

Mapa de radios de América Latina y el Caribe

Tito Ballesteros López
Santiago García Gago
(editores)



Mapa de radios de América Latina y el Caribe

Tito Ballesteros López
Santiago García Gago
(editores)

Ballesteros López, Tito
Mapa de radios de América Latina y el Caribe / Tito Ballesteros
López ; Santiago García Gago. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de
Buenos Aires : Ediciones del Jinete Insomne, 2020.
150 p. ; 22 x 15 cm.

ISBN 978-987-4115-15-7

1. Comunicación. 2. Radio. I. García Gago, Santiago. II. Título.
CDD 302.2344



Ediciones del Jinete Insomne
Diseño y diagramación: Patricia Peralta
Imagen de tapa: Freepik.com



Puede hacer uso y difusión del libro respetando las condiciones de la Licencia de Pares: reconocer los créditos. Si altera o transforma esta obra, o genera una obra derivada, sólo puede distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta. La explotación comercial de esta obra sólo está permitida a cooperativas, organizaciones y colectivos sin fines de lucro, a organizaciones de trabajadores autogestionados, y donde no existan relaciones de explotación.

Visite el mapa en su versión interactiva: <https://radioslibres.net/mapas/>

ÍNDICE

PRÓLOGO	7
----------------------	---

PRESENTACIÓN

100 años de la radio y 35.000 emisoras en América Latina y el Caribe	9
---	---

CAPÍTULO 1

La difícil tarea de contar los radios en América Latina y el Caribe: cómo se realizó el <i>Mapa de Radios de América Latina y el Caribe 2020</i>	13
---	----

Metodología empleada	14
Los países, sus radios	16
La Amplitud Modulada	17
La Frecuencia Modulada	19
Los nombres de los radios	20
Radios comerciales	22
Las radios comunitarias	22
Las radios de uso o de interés público	23
Lo político, los medios	24

CAPÍTULO 2

Mapa de Radios Mesoamérica y el Caribe. Informes	25
---	----

2.1. MÉXICO	26
La radio en México, la recomposición del dial	27
<i>Antecedentes</i>	27
<i>La reforma constitucional de 2013</i>	28
<i>La radio en 2020</i>	28
<i>Referencias bibliográficas</i>	30
2.2. GUATEMALA	32
En Guatemala no todo está escrito	33

2.3. EL SALVADOR.....	36
La radio salvadoreña lucha por mantener su vigencia e incidencia.....	37
<i>Legislación y concentración</i>	37
<i>Las transformaciones y sus desafíos</i>	38
2.4. HONDURAS	41
La radio en Honduras.....	42
<i>Crisis</i>	43
<i>Clasificación de los radios</i>	44
2.5. NICARAGUA.....	46
El desafío radial en Nicaragua	47
2.6. COSTA RICA.....	50
Historia de la radio en Costa Rica: una perspectiva crítica.....	51
<i>Plan Nacional de Soberanía Radiofónica: el parteaguas ideológico</i>	51
<i>Marco jurídico de la radio en Costa Rica</i>	53
<i>La radio en Costa Rica 2009-2020</i>	54
<i>Concentración de frecuencias: una realidad tangible</i>	56
<i>Las regiones y el futuro de la radio en Costa Rica</i>	58
<i>Referencias bibliográficas</i>	61
2.7. PANAMÁ.....	64
Panamá radiofónica: esperando reinventarse	65
2.8. CUBA.....	68
Diversificando la radio cubana.....	69
<i>Referencias bibliográficas</i>	72
2.9. REPÚBLICA DOMINICANA.....	73
La radio en República Dominicana	74
<i>Retrospectiva</i>	74
CAPÍTULO 3	
Mapa de Radios de Sudamérica. Informes	77
3.1. COLOMBIA.....	78
Road map radiofónico colombiano	79
<i>Referencias bibliográficas</i>	81
3.2. VENEZUELA.....	83

Mapa radiofónico de Venezuela	84
<i>Evolución del escenario radiofónico 2012-2020</i>	86
<i>La propiedad y modos de organización</i>	87
<i>Circuitos, cadenas y redes de emisoras</i>	88
<i>Medios comunitarios y alternativos</i>	89
<i>La radio tiene futuro</i>	89
3.3. ECUADOR	91
<i>Radiografía de la radio en Ecuador</i>	92
3.4. PERÚ	95
La radio en Perú: una realidad esperanzadora	96
3.5. BOLIVIA.....	101
<i>La radio en Bolivia en medio de la disputa política</i>	102
3.6. BRASIL	106
La radio en Brasil tiene futuro.....	107
<i>Referencias bibliográficas</i>	112
3.7. CHILE.....	114
La radio en Chile: confiable y creíble.....	115
3.8. URUGUAY.....	120
Uruguay: nuevos impulsos, viejas estructuras	121
<i>Referencias bibliográficas</i>	124
3.9. PARAGUAY	126
Lo que se esconde detrás de los datos en Paraguay	127
<i>Referencias bibliográficas</i>	130
3.10. ARGENTINA.....	131
¿Crisis de la radio en Argentina?.....	132

