 millones de dólares, un 40 por ciento más de lo que se había planteado como meta para los seis años de gobierno. De enero a septiembre de 1993, añadió, el país recibió 8 mil millones de dólares, 18 por ciento más que en el periodo correspondiente de 1992, con lo que se ha podido financiar la creación de mil nuevas empresas.

México cuenta hoy, afirmó Salinas de Gortari, con suficientes reservas para hacerle frente a los nuevos retos del crecimiento, hasta esta fecha se tienen en el Banco de México 23 mil 017 millones de dólares. Al mes de agosto de este año, las exportaciones no petroleras registraron una tasa de crecimiento de 15 por ciento y, en contra parte, las importaciones avanzaron a una tasa de sólo el 6 por ciento, de ahí que el déficit en la balanza comercial se sitúe en alrededor de 9 mil millones de dólares, 8 por ciento menor a la registrada en 1992.

EL papel del Estado hoy se ha modificado y ha dejado de ser empresario para atender las urgentes necesidades sociales, por ello se desincorporaron 390 entidades públicas que representan el 63 por ciento de las existentes en 1989, a cambio, en ese mismo periodo el gasto social se ha incrementado en un 85 por ciento en términos reales, representando el 50 por ciento del presupuesto federal.

Entre 1989 y 1992 la población en situación de pobreza extrema, es decir la que tiene ingresos inferiores al costo de la canasta básica, se redujo de 18.8 a 16 por ciento del total; cerca de 15 millones a 13.5 millones de mexicanos.

Parte fundamental del discurso del jefe de la nación mexicana, fue dedicado al programa que se ha establecido para abatir la pobreza extrema en el país: Solidaridad. Durante los últimos cinco años, indicó Carlos Salinas, se han invertido cerca de 12 mil millones de dólares para atender a la gente más necesitada. Desde la construcción de nuevas escuelas, edificación de hospitales y clínicas, carreteras y caminos, introducción de agua potable y alcantarillado, hasta la constitución de nuevas fuentes de empleo y empresas. Solidaridad ha atendido, en 16 programas regionales en los que se encuentra dividido, a cerca de 400 municipios de 12 estados de la república, beneficiándose directamente 9 millones de habitantes.

El presidente Carlos Salinas afirmó que México sin duda ha venido cambiando y el compromiso de consolidar el cambio se viene acentuando. El propósito es crear las bases para construir una sociedad más libre, democrática y justa y, con ello, una nación de fortalecida soberanía. Hay un ámbito social nuevo que nos confirma que, frente a los problemas y carencias, podemos

**INFORMACION DE PRENSA
EMBAJADA DE MEXICO
VENEZUELA**

alcanzarlos. La gran lección que México está dando se encuentra en las acciones y en los hechos y, sobre todo, en la enorme capacidad que hemos podido conjuntar.

Para el mandatario mexicano es motivo de aliento la nueva manera de realizar el cambio: al del diálogo, la de la participación, la de la ley; estos son, en síntesis, los caminos de la paz y la armonía. La decisión para cambiar se inspira en otras transformaciones de nuestra historia porque ha partido de la misma fuente inagotable de nuestro pueblo: su nacionalismo.

El mandatario mexicano convocó a la federación, a los partidos políticos, a los grupos sociales, y a todos los ciudadanos a unirse en el esfuerzo comprometidos para realizar, el próximo año, elecciones claras y ejemplares; para asumir un pacto político de civilidad en el marco de la ley. " Seamos, indicó, los mexicanos todos y sólo los mexicanos, vigilantes definitivos y realizadores comprometidos de nuestra democracia. Mantendré, a través de las instituciones del país, la certidumbre de la conducción legal, ordenada y civilizada de la actividad política". Asimismo se comprometió a garantizar la paz y la estabilidad con la ley y promover el acuerdo para animar una cultura de reconocimiento mutuos y el mayor respeto a cada ciudadano, a su voto, a su opinión.

PARTICIPACION EN LA PRENSA

Los Agregados de Prensa de las Embajadas y Organismos Internacionales acreditados en Venezuela, constituyeron una asociación tendiente a fortalecer los vínculos entre sus agremiados, así como los diversos representantes de los medios de comunicación y de instituciones tanto públicas como privadas de Venezuela.

En este sentido, la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales (APREOI) tiene como principales objetivos: formentar las relaciones profesionales, personales, sociales y culturales de los asociados; estimular y facilitar el intercambio con los representantes de los medios de comunicación social de Venezuela, así como con entidades e instituciones gubernamentales, sociales y del sector privado; mantener relaciones profesionales con otras entidades similares en el país y/o del exterior y promover para sus integrantes las facilidades y servicios necesarios para un mejor desenvolvimiento de su actividad profesional.

La APREOI está conformada por los representantes de las entidades diplomáticas de España, Gran Bretaña, Estados Unidos, Italia, Finlandia, Perú, Australia, Portugal, México, Nicaragua y Costa Rica, y de los siguientes organismos multilaterales: Comunidad Económica Europea, Sistema Económico Latinoamericano, Corporación Andina de Fomento, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados y UNICEF.



Agustín Pradillo Cuevas, Presidente (México); Susana Pezzano, vocal (SELA); Rafael Roda Fernández, secretario (España); y Carlos Villalobos, vice-presidente (Gran Bretaña).

