

10-Abril 2015

La comunicación mediática como servicio público

El pasado 08 de abril de 2015, [CIESPAL](#) realizó el **Conversatorio *El dominio público en comunicación***, con la finalidad de analizar y reflexionar en torno a la Ley de Comunicación y sus planteamientos sobre la comunicación como servicio público o como un derecho humano y las implicaciones que estos temas han generado, últimamente, en el Ecuador y en la región.

Al iniciar su intervención, la Coordinadora de la Maestría de Comunicación de la [FLACSO-Ecuador](#), [Isabel RAMOS](#), mencionó que la idea de que los sistemas mediáticos tomen forma en base a los sistemas políticos en los que se han desarrollado está presente desde los años 50. Académicos como Wilbur SCHRAMM, así como Daniel C. HALLIN y Paolo MANCINI lo han abordado, acotó RAMOS.

Asimismo, la catedrática planteó la necesidad de analizar las implicaciones de considerar, como ciudadanos, comunicadores y docentes, a la comunicación como un servicio público, pensándolo como un principio para la enmienda constitucional.

La idea de servicio público vinculado a la comunicación mediatizada, explicó RAMOS, surgió en otro tipo de sociedad en las que los medios se sustentan con presupuestos e inversiones estatales. En estas sociedades, según RAMOS, comenzó a realizarse la privatización del espectro radioeléctrico con la aparición de medios audiovisuales de titularidad privada y con fines de lucro.

En el contexto nacional, RAMOS indicó que: “el Estado ecuatoriano en sus políticas; históricamente, ha privilegiado los intereses particulares mas no los intereses generales, públicos o sociales. Se han realizado transferencias de recursos públicos a las arcas de empresarios mediáticos, así como se ha permitido que empresarios legislen temas que involucren la actividad de medios...” y enfatizó que, por ello, es una necesidad entender a la comunicación mediatizada como servicio público, ofreciendo beneficios colectivos. Por ejemplo brindar temáticas locales y fomentar la producción nacional e independiente, nacionalizando los productos informativos.

Por su parte, [Marco NAVAS](#), catedrático de la [Universidad Andina Simón Bolívar](#), mencionó que la enmienda señala a la comunicación como un servicio público y que podría ser entendida como una dimensión humana que, no solo, abarque la comunicación mediática, sino ese espacio social. En cuanto al dominio público, indicó que requiere de medios que deben estar sometidos a reglas de derechos y garantías.

Para NAVAS, en estos debates, existe diversidad de temas sensibles como la propiedad y el manejo de los medios, los contenidos y su generación, así como las licencias y patentes que los rigen.

NAVAS indicó que el Estado, al considerar a la comunicación como un servicio público, debe administrarla con reglas especiales, o en su defecto regular y controlar.

Sin embargo “la comunicación es una dimensión social”, señaló NAVAS y por lo tanto, no se le puede aplicar la parte del servicio público y esta parte puede ser el medio de realización del todo. Por lo que considera que debe ser entendido que el servicio público sería aplicable solo a la comunicación mediática.

El Dr. Francisco SIERRA, Director General de CIESPAL, comentó que el escenario en el que vivimos es de abundancia, por lo tanto, la recomendación es hablar de dominio público que implica la multiplicación de espacios (construir lo común) y reglamentaciones para garantizar la prestación del servicio.