CAPÍTULO 4

Conclusiones	137
La lenta extinción de la AM	137
Los oligopolios comerciales controlan el dial	138
Los medios comunitarios	139
¿Y los medios públicos?	140
Las leyes no cambian la realidad	141
¡Otros 100 años más para la radio!.....	142

PRÓLOGO

Cuando en 2012 se publicó el primer estudio del Mapa de Radios de América Latina y el Caribe se contaron 25.000 emisoras repartidas por todos los rincones de esta Patria Grande.

En 2020, nueve años después de aquel primer censo de radios de Abya Yala, ya existen 35.334 estaciones. Unas más modernas y con mejor sonido que transmiten en FM, resistiendo ante el avance de los servicios de streaming y las emisoras online. Otras en AM, que sigue aguantando y no pierde audiencia en zonas rurales y alejadas.

El mapa, tras estos años, sigue evidenciando un gran desequilibrio entre las emisoras comerciales, que utilizan la mayor parte de frecuencias de radio y televisión del espectro radioeléctrico, y los otros dos sectores: el comunitario y el público.

Pero lo más interesante es que las emisoras del dial radiofónico latinoamericano siguen aumentando, lo que demuestra la buena salud de la que goza la radio. Un medio centenario ya que este 2020 celebramos los 100 años de la primera transmisión regular.

Agradecemos este esfuerzo colectivo que Tito Ballesteros López (blog Radios de América) y Santiago García Gago (Radios Libres) han editado y en el que han participado 19 radialistas aportando una lectura nacional de los datos recopilados. Un libro que se completa con una versión web donde se pueden observar los estudios de los diferentes años de una forma gráfica e interactiva.

Un detallado recuento de todas las radios que llenan de ondas radioeléctricas América Latina y el Caribe. Y un buen aporte para saber cuántos somos y dónde estamos.

José Ignacio López Vigil
Radialistas Apasionadas y Apasionados

PRESENTACIÓN

100 años de la radio y 35.000 emisoras en América Latina y el Caribe

Conocer el número de radios en América Latina y el Caribe, sobre todo en el año 2020, cuando este medio de comunicación cumple 100 años desde su primera transmisión, resulta pertinente y necesario para analizar su estado, su existencia, no solo en datos y cifras, sino en su calidad de vida. Las cifras aquí presentadas resultan reveladoras. Por momentos favorecen a un tipo de emisoras que crecen en el tiempo, pero también marcan preocupaciones para otras tantas que se evaporan en el cuadrante.

El deseo de censar las emisoras en la región fue el punto de partida de este ejercicio colaborativo realizado por primera vez en 2012 en el que participaron radialistas de 19 países. El trabajo, publicado en un documento digital, fue coordinado por el comunicador social colombiano Tito Ballesteros López y su blog Radios de América. Los datos recogidos fueron aportados por colegas de México (Claudia Segura), Guatemala (Amalia Jiménez), El Salvador (Guillermo Ramos), Costa Rica (Otto Chinchilla Coto), Nicaragua (Wendy Quintero), Panamá (Eunice Meneses), Colombia (Mónica Valdés), Venezuela (Elvis Castillo), Ecuador (Santiago García), Perú (Carlos Rivadeneyra), Bolivia (Rubén D. Choque), Brasil (Arthur William), Chile (Natacha Gómez), Uruguay (Carlos Castillos), Paraguay (Haydeé Galeano), Argentina (Jorge Arabito), Cuba (Fabio Bosh), y República Dominicana (Ana Bélgica Güichardo).

Para 2014 y 2017, Santiago García Gago, de RadiosLibres.net, se sumó a la iniciativa para trabajar en la diagramación de los mapas,

actualización y procesamiento de los datos. Entonces, el texto digital en PDF cambió su diseño, fue actualizado y presentado en sociedad.