APREOI

Se constituyó la Asociación de Agregados de Prensa de Embajadas y Organismos Internacionales

De esta forma, y tras la celebración de diversas asambleas para conformar la Asociación, los agregados de prensa designaron a Agustín Pradillo Cuevas, de México; Carlos Villalobos, de Gran Bretaña; Rafael Roda Fernández, de España; Fabio Turrisi, de Australia; y Susana Pezzano del SELA, como presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y vocal, respectivamente de la primera junta directiva, que tendrá un período de seis meses.

La APREOI ha iniciado ya diversas actividades, entre las que se cuentan vi-

sitas realizadas por la junta directiva a diversos representantes de los medios de comunicación, quienes han manifestado su beneplácito por la conformación de dicha asociación, así como su apoyo, para poder organizar de manera conjunta encuentros, seminarios o congresos que contribuyan a fortalecer y estrechar los lazos de amistad.

Muestra de ello fuera el Cocktail ofrecido por la junta directiva con motivo de dar inicio a las actividades previstas por tal asociación y la cual Euroven, suma su apoyo ■

07.07.94
223
Turismo

Lic. Alicia Cazorla Castro

DIRECTORA GENERAL DE PROMOCION
PARA EUROPA Y LATINOAMERICA

Julio 1, 1994.

**LIC. AGUSTIN PRADILLO
AGREGADO DE PRENSA DE LA
EMBAJADA DE MEXICO EN VENEZUELA**

Muy apreciado Agustín:

Sirve la presente para agradecer tus muy amables y finas atenciones, durante mi estancia en Caracas.

Me es muy grato confirmar que personas con tus capacidades sean parte de nuestro Servicio Exterior; pues con ello se cumple el propósito de fomentar la presencia de México en Venezuela y fortalecer su relación bilateral.

Sería útil saber si se ha recibido alguna noticia posterior a nuestra visita, por parte de la Industria de Curazao para realizar algún evento turístico.

Nuevamente, de parte de la Secretaría de Turismo y de la mía propia, recibe mi agradecimiento y reconocimiento por tu espléndida labor.

Alicia Cazorla

mca*

Sustentados por plan diplomático

Ejes de la política mexicana con América Latina y el Caribe

AGUSTÍN PRADILLO CUEVAS

Apoyados por fundamentos de la política exterior de México hacia Latinoamérica y el Caribe: fortalecimiento de los mecanismos de consulta y concertación política para asegurar el mantenimiento de la paz y promover el desarrollo y, por otra, contribuir a la creación de una zona hemisférica de libre comercio y complementación económica que ayude a fortalecer los vínculos de integración regional.

En los últimos seis años el mundo se ha transformado radicalmente. El fin de la bipolaridad levantó una inesperada ola de conflictos nacionales, étnicos y religiosos de enormes proporciones. Ha dado lugar, también, a rivalidades entre las mayores potencias económicas que de no resolverse, podrían llevar a una guerra comercial y generalización de la crisis que afecta a algunos países del mundo.

Las expectativas de un orden internacional más justo, que algunos creyeron se daría con la desaparición de la Unión Soviética, no se ha cumplido. La fuerza que atenuó al imperio del mercado y a la universalización de las políticas mercantiles la solución de todos los problemas económicos del planeta, se ha debilitado. En varios países se hace patente una creciente incomodidad con los resultados sociales de esas políticas económicas y se revalora el papel del Estado en asuntos de la vida económica y social.

Si bien estos cambios acelerados e inesperados para algunos, se han convertido en signo de nuestro tiempo. Se ha creado una atmósfera de incertidumbre que se proyecta internacionalmente.

Una de las respuestas América Latina vive en las últimas décadas de la crisis de la década de los ochenta. Los procesos nacionales de reestructuración y reforma tienden a converger hacia objetivos comunes de largo plazo. En el decenio de los noventa, las economías de la región enfrentan desafíos formidables. Deben lograr y mantener un crecimiento que permita contribuir a la disminución de la pobreza y la resolución de otros desequilibrios presentes en las sociedades latinoamericanas.

La recuperación de nuestros países dependerá de que se tenga la voluntad general de las políticas económicas y se profundicen los procesos de reforma en marcha. La apertura hacia el exterior significa de un importante estímulo



Revalorar el papel del Estado en ámbitos claves de la vida económica y social

en el interior, que involucre la modernización de los sectores productivos. Esto sólo se alcanzará con tecnologías de avanzada y recursos humanos mejor preparados.

Interdependencia

Para la globalización e interdependencia expresada en la conformación de bloques económicos, exige también una mayor participación de nuestros ex-comitantes en los flujos comerciales internacionales. Nunca como en el pasado reciente, América Latina había ensayado tantas fórmulas novedosas para lograr este objetivo. El resultado ha sido la conformación de esquemas negociables, cuyo propósito fundamental es impulsar el comercio y las inversiones en la zona.

La constitución del Mercosur, entre Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, la revitalización del Pacto Andino, del Mercado Común Centroamericano, del Caribe, hoy fortalecido con la creación de la Asociación de Estados del Caribe, la conformación del Grupo de los Trece, entre México, Venezuela y Colombia como una tangible realidad; la decisión de los países latinoamericanos y de México de crear una zona de libre comercio y la suscripción de acuerdos bilaterales entre diversos países del continente, como es el caso de los firmados entre México con Chile y Costa Rica, generarán un nuevo marco para las relaciones económicas en el área, pero también para avanzar en los procesos de integración.

Conviene a este momento revalorar el papel del Estado en ámbitos claves de la vida económica y social.

