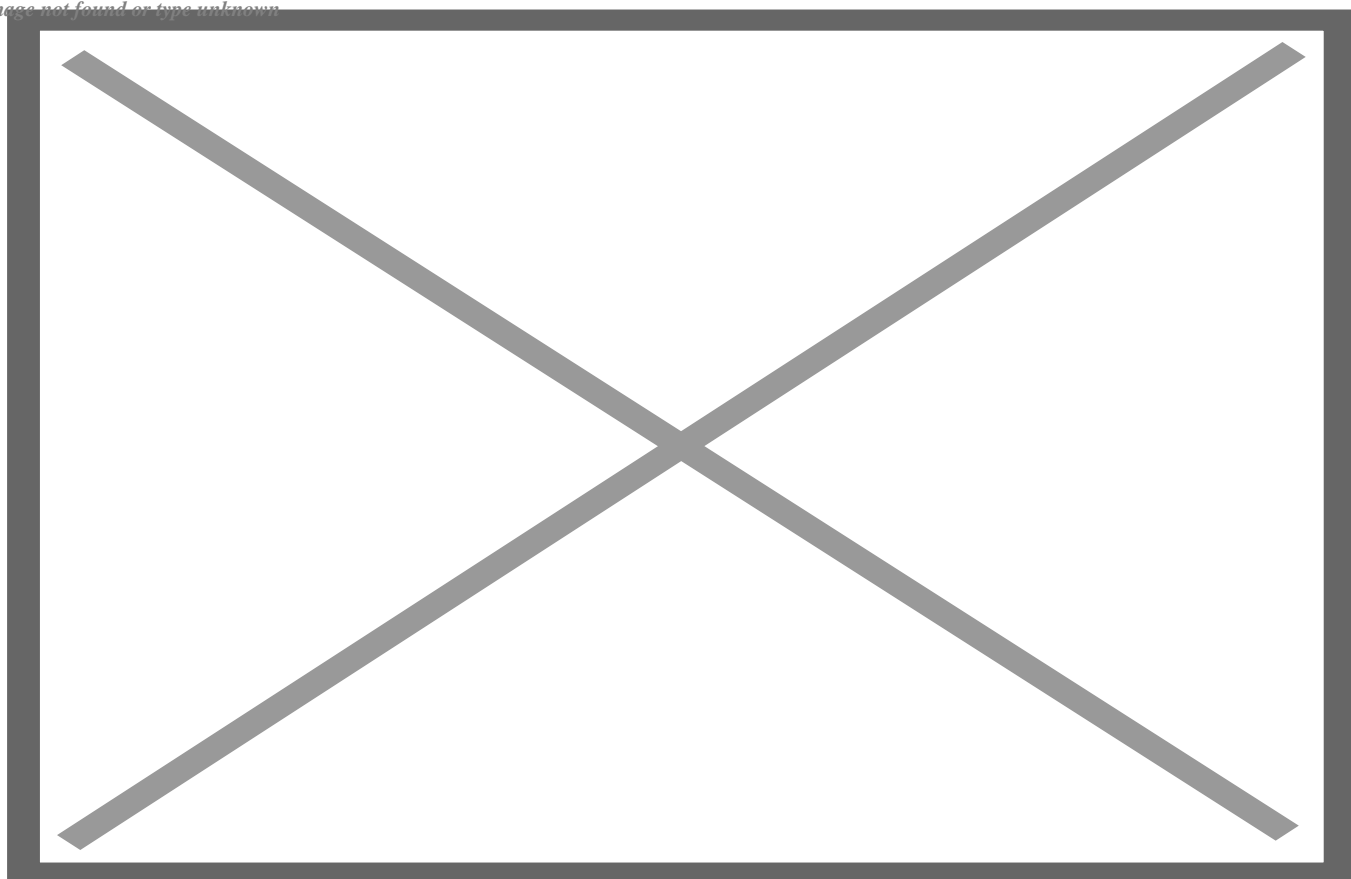


¿Qué beneficios trae la Ley de Comunicación Social?

Image not found or type unknown



Intervención sobre ley de comunicación social

La Habana, 5 jun (RHC) Tras la aprobación ante la Asamblea Nacional del Poder Popular en 2023 y la publicación hoy en la Gaceta Oficial, Cuba cuenta con una Ley de Comunicación Social, inédita en su historia.

