

Cuba légalise le parrainage publicitaire dans les médias publics



La Havane, 7 juin (RHC) La reconnaissance aujourd'hui de la pratique du parrainage publicitaire dans les médias publics cubains est une nouveauté depuis près de 70 ans, ont reconnu des responsables d'organisations du secteur de la communication de l'île caribéenne.

Après un large processus de consultation qui a abouti à l'approbation de la loi sur la communication sociale - la première du pays - et de ses règlements connexes, le décret-loi 102 sur la pratique de la publicité et du parrainage a également été officialisé la veille.

Le décret-loi régit l'utilisation de la publicité et des promotions à la radio, à la télévision, dans la presse écrite et dans les médias numériques, ainsi que les interdictions relatives à leur pratique, a déclaré Onelio Corderí, vice-président de l'Institut de l'information et de la communication sociale (IICS).

Lors de l'émission télévisée Mesa Redonda, le directeur a souligné la veille que cet instrument juridique répond à la nécessité de transformer les formes de gestion économique des médias publics du pays, sans préjudice de l'identité et de la souveraineté nationales.

La loi sur la communication sociale, qui entrera en vigueur dans quatre mois, a une approche inclusive et défend les droits des citoyens dans les domaines de l'organisation, des médias et de la communauté, a expliqué M. Corderí.

Le vice-président de l'IICS a déclaré que la loi répondait à quelque 17 droits inscrits dans la Magna Carta du pays et à des dizaines de politiques publiques approuvées ces dernières années.

Il a souligné que la loi appelle à des processus d'information et de communication plus transparents et participatifs, ainsi qu'à l'introduction de réglementations qui les favorisent dans tous les organes de l'État.

Pour sa part, la présidente de l'Association cubaine des communicateurs sociaux (ACCS), Rosa María Pérez, a souligné que l'île des Caraïbes avait une vision strictement médiatique des processus de communication.

Dans ce contexte, la loi envisage la sphère des organisations et de leurs différents publics, ce qui inclut les citoyens, car la communication est transversale à l'ensemble de la société, a expliqué la présidente de l'ACCS.

De même, le système des médias publics dispose désormais d'un « parapluie juridique » qui permettra de progresser dans la résolution des problèmes structurels de la presse cubaine, a déclaré Ricardo Ronquillo, président de l'Union cubaine des journalistes.

Pour la première fois, les médias disposent d'un instrument juridique qui régit les actions de la presse, mais qui exige également le droit à l'information publique et encourage la participation des citoyens à l'agenda médiatique, a déclaré M. Ronquillo.

Belkis Pérez, vice-président de l'IICS, a déclaré que des structures étaient en place dans tout le pays pour mettre en œuvre la réglementation et que des programmes de formation étaient organisés avec les directeurs du nouvel organisme et d'autres acteurs sociaux.

Pérez Cruz a mentionné l'existence d'une quinzaine d'actions de formation visant à développer les compétences en communication des citoyens, des institutions, des centres éducatifs et de tous les acteurs économiques, afin d'améliorer la culture de la communication dans le pays. (Source : Prensa Latina)

<https://www.radiohc.cu/fr/noticias/nacionales/356812-cuba-legalise-le-parrainage-publicitaire-dans-les-medias-publics>



Radio Habana Cuba