

Fecha 06.01.2009	Sección Economía	Página 20
----------------------------	----------------------------	---------------------

***New York Times* venderá espacio de primera plana para publicidad**

■ **REUTERS Y AFP**

NUEVA YORK, 5 DE ENERO. El *New York Times* anunció el lunes que venderá espacios de publicidad en su portada, en un nuevo intento por abrir fuentes de ingresos mientras enfrenta una fuerte desaceleración del negocio de publicidad.

El primer anuncio, que aparece al pie de la primera página de la edición de este lunes, es de la cadena de televisión CBS Corp.

Una portavoz del *Times* declined decir cuánto cobraron por el aviso o cuánto dinero esperan conseguir anualmente por ese espacio. Ningún portavoz de CBS estuvo inmediatamente disponible para hacer comentarios.

“Esta ubicación de alto impacto representa para nuestros anunciantes una oportunidad nueva y estimulante de alcanzar a nuestros lectores educados e influyentes en todo el país”, dijo en un comunicado Denise Warren, vicepresidente encargada de la publicidad en el diario.

El periódico ya había contado con avisos clasificados en su primera página el pasado, generalmente unas pocas líneas de texto ubicadas discretamente.

En el pasado, algunos periódicos han enfurecido a los puristas de las academias de periodismo y de los medios de todo el país, que objetan que la publicidad invada la portada, un espacio que consideran que sólo debería estar

ocupado por noticias.

USA Today, el diario con la mayor circulación del país, de Gannett Co Inc, también tiene avisos en su primera página.

The New York Times intenta mantenerse saludable y saldar deudas a medida que la crisis financiera mundial exacerba la caída de los ingresos por publicidad.

La tv pública francesa suprime publicidad en horas claves

En París se anunció que la televisión pública francesa suprimirá la publicidad en las horas de mayor audiencia a partir de este lunes por la noche, debido a una reforma impuesta por el presidente Nicolás Sarkozy, que ha generado airadas reacciones de periodistas y de la oposición.

La publicidad desaparecerá entre 20 y 6 horas de las cadenas de televisión pública, antes de ser eliminada en 2011.

La decisión de hacer esta reforma fue anunciada hace un año por el presidente Sarkozy, que la justificó aludiendo a la necesidad de calidad de los programas de un servicio público que “no puede funcionar de acuerdo con criterios puramente comerciales”.

Para compensar la pérdida de ingresos por concepto de publicidad, el Estado se comprometió a entregar unos 600 millones de dólares anuales a la televisión pública.

