



Imprimir artículo Exportar a PDF
Volver

Venezuela: Foro Social promueve campaña por el derecho a la comunicación

Una campaña continental por el derecho a la comunicación fue el tema de discusión de varios representantes de servicios, de agencias, de asociaciones y de organizaciones relacionados con los medios de difusión.

ABN, 27 Enero 2006.- Una campaña continental por el derecho a la comunicación fue el tema de discusión de varios representantes de servicios, de agencias, de asociaciones y de organizaciones relacionados con los medios de difusión, en una rueda de prensa ofrecida en ocasión del Foro Social Mundial.

La campaña sostiene que la comunicación es un derecho, no una mercancía, por lo que convoca a los diversos actores sociales a "unir esfuerzos para sensibilizar, para debatir y para lograr la movilización ciudadana que permita hacer realidad la democratización y el acceso de todos y de todas a la comunicación, a la información y a las diversas tecnologías que las facilitan", indica en su página www.derechos-comunicacion.org [1].

Esta campaña es parte del movimiento mundial Cris (Communication Rights in the Information Society) y tiene como punto de partida la carta pública que las redes latinoamericanas de comunicación dieron a conocer en el Foro Social Américas, realizado en Quito, Ecuador, en julio de 2004.

Aunque reconocen la creciente influencia de la comunicación y de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información, denuncian la avasalladora concentración de la propiedad y de la producción de contenidos en muy pocas manos.

Consideran, además, que el tratamiento de la información como mercancía implica una negación de los derechos de la comunicación, al amenazar el derecho a la información y a la libertad de expresión, a la diversidad y a la pluralidad mediática.

La presidenta de la Organización Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC), Ana María Rodríguez, manifestó que ven con preocupación que a pesar de que existe una apertura a los medios comunitarios, hay muchas limitaciones que no permiten su real desarrollo. "Podemos conformar redes para conectarnos y para compartir información. Este debate público es para reconocer lo que se ha logrado con los medios comunitarios y para el fortalecimiento de las condiciones que permitan que esto se de con más facilidad", apuntó Rodríguez al señalar que la campaña por el derecho a la comunicación se debe desarrollar en cada país de acuerdo con sus condiciones específicas.

El fundador de Inter Press Service, Roberto Savio, apuntó que los actores sociales deben adoptar los procesos de comunicación para crear un gigantesco movimiento horizontal diferente al verticalismo que se manifiesta en los grandes medios.

Manifestó además: "Hay que hacer legislaciones que permitan la mayor cantidad de acceso de los ciudadanos a la comunicación. Este proceso no tiene que ser utilizado de manera vertical por los gobiernos, sino que debe ser un instrumento de cogestión y de participación de los ciudadanos".

La representante de la Agencia Latinoamericana de Información (Alai), Sally Burch, manifestó que la comunicación debe ser un espacio para crear ciudadanía, "es algo que nos convoca tanto como periodistas como actores sociales".

Respecto a la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, el representante de la Asociación



Mundial de Radios Comunitarias (Amarc), Carlos Rivadeneira, dijo que la legislación es un hito en el mundo, aunque señaló: "Si la sociedad civil organizada no está representada y no está siendo protagonista en la ejecución de leyes como ésta, poco se va a poder avanzar".

Valoración: 0

Sin votos (todavía)

Source URL: <https://www.servindi.org/actualidad/288>

Links

[1] <http://www.derechos-comunicacion.org>

[2] <http://www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=2&t=29147>