EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Fecha	Sección	Página
08.12.2009	Dinero	2

JOSÉ YUSTE

Activo empresarial

dinero@nuevoexcelsior.com.mx

Radio: el problema es el financiamiento

■ *Si no queremos* dinero privado de procedencia política o hasta de mafias, tenemos que velar por el financiamiento estatal.

■ *La CIRT* alertó de lo que considera un albazo legislativo.

La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) salió con un desplegado por más duro y acusador: señala la iniciativa del senador **Carlos Sotelo** de basarse en "el compromiso de Caracas" para crear radios comunitarias que distribuyan el proyecto bolivariano de **Hugo Chávez.**

El senador **Sotelo** de inmediato se desmarcó de dichos propósitos.

Financiamiento estatal bajo filtros o...

Sin embargo sí está proponiendo financiamiento privado a los medios públicos, entre ellos a las radios comunitarias.

El tema es que si no queremos financiamientos privados de procedencia política o hasta de mafias, tenemos que velar por el estatal, bajo filtros que tenga el Estado de objetivos comunales, para darle vida a las radios comunitarias.

Sucede algo similar con los medios de comunicación permisionados, como las estaciones de música clásica que ningún concesionarios privado puede mantener porque no son rentables, pero sí cumplen un objetivo de difusión cultural a la población mexicana.

Esos medios tienen pocos recursos, y sólo bajo el recurso de ser permisionados aceptan un financiamiento privado bastante raro al señalar al último que dicho programa fue patrocinado por...y da el nombre de las empresas. El problema sigue siendo el financiamiento.

Y por lo pronto la CIRT, ante la sospecha mejor alerta de lo que consideran un albazo legislativo.

Refrendos mediante contraprestación

El problema es que esa iniciativa sí trae un tema principal para la radio comercial, el de los refrendos de las concesiones sin tener que pasar por una licitación pública.

En la iniciativa del senador perredista **Sotelo** sí viene el refrendo que había prometido el otro senador, el priista **Manlio Fabio Beltrones**, por el cual los concesionarios deben pagar una contraprestación al Estado mexicano para quedarse con sus concesiones por otro periodo.

Sin embargo el tema del financiamiento de las radios comunitarias eclipsó el tema de los refrendos.

Pepsi-Coca-DF: la batalla por patrocinar la Navidad

El gobierno del Distrito Federal se vio inmerso de una guerra continua en el mundo de los negocios, la de los refrescos, donde le podemos confirmar que Pepsi decidió invertir hasta dos millones de dólares en la instalación del árbol de Navidad más grande del mundo pero también en todo un paquete de atracciones navideñas en el centro de la Ciudad de México.

Continúa en siguiente hoja

EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Fecha	Sección	Página
08.12.2009	Dinero	2

Coca-Cola quiso revirar con una propuesta de villas navideñas, o hacer una suerte de posadas a lo largo del Paseo de la Reforma, pero fue tarde.

La batalla final, en este 2010, la ganó Pepsi.

Los dos mdd de Pepsi en el Arbol de Reforma

Y como es normal en la guerra de las colas: van con todo.

Pepsi decidió mostrar su supremacía decembrina con la inversión de dos millones de dólares en el árbol más grande del mundo, de 90 metros, registrado en el Récord Guiness.

Al fin y al cabo el ganador fue el gobierno capitalino de **Marcelo Ebrard** que esperó las mejores ofertas, y al último en sus dos pistas de hielo y hasta en el concierto que dará el tenor **Plácido Domingo** el 19 de diciembre en el Ángel de la Independencia, tendrá como patrocinadores a otros corporativos privados como el banco Banorte, los relojes Citizen y el ADO.

Ante tal afrenta, Coca-Cola optó por una estrategia inteligente: desplegarse en centros comerciales con una mercadotecnia de árboles de navidad, y en algunas ciudades con su festival.

Al fin y al cabo ellos siguen siendo los creadores de la imagen moderna del Santaclós, pero ahora en la Ciudad de México la compañía perdió la batalla de 2010 frente a su rival que no escatimó recursos para hacerlo notar con el árbol de Navidad.

La iniciativa del senador Carlos Sotelo sí trae un tema principal para la radio comercial, el de los refrendos de las concesiones.