

EDITORIAL

Teletón 2011: Empresas condicionan donaciones a flujo de ventas

El Ciudadano · 2 de diciembre de 2011

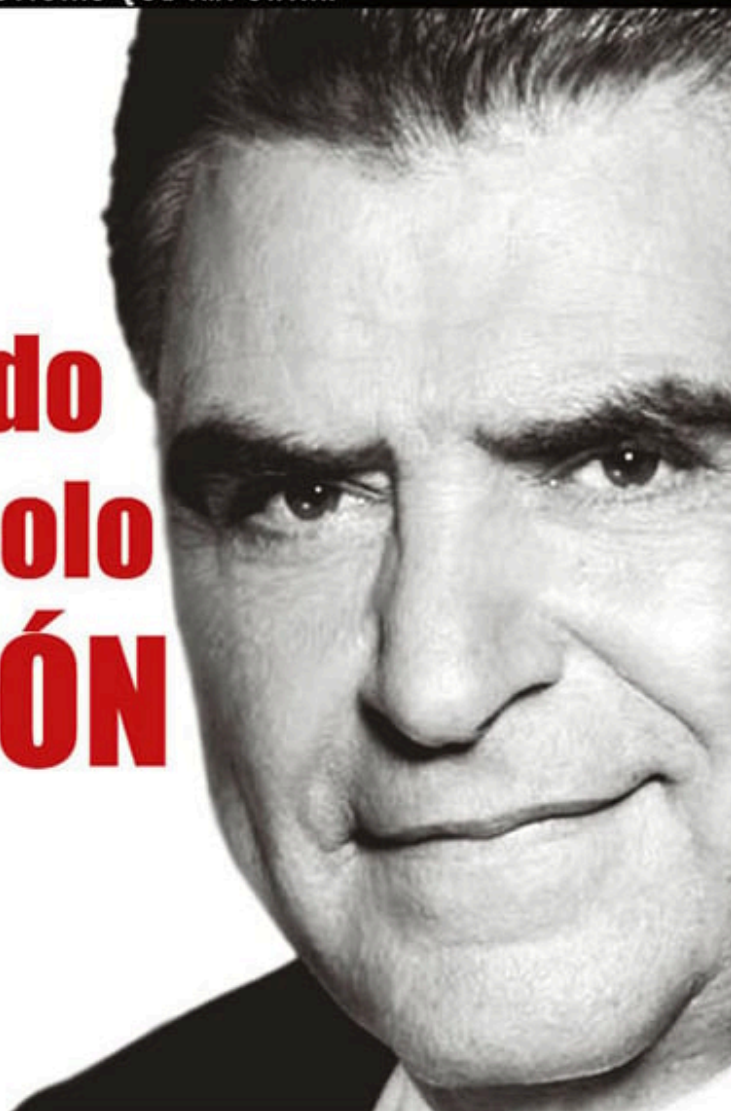
El Ciudadano



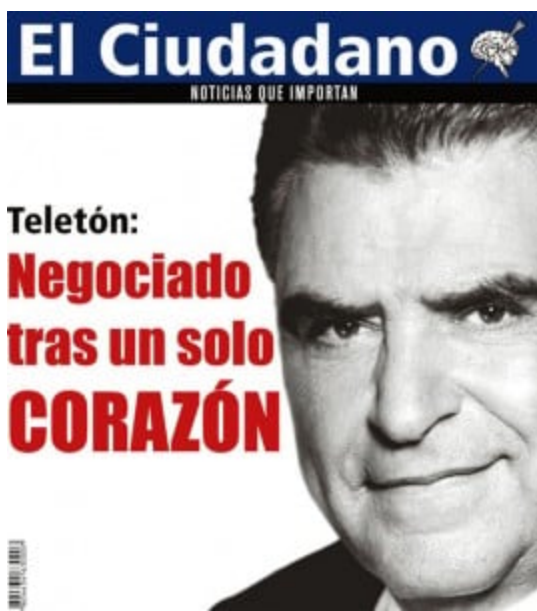
NOTICIAS QUE IMPORTAN

Teletón:

**Negociado
tras un solo
CORAZÓN**



• 0046 34 630007 •



En la Teletón 2011 las empresas que antes lavaban su imagen con suculentas donaciones, hoy ya ni de eso son capaces, sino que condicionan su aporte, a la cantidad de personas que compren, que consuman la “pomada”.

Arrancando la **Teletón** 2011 ya hemos visto cómo dos empresas han hecho uso de los canales de Tv chilena en cadena, para llamar a que este sábado 3 de diciembre concurren a comprar a sus locales repartidos por el país, con la excusa de la ayuda a la obra que te remueve hasta los huesos con dramáticas historias.

La meta para la donación de **Unimarc** es que se realicen 500 mil compras, si no llegan al objetivo, su donación sería menor. Ahora a esperar cuántas personas llegan y ver a qué porcentaje de las ventas corresponde la donación a la Teletón.

Por su parte la empresa **Ripley**, usando la misma estrategia de la donación condicionada, señaló que esperan llegar a la meta de 70 mil transacciones para hacer su aporte. Finalmente su “solidaridad” publicitada, se traducirá en un porcentaje del dinero desembolsado por los miles de chilenos que frecuentan este tipo de establecimientos.

A estas horas, el animador y fundador de la Teletón, **Mario Kreutzberger**, más conocido como don **Francisco**, sonríe y grita sobre el escenario llamando a ir al **Banco de Chile** (empresa que hace realizar a sus trabajadores un voluntariado forzoso para estas fechas, ver edición de **El Ciudadano** en kioscos) mientras aprovecha la sensibilidad que generan las historias de niños y niñas afectados por la discapacidad.

Hace pocos minutos el *showman*, habló con **Kevin**, el niño atropellado por una persona ebria en momentos en que se dirigía a correr la maratón de **Santiago**, lo hizo con algo de esfuerzo para el joven, ponerse de pie para mostrar el trabajo de la Teletón, valorable en muchos aspectos, pero no dudó en aprovechar la ocasión para decir que “se necesitarán años para su recuperación pero aquí estamos dispuestos”, mintiendo abiertamente, pues es sabido que la Teletón sólo atiende a personas hasta la edad de 20 años en promedio a sus pacientes.

Lo que queda claro es que esto en ningún caso se trata de solidaridad, que cuando lo es tal, es anónima y permanente y no sólo en 27 horas de show para que las empresas que lucran con los ciudadanos día a día, laven su imagen. Estamos hartos de que nos traten de pasar la caridad o beneficencia como sinónimos de solidaridad, cuando las relaciones que implican son completamente diferentes.

El Ciudadano

Fuente: [El Ciudadano](#)