Ahora, en 2020, no solo se censan las emisoras, sino que se contextualizan y precisan los datos oficiales con informes de comunicadoras y académicos de 19 países que transmiten el modo de ver y sentir la radiodifusión desde sus territorios. Cada uno de los autores y autoras ha realizado una lectura detallada de los datos del mapa y su evolución desde 2012. Casi después de una década radiofónica, se toma una nueva foto para describir la realidad actual y, a partir de ella, analizar el contexto en el que cada día se habilitan las palabras desde los micrófonos.

El libro avanza de apartado en apartado para ingresar a niveles de análisis cada vez más particulares. Cada autor, desde su visión personal, respondió a los cuestionamientos que le planteaban las cifras oficiales de las radios en su país. Cada mirada local alimentó la visión regional contenida en esta obra.

¿Corresponden los datos citados en los informes con la realidad de cada país? ¿Cómo están clasificadas las radios en cada rincón de nuestro continente? ¿Cuántas son las emisoras de AM y FM en cada uno de los 19 países que aquí se citan? ¿Qué lectura hacer al descender o aumentar el número de emisoras de AM en algún país de la región? ¿Cuál es el estado de salud del medio? ¿Cuáles son sus principales logros y necesidades? En los informes aparecen preguntas, respuestas, provocaciones, temas de discusión, acuerdos y, seguramente también, desacuerdos que usted podrá discutir con el texto. El mapa es un producto inacabado con un sello inconfundible: está en proceso. Es, además, la esencia misma de los datos. Cifras que crecen y disminuyen, que mutan y se mueven, que están vivas, al igual que las radios en América Latina y el Caribe.

Los autores que aportaron su análisis en la presente edición fueron: Adriana Solórzano (México), Edgar Zamora Orpinel (Guatemala), Oscar Pérez (El Salvador), Santos Gálvez Martínez (Honduras), Juan Carlos Duarte Sequeira (Nicaragua), Sebastián Fournier Artavia (Costa Rica), Alfredo Calzadilla (Panamá), Ana Teresa Badía Valdés (Cuba), María Eugenia del Pozo (República Dominicana), Andrés Barrios (Colombia), Javier Barrios (Venezuela), Jorge Guachamín (Ecuador), Alejandro Cornejo Montibeller (Perú), Javier Aliaga (Bolivia), Nair Prata (Brasil), Carlos Montenegro Armijo (Chile), Javier Pérez

Seveso (Uruguay), Salustiana Caballero (Paraguay), Francisco Godínez Galay (Argentina).

Les agradecemos enormemente su esfuerzo, mucho más cuando el estudio estuvo atravesado por la pandemia del coronavirus (COVID-19). Una situación que evidenció, una vez más, el trascendente papel que ha desarrollado la radio para ayudarnos a sobrellevar las medidas de confinamiento impuestas en la mayoría de países alrededor del planeta. Situación que, sin duda, será profundamente estudiada en los próximos años y que nos plantea nuevos retos y renovados interrogantes.

La democratización de cualquier ecosistema de medios pasa por la tenencia de los mismos y no solo por la recepción de mensajes. Entonces, ¿en manos de quiénes están las más de 35.000 emisoras extendidas en nuestros pueblos? ¿Quiénes son sus propietarios? ¿Es suficiente el número de radios en un país? ¿La mayoría de emisoras en la región son universitarias, comunitarias o comerciales? ¿Cómo es la evolución de las dos bandas principales de radiodifusión, AM y FM? Estas son algunas de las preguntas planteadas en el texto y que se intentan responder con este estudio.

Les invitamos a examinar los datos del *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* y hacer un análisis pormenorizado para nutrir la discusión radial.

Ya son más de 35.000 radios. ¡La radio vive!

Felices 100 años de radio América Latina y el Caribe

CAPÍTULO 1

La difícil tarea de contar las radios en América Latina y el Caribe: cómo se realizó el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe 2020*

Los datos citados en este *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* atestiguan sobre la movilidad de los medios y de la radio en particular. Las casas periodísticas tal y como las conocemos, viven un período de profunda reflexión sobre su quehacer, la manera en que sobreviven, su experiencia como modelo de negocio, su posibilidad como fuente laboral, su papel como actor social. En 2020 los medios asisten a un remezón cualitativo y cuantitativo.

Un dato, por sencillo que parezca, arroja distintas interpretaciones. Este primer capítulo de análisis expone cifras que hablan por sí solas sobre 19 países para dibujar una primera aproximación y descubrir, por ejemplo, si el texto sonoro ha decrecido, conocer el comportamiento en los últimos 9 años de las frecuencias en AM y FM y, asimismo, constatar los pueblos que han perdido más emisoras o los que han sumado micrófonos a las estadísticas nacionales.