Sobre los orígenes de la norma y los preceptos y retos que deparará su entrada en vigor, Humberto Fabián Suárez, miembro de la Comisión redactora y presidente del Consejo de la Marca País, detalló que uno de los reglamentos -específicamente el Decreto 102 - que la componen reconoce y establece el ejercicio de la publicidad y el patrocinio, una novedad en los últimos 70 años en el país.

Quienes participamos en la elaboración de la Ley, realizamos un amplio estudio en el plano publicitario antes del triunfo de la Revolución y analizamos casos foráneos también, destacó Fabián Suárez.

Comentó que para entender ese decreto es preciso remitirse a la normativa en primera instancia, pues en ella se definen cuáles son los actores de la publicidad en Cuba, entre ellos los anunciantes, los medios de comunicación, las agencias y los creativos.

Se aborda el uso de los anuncios y promociones en la radio, la televisión, la prensa plana y digital, así como las prohibiciones y errores en los que no se debe incurrir, señaló.

La publicidad y el patrocinio en la mayor de las Antillas, que ha transitado por varios períodos, no contaba antes de la Ley con regulaciones, lo cual se hacía necesario para que los actores económicos dieran a conocer sus productos, marcas y servicios, anotó.

En el territorio nacional la primera de ambas disciplinas tiene un sentido comercial, mientras que la propaganda se realiza con fines políticos, aclaró Fabián Suárez.

La Ley de Comunicación Social cubana, dijo el experto, establece regulaciones sobre los influyentes o líderes de opinión en redes sociales, y aboga por el uso responsable de las tecnologías de la información y las comunicaciones y de herramientas como la inteligencia artificial.

En el caso del decreto 102 figura, además, el deber de organismos e instituciones de cumplir con sus preceptos, así como la responsabilidad administrativa ante infracciones, las medidas aplicables y los recursos de apelación, resaltó.

Dentro del campo de la publicidad se regula la vinculada con la protección de niños, adolescentes, jóvenes, las mujeres, adultos mayores y personas en situación de discapacidad, acotó Fabián Suárez.

La promoción y los anuncios de ventas en empaques de productos, y los referidos a la protección medioambiental, el deporte, el turismo, los servicios bancarios, los alimentos (con altos niveles de sodio, grasas, calorías y bebidas alcohólicas), tabaco y cigarrillos, medicamentos, en las vallas de la vía pública y en el comercio electrónico, serán objeto de la mirada aguda de los especialistas, enfatizó.

De acuerdo con Rosa María Pérez Gutiérrez, presidenta de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales, la normativa que aparece este miércoles en la Gaceta Oficial legitima a actores importantes del campo comunicacional en Cuba, entre ellos los relacionistas públicos.

Tiene un enfoque inclusivo porque persigue que cada actor, sea estatal o no, asuma la responsabilidad de una atención esmerada a todas las personas y el respeto a las diferencias, afirmó.

Con la Ley hay que contribuir a la educación de las masas y la superación de los profesionales que se dedican a la comunicación, dijo Pérez Gutiérrez.

Ricardo Ronquillo Bello, presidente de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC), anotó que ese aparato jurídico recoge las luchas y aspiraciones del sector de la prensa nacional durante varios años.

Aunque se aprueba en un contexto comunicacional complejo para la mayor de las Antillas, sin la Ley no se habría avanzado en la transformación editorial, económica y tecnológica de varios medios del país.

La normativa es la sombrilla legal que ampara al sistema de comunicación del archipiélago en el momento de sus cambios más profundos, aseguró Ronquillo Bello.

No pretendemos tener de inmediato un aparato mediático para el socialismo, sino que se requiere de una labor educativa, cultural y de sensibilización a todas las escalas de la sociedad cubana, pues compete tanto a decisores políticos, gubernamentales y estatales como a la ciudadanía, subrayó el presidente de

la UPEC.

Consideró que la normativa jurídica aporta a la concepción democrática del modelo socialista en el país, sobre todo en la búsqueda del control popular donde el centro son los seres humanos.

La Ley de Comunicación Social entrará en vigor en los 120 días posteriores a su publicación en la Gaceta Oficial. (Fuente: ACN)

<https://www.radiohc.cu/index.php/especiales/comentarios/356636-que-beneficios-trae-la-ley-de-comunicacion-social>



Radio Habana Cuba