En sus campos de cooperación. El otro claro ejemplo que amplía el campo del diálogo, es la Cumbre Hemisférica, la cual se ha erigido como un foro privilegiado de las naciones que comparten una herencia común, en los contactos con otras culturas y agrupaciones de países.

Otra de las zonas vitales para México es Centroamérica, sobre todo, es fundamental trabajar para mantener un clima de paz y cooperación: se ha firmado ya con la región un Acuerdo Multilateral para el Programa de Liberalización Comercial. Se ha firmado un acuerdo de libre comercio con Costa Rica y se avanza en otro similar con Nicaragua.

En sus propuestas en materia internacional, Zedillo aborda el problema de Cuba y tras reconocer que de ninguna manera se puede ignorar la persistencia del bloqueo sobre las cubanas, considera como "deseable su regreso pleno a la comunidad hemisférica". Para ello, añade, "mantendremos relaciones fluidas con Cuba, en un marco de respeto, colaboración y con el ánimo tradicional de nuestra diplomacia de fomentar la comunicación y el entendimiento entre todos los países de la zona del Caribe".

En una etapa en la que se dan cambios de fondo en las relaciones de poder entre los Estados y en la que no acaba de conformarse una visión clara hacia dónde marcha la sociedad de las naciones, México reafirma la validez de los principios de su política exterior: sólo respetando el derecho internacional, la soberanía de los Estados y los principios de la solución pacífica de las controversias, no intervención, derecho a la autodeterminación de los pueblos, prescripción de la amenaza o el uso de la fuerza y de igualdad jurídica de los Estados, podremos asegurar la paz, la seguridad y el establecimiento de un orden internacional de mayor prosperidad y justicia.

En sus propuestas en materia internacional, Zedillo aborda el problema de Cuba y tras reconocer que de ninguna manera se puede ignorar la persistencia del bloqueo sobre las cubanas, considera como "deseable su regreso pleno a la comunidad hemisférica". Para ello, añade, "mantendremos relaciones fluidas con Cuba, en un marco de respeto, colaboración y con el ánimo tradicional de nuestra diplomacia de fomentar la comunicación y el entendimiento entre todos los países de la zona del Caribe".

En una etapa en la que se dan cambios de fondo en las relaciones de poder entre los Estados y en la que no acaba de conformarse una visión clara hacia dónde marcha la sociedad de las naciones, México reafirma la validez de los principios de su política exterior: sólo respetando el derecho internacional, la soberanía de los Estados y los principios de la solución pacífica de las controversias, no intervención, derecho a la autodeterminación de los pueblos, prescripción de la amenaza o el uso de la fuerza y de igualdad jurídica de los Estados, podremos asegurar la paz, la seguridad y el establecimiento de un orden internacional de mayor prosperidad y justicia.

Agregado de Prensa de la Embajada de México

Reestructuración

El proceso de reestructuración y apertura que han experimentado nuestras economías ofrece perspectivas de integración sin precedentes. Para ello, agrega, se empleará la capacidad de convocatoria de México para conjuntar esfuerzos en torno a las causas del desarrollo y el bienestar.

Los latinoamericanos han creado ya herramientas valiosas que nos permiten avanzar en la solución de nuestros problemas, como es el caso del Grupo de Río, donde México participa activamente y se esforzará por ampliar y sistematizar el entendimiento político, concertar posiciones comunes en los foros multilaterales y explorar soluciones propias y conjuntas a problemas y conflictos internacionales y explorar in-

FALLA DE ORIGEN

FALLA DE ORIGEN

8/Internacional

EL GLOBO Caracas,

Elecciones mexicanas: motivo de orgullo y regocijo

AGUSTIN PRADILLO CUEVAS

Agregado de prensa de la
Embajada de México
Exclusivo para El Globo

Por somero que sea cualquier recuento, las elecciones generales celebradas el pasado 21 de agosto, dejan ya un saldo favorable para México. Poco importa cuáles fueron las predicciones o las cuentas alegres hechas antes del proceso por grupos interesados en ver más allá de la voluntad nacional. El hecho es que la legislación electoral mexicana se adecuó, de alguna manera durante los últimos años de la actual administración, atendiendo a las propuestas de los partidos políticos y de diversos grupos de la sociedad, para hacerla más limpia, más transparente, mejor para todos.

La estructura electoral se "ciudadanizó", desde las casillas (mesas electorales) hasta el Consejo

General del Instituto Federal Electoral. Se acabó la autocancelación en el legislativo. Se pluralizó el Senado. Se dio independencia al Tribunal Electoral. Se fiscalizaron las finanzas de los partidos políticos. Se establecieron topes a las campañas. Se audió el padrón. Se dio el debate televisivo que siguieron más de cuarenta millones de mexicanos. Se alentó a los observadores nacionales para que pudieran cumplir cabalmente con sus funciones, fueron miles quienes así lo atestiguan.

Hay millones de testigos de un proceso, en lo general, convincente. De las estructuras jurídicas al detalle, las diferencias son múltiples. Por todo lo anterior, estamos orgullosos, incluso regocijados. Gracias a las multi-



Peligrosa locura no aceptar un resultado electoral tan concluyente

partidos políticos participantes en la contienda pugnarán, estamos hoy ante una suerte de referendo del país. En 1994 acudimos a un nuevo proceso, distinto, fortalecido, sin tapujos.

