

Tema
"ley de medios"
dominó
las Jornadas
de Cable

John Foos
afina target y
comunicación

DOSSIE®

PRODUCCION
AUDIOVISUAL

Con esta edición

CARTA

de Publicidad

COMUNICACIÓN PERSONAL DE EDITORIAL DOSSIER SA | AÑO 31 | 19 DE OCTUBRE DE 2009

Un
River-Boca
muy
"British"

La convergencia
de servicios

PREMIO
jerry
goldenberG
2009

Todos
los
ternados



CUENTAS + CUENTAS

Coca-Cola Chile a Starcom Mediavest Group Chile (SMG). Fue la agencia de medios ganadora del proceso de licitación realizado por Coca-Cola Chile durante los últimos tres meses de 2009. Esta asignación constituye para SMG uno de los hitos más importantes en la historia de la oficina en Chile, remarcando en la agencia encabezada por Elizabeth Cabello, que a partir de diciembre de 2009 tendrá a su cargo el proceso de planificación, compra y gestión de medios de Coca-Cola. Este triunfo se suma a dos más conseguidos este año, como fueron Banco Santander y recientemente Telefónica.

La agencia El Almacén tomó la cuenta de la empresa de salas de juegos Codere. Como primer trabajo, elaboraron un stand para una feria dedicada al mundo del entretenimiento, SAGSE, que se llevó a cabo en el predio de Costa Salguero

San Justo Shopping eligió a Don. Después de un concurso estratégico y creativo de agencias, el primer centro comercial del partido de La Matanza, que abrirá sus puertas en diciembre, eligió a Don, la agencia presidida por Papón Ricciarelli, para desarrollar la comunicación off y online de la compañía.

Avaya trabajará con Fernández Ivern. Avaya seleccionó a Fleishman Hillard como su nueva agencia de Relaciones Públicas a nivel global y, en Argentina, la representante local es la consultora Fernández Ivern Comunicaciones.

Pura Vida se sumó a grupoA Comunicación. La consultora incorporó a su departamento de prensa a Pura Vida (Fast Food Natural y Gourmet) que busca imponer en Argentina un concepto gastronómico americano y sumamente innovador. También Tea Connection. Por otra parte, el departamento de diseño de grupoA sumó a Bonafide para desarrollar y diseñar piezas multimediales generadas para seguir creciendo en su plan de expansión.

Jornadas en medio de la ley de medios

La edición de este año de las Jornadas de Cable coincidió con la sanción de la Ley de Medios. En este marco, el encuentro tuvo como premisa repudiar públicamente la nueva ley, exponiendo los puntos en que la industria se ve perjudicada. Al respecto de la Nueva Ley de Medios, Alejandro Harrison, presidente de la Cámara de Productores y Programadores de Señales Audiovisuales (CAPPSA), habló con Carta de Publicidad. "Hemos planteado nuestras consideraciones y comentarios respecto de la ley: una es la diferenciación entre señales locales y extranjeras con las limitaciones que se imponen; la diferenciación de gravámenes; hasta ahora era una actividad no regulada, nos obligan a registrarnos y no sabemos el motivo; la limitación de minutos de publicidad que limita nuestros ingresos" explicó. Harrison pronosticó algunas de las consecuencias que estas medidas traerán para la industria, como menor calidad en los contenidos y menores capacidades de inversión. "Otro punto sería que el Gobierno se reserva el derecho a declarar de interés público a determinados espectáculos y con ello la posibilidad de que un canal pueda perder la explotación de determinado derecho sobre un espectáculo y si el Gobierno quiere declararlo de interés público es un desincentivo, entonces uno trabaja con alta incertidumbre", agregó. De todas formas, desde la Cámara se está esperando a que se reglamente la ley, pero para Harrison, dándole una lectura generalizada se trata de una ley que busca fragmentar, rearmar una industria y no brinda incentivos o motivaciones. "Le da cabida a otros jugadores y demás, pero no está garantizado que esos otros jugadores van a tener infraestructura, cómo se van a financiar" explicó.

LA POSTURA DE LOS LEGISLADORES

En las charlas, la diputada Silvana Giudici (presidenta de la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados) afirmó que trata de una ley llena de irregularidades. Entre los puntos más polémicos citó el de licencias como restrictivo para la libertad de prensa y el daño que causará en las localidades del interior, "detrás de la inclusión sectores sociales, pueblos originarios y otros, se esconde una falta de especificación que desembocará en sesión de frecuencias a amigos del poder como son los sindicatos u otras supuestas ONG" afirmó la diputada.

El senador por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Samuel Cabanch en tanto, llamó a todos los sectores involucrados a mantenerse en una situación de resistencia, articulando acciones y manteniéndolas en el tiempo. "Todo el proyecto de ley es coherente desde el punto de vista de la matriz de concentración de poder del Gobierno. Entremos juntos en pelea, artículo por artículo para dar a la Nación la ley que precisa y merece", afirmó el funcionario. Otro de los oradores fue Gustavo Ferrar diputado electo por el PRO, quien coincidió en que la ley persigue tratar de concentrar el poder, "la ley de medios es parte del Plan Mayo del Gobierno que tiene un objetivo de máxima y uno de mínima. El objetivo de máxima retener el poder, el de mínima que el ex presidente siga caminando en libertad. La ley de medios, la ley de partidos políticos, la ley de presupuesto, el fútbol, es todo parte de la estrategia del 29 de junio: condensar el 30% de apoyo como elemento de concentración de poder. Esta ley de medios no persigue modernización, ni terminar con la ley de la democracia, ni participación, es lo contrario, es la ley de concentración" ejemplificó. Ferrar destacó la importancia de llevar a justicia presentaciones coherentes este sentido preponderó el rol de Cámaras que nuclean a los sectores involucrados y consultar a constitucionales "ya que hay vetas interesantes en la ley que se puede quebrar" explicó.