El impacto de la publicidad y el marketing sobre el disfrute de los derechos culturales

Publicat per Interacció [1] el 18/05/2015 - 11:55 | Última modificació: 19/05/2015 - 09:12

Farida Shaheed [2] ? Nacions Unides [3]

En el presente informe, la relatora especial, Farida Shaheed, sobre los derechos culturales analiza la repercusión que tienen las prácticas de publicidad comercial y comercialización para el disfrute de los derechos culturales, prestando especial atención a la libertad de pensamiento, opinión y expresión, la diversidad cultural y los estilos de vida, los derechos del niño en materia de educación y ocio, la libertad académica y artística y el derecho a participar en la vida cultura y a disfrutar de las artes.

En el análisis de las nuevas tendencias de estrategias de publicidad y comercialización, la relatora expresa su preocupación por la línea cada vez menos definida que separa la publicidad comercial de otros contenidos, especialmente en los ámbitos de la cultura y la educación. Un motivo de preocupación general está relacionado con la presencia desproporcionada de la publicidad comercial y la comercialización en los espacios públicos, los innumerables mensajes publicitarios y de comercialización que reciben las personas a diario, la difusión de este tipo de comunicaciones mediante el uso sistemático e integrado de una gran variedad de medios de comunicación y el uso de técnicas destinadas a impedir que las personas tomen decisiones de forma racional.

El informe concluye que los Estados deben proteger a las personas frente a unos niveles excesivos de publicidad comercial y comercialización y, al mismo tiempo, aumentar el espacio destinado a las expresiones sin fines de lucro. En el marco del artículo19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, y según la opinión de que los mensajes comerciales pueden ser objeto de un nivel de protección inferior al que reciben otras formas de expresión, Shaheed recomienda que los Estados regulen este ámbito de un modo más eficaz. Cabe destacar en particular la recomendación de prohibir toda publicidad comercial y comercialización en las escuelas públicas y privadas.

PDF El impacto de la publicidad y el marketing sobre el disfrute de los derechos culturales [4]

Inicia sessió [5] o registra't [6] per enviar comentaris
Etiquetes: drets culturals
Etiquetes: mitjans de comunicació
Etiquetes: impacte
Etiquetes: publicitat

- [7]

URL d'origen: https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/%252Fimpacto-publicidad-marketing-sobre-derechos-

culturales

Enllaços:
[1] https://interaccio.diba.cat/members/interaccio
[2] http://www.ohchr.org/SP/Issues/derechosculturales/Paginas/FaridaShaheed.aspx
[3] http://www.un.org/es/
[4] http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E150144.pdf
[5] https://interaccio.diba.cat/
[6] https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat
[7] https://interaccio.diba.cat/node/5812