

## ■ “Derivaría en competencia desleal”, según grandes empresarios

# Se opone la CIRT a que radios públicas o sociales comercialicen publicidad

La **Cámara Nacional** de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) se manifestó en contra de que en la **iniciativa** de **legislación** secundaria a telecomunicaciones y radiodifusión se permita que las radiodifusoras públicas o sociales puedan comercializar espacios publicitarios, porque “derivaría en una competencia desleal” y, a decir de los radiodifusores, “se estaría desvirtuando la esencia del servicio público para el que fueron creadas”.

Como parte del proceso de reforma del sector telecomunicaciones y radiodifusión se ha considerado la posibilidad de que las pequeñas estaciones de radio comunitarias o públicas, que hacen transmisiones en zonas margina-

das del país, o cuyo contenido no es comercial, puedan comercializar algunos espacios publicitarios para ser autosuficientes, propuestas a las que la CIRT siempre se ha opuesto por considerar que el mercado publicitario no es tan amplio.

Durante la séptima sesión de consejo directivo los radiodifusores afiliados a la CIRT, que aglutina a grandes grupos de radio y televisión como Televisa y Televisión Azteca, acordaron hacer un llamado a los legisladores para que “hagan un análisis real sobre las implicaciones de una regulación de esta naturaleza”.

El organismo empresarial que preside Tristán Canales Najjar dijo que está de acuerdo con la **iniciativa** de **legislación** se-

cundaria enviada por el Ejecutivo al Senado de la República, pero acotó que resulta preocupante “la posibilidad de que se autorice la comercialización a las concesiones públicas y sociales, lo que derivaría en una competencia desleal”.

La CIRT argumentó que los legisladores “no deben olvidar que la industria de radio y televisión concesionada ha sido sobre-regulada a lo largo de los años, ya que debe pagar no sólo una contraprestación por el uso de la frecuencia, sino además destinar tiempo aire para mensajes oficiales y enfrentar regulación de contenidos y publicitaria; reglas que no están consideradas para las concesiones públicas o sociales”.

DE LA REDACCIÓN

