Cuba legaliza ejercicio de publicidad y patrocinio en medios públicos

Image not found or type unknown

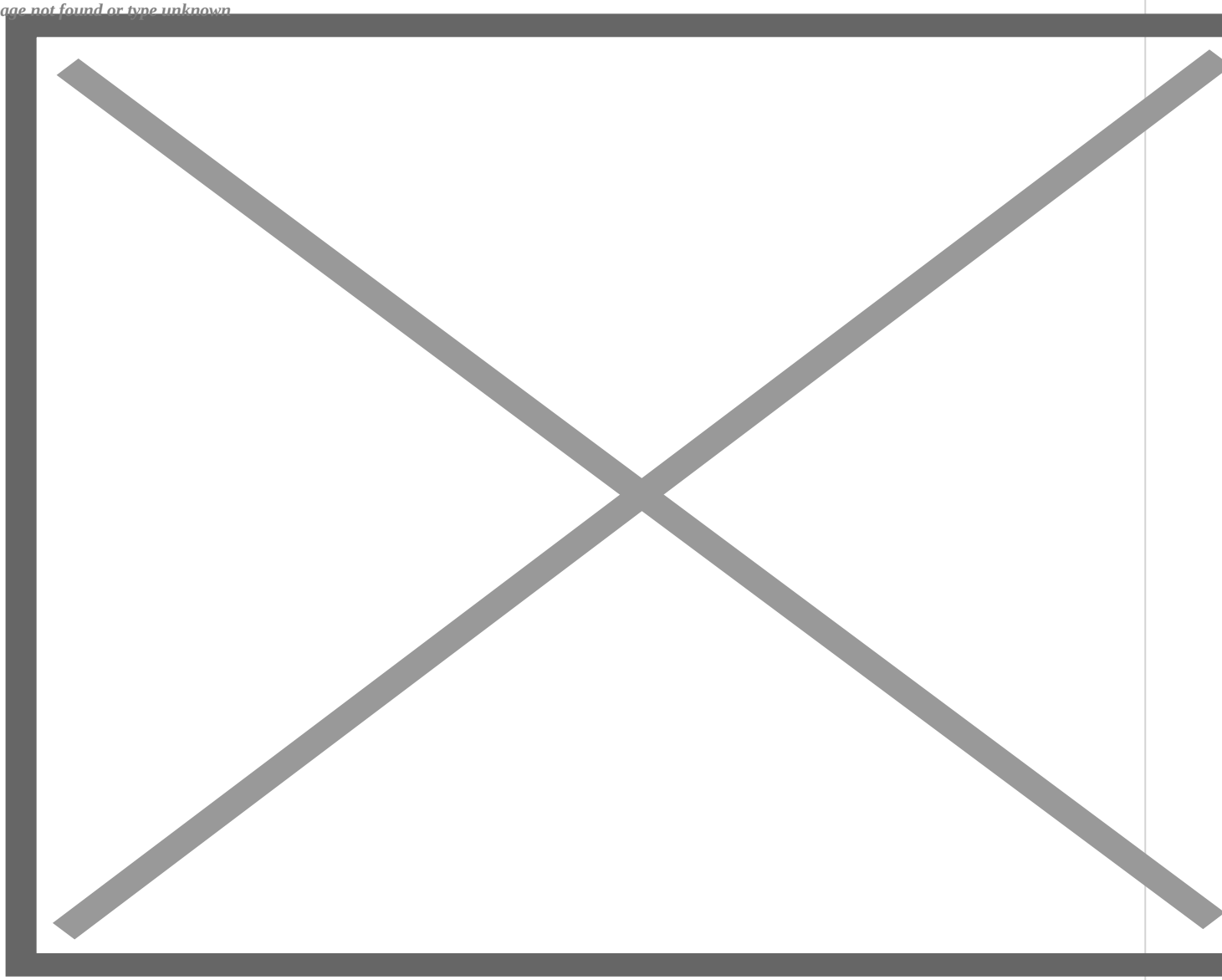

Foto tomada de Prensa Latina

La Habana, 7 jun (RHC) El reconocimiento hoy del ejercicio de la publicidad y el patrocinio en medios públicos de Cuba es una novedad en casi 70 años, reconocieron directivos de organizaciones del ámbito comunicacional en la isla caribeña.

Tras un amplio proceso de consultas que resultó en la aprobación de la Ley de Comunicación Social –primera de la nación-, y sus reglamentos conexos, también se oficializó, la víspera, el Decreto-Ley 102 sobre la práctica de la publicidad y el patrocinio.

En dicha normativa, se regula el uso de los anuncios y promociones en la radio, la televisión, la prensa plana y digital, así como las prohibiciones en su práctica, destacó la víspera el vicepresidente del Instituto de Información y Comunicación Social (IICS), Onelio Corderí.

Durante el espacio televisivo Mesa Redonda, el directivo resaltó la víspera que ese instrumento jurídico responde a la necesidad de transformar las formas de gestión económica de los medios públicos del país, sin perjuicio de la identidad y la soberanía nacionales.

La Ley de Comunicación social, que entrará en vigor dentro de cuatro meses, tiene un enfoque inclusivo y defiende los derechos de la ciudadanía, desde los ámbitos organizacionales, mediáticos y comunitarios, explicó Corderí.

El vicetitular del IICS aseguró que la Ley responde a unos 17 derechos consagrados en la Carta Magna del país, y decenas de políticas públicas aprobadas en los últimos años.

Apuntó que la normativa, reclama procesos de información y comunicación más transparentes y participativos, así como la introducción de reglamentaciones que la favorezcan en todos los organismos del Estado.

Por su parte, la presidenta Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS), Rosa María Pérez, señaló que la isla caribeña ha tenido una visión estrictamente mediática de los procesos comunicacionales.

En ese contexto, la Ley visualiza el ámbito de las organizaciones y sus diferentes públicos, lo que incluye a la ciudadanía, porque la comunicación es transversal a toda la sociedad, explicó la titular de la ACCS.

Asimismo, el sistema de medios públicos dispone ahora de “una sombrilla legal” que permitirá avanzar en la solución de los problemas estructurales de la prensa cubana, apuntó de su lado, el presidente de la Unión de Periodista de Cuba, Ricardo Ronquillo.

Por primera vez los medios de comunicación cuentan con un instrumento legal que regula la actuación de la prensa, pero también exige el derecho a la información pública y propicia la participación del ciudadano en la agenda mediática, aseveró Ronquillo.

La vicepresidenta del IICS, Belkis Pérez, aseguró que existen estructuras en todo el país para instrumentar la normativa y realizan programas de capacitación con directivos del nuevo organismo y otros actores sociales.

Mencionó Pérez Cruz, la existencia de unas 15 acciones formativas para desarrollar competencias comunicativas en la ciudadanía, las instituciones, los centros de enseñanzas y todos los actores económicos, en busca de elevar la cultura comunicacional del país. (Fuente: Prensa Latina)

Radio Habana Cuba