Cabe destacar la madurez política del candidato del Partido Acción Nacional, Diego Fernández de Ceballos, que habló con la capacidad de un político que puede el acento en reconocer los avances de su partido; que le cerraron el paso y si de democracia habla, habría que comenzar a respetar el resultado de la votación en las urnas. Para el dirigente panista sería una "peligrosísima locura" desconocer los resultados que ubican en primer lugar al candidato del PRI. No hay espacio para gritar que hay fraude y pedir la anulación del proceso electoral.

Para Ernesto Zedillo, la jornada electoral no sólo fue un rotundo fracaso para quienes supusieron que México se sumiría en la confrontación y la violencia, sino que se demostró que somos una nación que está unida y que cuenta con un basamento más sólido para las tareas que a todos los mexicanos nos aguardan.

Esos caminos están cerrados: la democracia es la forma de existencia del sistema político que la mayoría de la población reclama. En la consolidación de la democracia no hay disputa ideológica, existe un cambio, una voluntad unitaria de acción social dirigida a perfeccionar los mandatos de los ciudadanos.

Aún se están contabilizando las cifras exactas que arrojó la jornada electoral pasada. Pero lo que es un hecho es que el por-

centaje de asistencia a votar de los ciudadanos registrados en el Padrón Electoral ha logrado superar más del 70 por ciento, lo que de sí es todo un acontecimiento aquí y en cualquier parte del mundo. Lo que se puede afirmar es que desde el 21 de agosto, la nación entera dio la espalda a los agoreros del desastre y calló las voces de quienes anunciaban un período de inestabilidad y crisis. La gran lección del proceso electoral que hemos vivido, es que México tiene la madura capacidad para orientar la vida pública con acato a las leyes y, más importante aún, para ejercer los derechos civiles y políticos en apego a las más escrupulosas prácticas de la democracia.

El voto mayoritario es favorable al candidato priista, Ernesto Zedillo Ponce de León. Quienes por descontento o protagonismo personal insisten en desconocer las preferencias electorales del pueblo o en menospreciar los sufragios emitidos en favor de cualquier partido político, sea ganador o perdedor, quedará fuera del actual contexto político mexicano. Esto quizá pasó en nuestro país en la última reelección de Porfirio Díaz en 1910, cuando una elección antihistórica convocó a un cambio abrupto.

Esta elección de 1994 fue la clara demostración de una sociedad madura, dispuesta a participar y defender lo que considera son sus posturas políticas y proyecciones de vida. Dependerá hoy, tanto de las fuerzas opositoras seguir presionando hacia un cambio y conciencia del país que queremos; como del propio PRI de aceptar la modernización y alcanzar mayores estadios de

México en Reportaje

AGUSTÍN PRADILLO CUEVAS

Los mexicanos estamos realizando una profunda revisión de nuestras formas de trabajo comunitario sustentadas en nuestros valores y tradiciones culturales con un propósito muy claro: lograr un unidad, y mediante un esfuerzo conjunto, mejores condiciones de vida para la actual y futuras generaciones.

Las circunstancias por las que transitamos en la última década nos obligaron a replantear la forma de enfrentar los problemas sociales de México. Años atrás el espejismo del dinero inmediato y fácil del crédito externo nos engañó. El momento nos hizo pensar que el Estado podría asumir el papel de benefactor sin límites. Los recursos que el país recibió por concepto de exportaciones petroleras se tradujeron, efectivamente, en infraestructura y en obras de bienestar social.

Los logros fueron muchos, pero el paternalismo limitó la capacidad de la población para participar con creatividad y de acuerdo con sus experiencias ancestrales, en la solución de los problemas más inmediatos que lo aquejaban. Las expectativas fueron tantas que el dinero no alcanzó para satisfacer y los resultados se manifestaron en deuda pública, inflación, déficit fiscal, descensos y desconfianza popular ante las autoridades.

La ficción de un ingreso nacional en constante crecimiento terminó antes de lo pensado. Los ingresos del Estado disminuyeron y la población continuó creciendo a tasas elevadas, a pesar de los importantes avances en materia de planificación familiar.

Indicador de los cambios representó para México un período de crecimiento y deterioro de los niveles de bienestar. Se nota el ingreso de cada la población disminuyó considerablemente, se redujo que no sucediera lo mismo en los servicios sociales del Estado proveyó. Para el tanto lo posible, cumplir con sus responsabilidades sociales y constitucionales. Pese a las difíciles condiciones, el país no se pa-

La solidaridad mexicana



Carlos Salinas de Gortari:
un gobernante solidario

La circunstancia propiciaron el renacimiento de antiguas formas de participación comunitaria en el medio rural y urbano, formas prácticas y solidariamente por los grupos étnicos y que para mí, los pueblitos malos ya surgidos y olvidados. Las experiencias de los años ochenta demuestran que no era así. Un movimiento silencioso pero efectivo comenzó desarrollarse. Los grupos más afectados por la crisis iniciaron modos de participación y ayuda mutua en los momentos más difíciles. La capacidad de respuesta de las comunidades más pobres ante los problemas más urgentes relasó, en ocasiones, la capacidad de las propias instituciones de gobierno. Surgió así, con distintos nombres, lo que ahora se engloba en un concepto: solidaridad, una forma renovada y actualizada de hacer las cosas para el beneficio colectivo.

Se redescubrió que el tequio, las mayordomías, la guelagueiza y la mano vuelta, por mencionar sólo algunas, eran formas ancestrales de ayuda mutua; formas que seguían teniendo su expresión cotidiana, con distintos nombres en las comunidades indígenas y que se practicaban en las poblaciones rurales en los momentos de mayor urgencia, aun desconociendo su origen. En las comunidades urbanas, se expresaban formas de cooperación que la gente manifestaba abiertamente y que, aun sin saberlo, tenían su origen en la herencia cultural de los grupos étnicos.

En épocas difíciles y también de reflexión. Para los grupos sociales y, en especial, para los de condiciones más precarias, habían surgido nuevas formas de enfrentar los problemas y de acercarse a las aspiraciones de vida digna. Las palabras el tono habían cambiado. Ya no eran exigencias de dárles, obsequios y prebendas las que se planteaban en los tres niveles de gobierno. Por delante se ponía la exigencia de respeto a sus formas de trabajo, al reconocimiento de su ver-

dad. Exigían diálogos, ser escuchados y solicitaban apoyo, no el desplazamiento de sus iniciativas ni de su propio esfuerzo. Incluso sin el nombre. Solidaridad tenía su contenido propio, ajeno a cualquier doctrina o ideología, era producto de un ejercicio de reflexión y de práctica.

La solidaridad era ya una expresión nacional. Desde la familia hasta las organizaciones más complejas, como las cooperativas, sindicatos y otras asociaciones amplias, la solidaridad tiene en cada una su manifestación peculiar. En los pueblos, en la vecindad y en los barrios, existen mecanismos de promoción y ejercicio de la solidaridad. Son espacios en los que cada quien aporta lo que está a su alcance para contribuir al trabajo y los recursos en resultados para el beneficio común. La solidaridad es una trama que une a los mexicanos y en la cual se fincan aspectos tan importantes como la soberanía, en su expresión de unidad de voluntades y búsqueda de mejores oportunidades para todos.

Esse el verdadero contenido del Programa Nacional de Solidaridad, puesto en marcha por el presidente Carlos Salinas de Gortari desde principios de su administración y que hoy es una muestra palpable de la realidad mexicana. Es un programa de la gente, de los grupos sociales y, en buena medida, de todos los mexicanos. No es un programa que, a la manera tradicional y burocrática, se elabora por quienes desde una oficina crean e interpretan lo que cada grupo siente y quiere. Más que en un conjunto de ideas estructuradas en objetivos y estrategias con una congruencia lógica, es una forma de trabajo flexible y adaptable de los modos de participación de los habitantes de las diversas regiones del país.

En el Programa Nacional de Solidaridad se habla de participantes y no de beneficiarios; de sujetos del programa y no de objetos que cumplen una función, de una acción concertada de sociedad y de gobierno, más que de una estrategia lejana a la realidad de cada poblado o colonia popular. Solidaridad propia, no surtidora ni restringida al esfuerzo individual y común de la población, su filosofía se sustenta en cuatro principios que se concretaron después de conocer y analizar las experiencias de trabajo del primer año del programa y en los cuales coincidían los mismos indígenas que los habitantes del semidesierto, de las regiones montañosas, de las zonas invadidas frecuentemente por agua y de las colonias populares de las pequeñas y grandes ciudades. Estos son los cuatro principios:

1) Respeto a los individuos y sus comunidades

El programa convoca, articula y apoya las demandas de solución, no importa de qué institución establecida o distinta o comunitaria. Las organizaciones adoptan estrategias y métodos de trabajo propios en los proyectos y acciones. La prioridad del país es de formas de organiza-

ción comunitaria tienen hel reflejo en el programa.

2) Participación y organización en acciones del programa

La participación se ejerce en el diseño, ejecución, toma de decisiones, seguimiento, control y evaluación de los proyectos concertados con los sujetos y sus organizaciones. También se expresa como trabajo directo, aportación de recursos y material propio de la región, así como en su manejo y vigilancia, con el objeto de que el beneficio sea para quienes más lo necesitan y se realice así una efectiva controlaría social.

3) Corresponsabilidad

Todos los proyectos se definen en convenios, en los cuales se especifican las aportaciones, responsabilidades y compromisos de las partes. Las obligaciones aceptadas se ejecutan con la unidad de recursos y voluntades que se expresan públicamente, con base en la confianza y la colaboración.

4) Transparencia en el manejo de los recursos

Los recursos del programa son de la nación. Su uso debe ser escrupulosamente honesto, transparente y público, mediante la intervención de las comunidades en su manejo, vigilancia y evaluación, sin burocratismos ni centralismos. La transparencia y la eficiencia se basan en la instrumentación directa de las decisiones y las acciones por las comunidades.

Estos cuatro principios rigen el ejercicio de los recursos que dedica el gobierno de la República al apoyo del trabajo de los individuos y grupos en condiciones de pobreza y desventaja comparativas. Se ha hecho un gran esfuerzo para incrementar, año con año, los recursos destinados a Solidaridad.

Este gran esfuerzo de finanzas públicas es posible porque el Programa Nacional de Solidaridad está inscrito plenamente en la estrategia de modernización del Estado. El propósito de tener un Estado menos propietario y más atento y activo ante las necesidades sociales, responde al planteamiento de reforma, que reafirma su responsabilidad de origen con todos los mexicanos, en especial con los de menos recursos. El Estado mexicano se ocupa con hechos del trabajo compartido y corresponsables con los indígenas, campesinos y colonos populares. Es efectivamente, un Estado solidario. Muchos indicadores reflejan la magnitud del esfuerzo que sociedad y gobiernos realizan.

El ánimo de la gente ha cambiado también la actitud de los servidores públicos. Es un cambio necesario para la construcción del México que queremos al acercarse el año dos mil. Es el compromiso que el Presidente de la República ha asumido con los actuales y futuros servidores.



Diez propuestas para el crecimiento económico de los mexicanos

Estrategia de Ernesto Zedillo para lograr el fortalecimiento de la economía

El primer punto de la estrategia económica de Ernesto Zedillo es el fomento a la inversión como motor del crecimiento. En ese sentido, durante el primer año de gobierno se aumentará la inversión pública directa en una cuarta parte adicional a la actual, se promoverá una reforma que dará credibilidad en el financiamiento de proyectos de mediano y largo plazo, y se creará un fondo para el fomento de la inversión, a fin de promover la participación del sector privado en proyectos de infraestructura.

El segundo punto es la inversión en educación, capacitación y salud. Zedillo asegura que su administración trabajará para resolver los rezagos que persisten en el sistema educativo mexicano a fin de elevar su calidad y reducir los costos. Para ello se incrementarán los estudios de capacitación e inversión en los trabajadores, se fortalecerá y extenderá el sistema de estudios técnicos y capacitación para el trabajo, se cuidará que el financiamiento de las instituciones encargadas de la salud de los trabajadores sea suficiente y se mantengan los costos de las empresas, se crearán nuevos mecanismos para contar con buenas guarderías y servicios de asistencia social, y se incorporará a los beneficiarios de la seguridad social a los trabajadores que hoy no disfrutan de ella.

El tercer punto del plan económico general de Zedillo es la inversión en la política fiscal para el presidente. En ella se trata que el fisco sea el servicio del contribuyente, cuidando que los reses de preferencia y abusos no inhiban el esfuerzo y la iniciativa de todos. Para ello, la autoridad encargada de la ejecución de las leyes fiscales, de la recaudación y del cobro de impuestos, se convertirá en un órgano descentralizado, moderno y autónomo, con funciones formuladas en un servicio civil.

Desde este aspecto Zedillo, propone, entre otras modificaciones, una reforma para extender el beneficio de la deducción inmediata de las inversiones a pequeñas y medianas empresas, y establecer un nuevo régimen de incentivos para que las compañías deslinden mayores recursos a la capacitación del trabajo, y a la adopción de nuevas tecnologías y a la inversión en equipos anticontaminantes.

Considera importante lograr una reducción del 10 por ciento del impuesto al activo Adicemas. Al final del primer año de gobierno, propone revisar las tasas y la mecánica de aplicación de este tributo.

Estimular la competencia

El cuarto punto de la estrategia de Ernesto Zedillo es promover el ahorro y abaratar financiamiento crediticio para el

Alcanzar para 1995 un crecimiento económico por lo menos del doble de la tasa de incremento de la población, lograr que esta estrategia mantenga congruencia con la estabilidad macroeconómica, y tenga como instrumento principal la promoción de la inversión privada y pública y de las exportaciones, son parte de las diez propuestas económicas hechas por el presidente electo de México Ernesto Zedillo Ponce de León, candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

**AGUSTIN PRADILLO CUEVAS
CONSEJERO DE PRENSA
DE LA EMBAJADA DE MÉXICO**



El presidente electo propone una reforma para extender el beneficio de la deducción inmediata de las inversiones a pequeñas y medias empresas

crecimiento. Se continuarán las acciones que aumenten la competitividad y eficiencia del sistema financiero, y se crearán mecanismos de incentivos que permitan que el alza conjuntal de las tasas de interés no repercuta directamente sobre el costo del financiamiento de largo plazo de las empresas, igualmente, se incrementarán los recursos de la banca de desarrollo, así como los mecanismos de garantía en apoyo a la pequeña y mediana empresa.

En la misma tónica, será de fundamental importancia fortalecer las acciones de crédito y las cajas de ahorro que proporcionan servicios financieros básicos a las comunidades, así como convertir el Patrimonio del Alia-

do en un instituto de regulación y fomento de estos intermediarios.

El secretario de Programación, Presupuesto y Educación Pública propone como quinto punto de la estrategia económica una mayor desregulación para promover el empleo. Para ello, dice, la desregulación se extenderá a todos los sectores de la actividad económica, reduciendo las barreras de entrada a nuevos participantes, eliminando ventajas excesivas, y fijando reglas de competencia universal que permitan la competitividad. Esta política de desregulación estará acompañada de una profunda simplificación administrativa y racionalización de los trámites del gobierno.

Por otra parte, para evitar que algunas empresas obtengan ventajas ilícitas a través de prácticas monopólicas, Zedillo fomentará la política de competencia.

Todo ello evolucionará hacia la etapa en la que se suscribirán pactos de precios a escala microeconómica. Se crearán comités de seguimiento o comisiones penales para comprobar precios, en cada municipio, región y estado donde se justifique.

En el sexto punto, Ernesto Zedillo, se refiere a los mismos intermediarios financieros. En este punto, propone que se deberá asegurar el desarrollo de los servicios financieros básicos de las comunidades de calidad y precios similares a los de sus respectivos países del extranjero.

Al respecto, propone, entre otras cosas, introducir cambios profundos en los sectores energéticos, destinar mayores recursos a mejorar el mantenimiento de las carreteras, evitar el deterioro de los equipos de transporte y reducir los tiempos de entrega.

El punto siete está dedicado a la actualización tecnológica para una mayor productividad. Ernesto Zedillo plantea la creación de un esquema novedoso para reducir los riesgos de inversión en la adquisición, adopción y formación de nuevas tecnologías, como incentivos fiscales y esquemas de riesgo compartido con la banca de desarrollo. Se promoverán nuevas formas de asociación entre empresas, para su cooperación en proyectos de investigación y desarrollo.

En el octavo elemento de la propuesta económica de Zedillo se refiere a la competencia justa con el exterior. En este campo indica que se redefinirán los esfuerzos para que desaparezcan los obstáculos administrativos y legales que los productos mexicanos enfrentan en los mercados internacionales. De ahí que sea necesario fortalecer la estructura de centros de información, asesoría y formación técnica en comercio exterior para apoyar a los empresarios.

También se propone vigilar a las representaciones comerciales de México en el extranjero, ampliar los mecanismos de financiamiento adecuados para fomentar las exportaciones, garantizar a los productores mexicanos la aplicación de impuestos compensatorios, y tomar medidas para evitar la triangulación de mercancías provenientes de países no incluidos en el régimen de trato preferencial.

El noveno punto se relaciona con el desarrollo del campo mexicano. Aquí Zedillo propone consolidar y perfeccionar los nuevos instrumentos como son Procampo, orientados a fortalecer los ingresos de los productores y promover condiciones de competencia justa y leal con el resto del mundo. Por ello, apoyará la producción agropecuaria, y dará prioridad al desarrollo de infraestructura, especialmente a la pequeña y mediana irrigación, el drenaje, la nivelación de suelos, caminos rurales y las obras para el control de la erosión.

Fundamental para modernizar el campo es actualizar los esquemas de comercialización, a fin de facilitar transacciones directas entre productores y mayoristas, y complementar este esfuerzo con inversiones en infraestructura.

En su décimo y último punto Zedillo se pronuncia por un crecimiento respetuoso del medio ambiente. Para ello se compromete a que la regulación ecológica sea clara, y con plazos que den certidumbre a la inversión e impliquen un costo adecuado para la sociedad.

Las cifras electorales

Al momento de escribir este artículo aún no se daban a conocer, por parte del Instituto Federal Electoral, los resultados finales de la elección presidencial en México, pero el conteo de los sufragios estaba muy avanzado. Ya se tenían los datos del 87.05 por ciento de las urnas, es decir, 84,083 casillas, y el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Ernesto Zedillo Ponce de León, se mantenía en un

primer lugar con el 50.11 por ciento de los votos emitidos; el PAN tenía el segundo lugar con un 26.83 por ciento de los votos y el PRD el tercero con un 15.33 por ciento. Resultados electorales pa-

ra presidente de la República en México

De las 84,083 casillas computadas hasta ayer se habían contabilizado 29 millones 824,910 votos, de los cuales la distribución por partido quedaba de la siguiente manera:

Partido	Votos	Porcentaje
PRI	7.915.688	26.83%
PAN	14.787.020	50.11%
PRD	5.005.651	16.98%
PPS	150.338	0.51%
PFCRN	256.297	0.87%
PARM	167.491	0.57%
PDM	88.650	0.30%
PT	844.453	2.86%
PVEM	287.752	0.98%



México en Reporte

México ocupa
el octavo lugar
en el mundo



Visitaron al país
.6 millones de turistas
durante 1993

México y Venezuela están unidos en diferentes ámbitos, siendo uno de los más importantes la participación del Grupo de los Ties, en el que también se incluye a Colombia, y cuyo objetivo es de propiciar la complementación de nuestras economías y coordinar acciones de cooperación mutua, tales como fomentar un mayor desarrollo de la región centroamericana y del Caribe.

Estos lazos, sin duda alguna, se verán favorecidos por el Tratado de Libre Comercio que México suscribió con Estados Unidos y Canadá y mediante el cual se logrará un mayor acceso de nuestros productos a esos mercados y generar las condiciones económicas que garanticen la estabilidad y continuidad de los flujos de inversión. Estas acciones se están traduciendo en importantes beneficios para la industria del turismo.

Hoy en día, la competencia por los mercados internacionales exige la complementariedad de economías diversas, dando origen a la creación de bloques económicos. Los países de América Latina han reconocido las tendencias mundiales hace muchos años, habiendo establecido agrupaciones de cooperación con gran éxito.

ran a las de comercio de petróleo y a las de los metales preciosos, tan sólo por señalar dos ejemplos: así se analiza, junto a los sectores ligados al turismo, estos representan, en conjunto, alrededor del 10 por ciento del producto bruto mundial. Es, además, la actividad que genera la mayor cantidad de empleos totales en el mundo.

En años recientes, el turismo se ha venido transformando de manera notable. Nuevas modalidades aparecen en junio a los avances en las comunicaciones, el aumento del ingreso disponible o las mayores posibilidades para el esparcimiento. En unos años, se estima que más de la mitad de la población mundial hará turismo, ya sea dentro de sus propias fronteras o en países distintos. En contraste con otras épocas, el turista actual busca experiencias en un entorno diferente al del lugar de origen.

Hoy en día el turista busca actividades conexas al mero descanso pasivo. De ahí la importancia que tiene, para los países receptores, mantenerse al día en cuanto a estas nuevas tendencias. No adaptarse al intenso proceso de cambio que vive el mundo, implica rezagos y pérdidas, sobre todo, tomando en cuenta la enorme importancia del mercado turístico mundial.

Ello explica, en buena parte, los esfuerzos que México ha venido realizando en las últimas décadas, especialmente en el último lustro. Veamos algunos indicadores:

En función del número de visitantes extranjeros, México ocupa el octavo lugar mundial. Durante 1993, seis millones 600 mil personas con estancias superiores a 72 horas, visitaron nuestro país. El monto del gasto en divisas ascendió a 4 mil millones de dólares. Tal cifra es, después de las ventas externas de petróleo, manufacturas y maquiladoras, el más alto renglón de ingresos de la balanza comercial.

Actualmente la generación de empleos directos alcanzó dos mil millones de puestos de trabajo. Es decir, casi el 9 por ciento del total de la población ocupada.

El turismo, vehículo de comunicación humana

Durante el último quinquenio, la tasa media de aumento del turismo receptivo fue del 7 por ciento, cifra superior a la del conjunto de la economía nacional. En estos años, las actividades turísticas absorbieron el 10 por ciento de la inversión extranjera total y su contribución al Producto Interno Bruto fue del 3,2 por ciento, en 1993.

Importantes en sí mismas, las cifras anotadas adquieren su real dimensión si se reconoce que la actividad productiva de los principales países desarrollados, se ha caracterizado en los últimos años por la desaceleración. Tal circunstancia ha afectado al turismo en prácticamente todas las latitudes. Sin embargo, en México dos hechos explican el balance positivo en la materia: el trabajo incansable de miles de prestadores de servicios nacionales y extranjeros, públicos y privados y, por otra, los programas de promoción aplicados en el extranjero.

Es preciso subrayar algunas medidas que, en favor de la actividad, se han adoptado durante los últimos cinco años. El trabajo responsable de inversionistas y promotores que permitieron no sólo compensar los efectos negativos de la desaceleración económica mundial, sino lograr una evolución favorable del turismo en beneficio del país.

A partir de este año, México cuenta con un nuevo marco legal del turismo que desregula y descentraliza muchas de las actividades. Hoy en día la responsabilidad de su promoción e impulso corresponde no sólo al Gobierno Federal, sino a todas las entidades de la nación.

Desde otro ángulo, aún cuando se reconocen insuficiencias que impiden la óptima promoción del país, hoy se dispone de mayores recursos presupuestales, así como de un esfuerzo racional, para usarlos con mayor eficacia. Empero, hay que reconocer que México asigna al rubro de promoción recursos inferiores, incluso, a los que gastan países con menor desarrollo relativo que el nuestro.

Asimismo, México cuenta ya con una nueva legislación en materia de inversión extranjera, de puertos de navegación, de protección al consumidor, de caminos y puentes y autotransporte federal, por citar algunos ejemplos. También se han dado amplias posibilidades al transporte aéreo, lo que se ha traducido en un instrumento notable de las frecuencias de vuelos, nacionales e internacionales, incluyendo los de ferretamento. Baste señalar que en los últimos años, han aparecido 20 nuevas líneas aéreas en todo el país.

La construcción de más de 4 mil kilómetros de nuevas autopistas y el inicio del turismo extranjero por autobús, han significado un impulso adicional que ha logrado un mejoramiento apreciable en el parque vehicular turístico. Al incorporar-se ocho mil unidades nuevas a este servicio en la República mexicana.

Los últimos cinco años, registran la construcción de 10 mil cuartos de hotel adicionales, en promedio anual, así como un poco más de 40 por ciento de las construcciones del llamado tiempo compartido.

Durante los últimos cinco años se han otorgado dos mil millones de dólares en crédito de la banca pública para proyectos turísticos. En todo ello, el Fondo Nacional de Turismo (Fonatur), ha desarrollado una intensa labor como "brazo financiero" de la actividad turística.

Destaca, también, la reciente instalación de la Comisión Ejecutiva de Turismo, que constituye un foro para agilizar la solución a problemas que entorpecen la buena marcha de la actividad, así como para fomentar acciones que la alienten.

México ha diversificado su oferta turística, al ofrecer hoy en día programas específicos como El Mundo Maya, Circuitos Culturales, Circuito Barranca del Cocle, Mar de Cortés o la creación de "escuelas" náuticas lo largo de toda la costa del Océano Pacífico y en el Caribe, y el impulso a la creación de muelles de gran calado para recibir cruceros de todo tipo.

El abastecimiento de la inflación y el manejo de la política cambiaria, han permitido mantener la competitividad del país como destino turístico privilegiado.

Con todo, México tiene un imperativo que es preciso hacer realidad: transformar las riquezas turísticas en riqueza social. Es inevitable, entonces, avanzar por el doble camino:

En un sentido, los equilibrios macroeconómicos, la reducción de la inflación, la estabilidad en los mercados financieros y la mejor inserción de México en las corrientes mundiales de capitales y comercio, son ya una realidad. Ahora corresponde a cada una de las actividades productivas del país de contar, con precisión, el perfil que les permita convertir los crisis en la política económica global, en flujos incrementados de divisas con que complementen el ahorro interno y el establecimiento de desarrollos regionales equilibrados, dando se privilegio tanto la generación de empleos, productivos bien remunerados, como el cuidado de la ecología.

En suma, se trata de permean los beneficios que necesariamente cae en los cinco estados, en mejores y mayores niveles de bienestar para segmentos de población cada vez más amplios.