DATOS TOTALES	Año	#Radios	AM	FM	Comercial	Educativa pública	Social comunitaria
	2012	24.807	4.713	17.399	12.804	1.053	6.568
	2014	28.902	5.259	23.643	12.188	1.737	6.312
	2017	33.030	4.969	27.909	15.699	2.488	6.709
	2020	35.334	4.635	30.699	15.915	2.851	6.667

Metodología empleada

Censar las emisoras que existen en América Latina y el Caribe no ha sido fácil. Distintas dificultades se han presentado para acceder a datos que permitan avanzar positivamente en un análisis. El principal aprieto para encontrar cifras aproximadas es el escaso rigor con el que, salvo contadas excepciones, se da en algunas entidades oficiales en relación con los censos radiofónicos pues no todos los países publican estadísticas y quienes lo hacen o no las comparten o no atienden a solicitudes para acceder a tales registros. Sumando a ello, la actualización de estos no siempre se da de manera oportuna.

Entre los países que se destacan por ofrecer datos actualizados están Colombia, Paraguay y Brasil quienes, además, cuentan con herramientas interactivas. Perú publica anualmente un detallado estudio con infografías, además de ofrecer cifras pormenorizadas. También México, Panamá, Uruguay y Chile ofrecen tablas con información al día y de forma accesible. Honduras, se encuentra también en este primer grupo y se destaca porque, incluso, permite consultar los trámites y actuaciones legales de cada uno de los concesionarios. Bolivia y Argentina, aunque sí publican fichas actualizadas, no lo hacen de forma desagregada por tipo de emisoras.

En el otro extremo se encuentra Nicaragua, que no actualiza los datos desde 2014. Tampoco existe información oficial reciente de República Dominicana, Cuba, Guatemala, Costa Rica o Venezuela. En El Salvador, tras el cambio de gobierno en 2019, desaparecieron los datos de la web de la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones. Las cifras citadas en el presente estudio se pudieron obtener gracias a un informe solicitado por un ciudadano en el Portal de Transparencia.

En cualquier caso, los datos de las frecuencias en la región, que son un bien de uso público, constituyen, sin duda, un acto de transparencia para cada gobierno local.

Otro agravante, en el censo radial, se relaciona estrechamente con procesos electorales. Ante cambios de gobierno, no solo se modifican políticas comunicacionales sino sitios web desde los que se comparten estas informaciones, las cuales, en algunos casos, son reemplazadas por cifras actuales, eliminando registros históricos que bien pueden ser útiles como herramientas de análisis.

Un factor más que ha dificultado el presente estudio, es el no registrar los censos por normativas internacionales de estandarización de datos. El no hacerlo hoy, en formatos digitales, hace que el conteo de frecuencias se deba realizar de forma manual. Sumado a ello, un apuro adicional se suma en la medida en que no hay una unificación de un lenguaje en políticas públicas para este sector; al momento de otorgar permisos para operar frecuencias radioeléctricas unos países hablan de concesiones y otros de permisos o títulos.

Un factor que no ofrece claridad es que, en la gran mayoría de países, no se desagregan las concesiones principales de las repetidoras. Es decir, se cuentan como una concesión tanto las que se asignan para la transmisión principal de una radio, como las frecuencias que sólo sirven para repetir esa señal y ampliar la cobertura hasta otras ciudades. Se suelen contabilizar como dos concesiones o licencias, cuando en realidad, habría que registrar una sola e indicar que la otra es una frecuencia de repetición de señal. Esto implica que no todas las 35.334 reflejadas en el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* sean emisoras que transmiten señales diferentes. Hay varias de ellas que sólo repiten la misma señal que su emisora matriz.

Por todos estos factores y a pesar del rigor con el que se ha realizado este estudio, los datos no son más que una aproximación a la realidad con las cifras oficiales de las que se dispone.¹

La riqueza del estudio, aparte del panorama cuantitativo que aportan las cifras, es el análisis cualitativo que presentan los informes de las y los especialistas que contrastan los números del *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* con la realidad radiofónica de cada país.

¹ Las especificaciones o particularidades metodológicas a la hora de obtener o tratar los datos de cada uno de los países, están detalladas ampliamente en sus capítulos correspondientes.

Los países, sus radios

En los 19 países objeto de estudio, la radio, de 2012 a 2020, ha presentado distintos comportamientos en relación con su presencia numérica. Pero, en general, se podría afirmar que el número de emisoras año a año crece, lo cual es favorable para el medio mismo. También, se podría inferir que:

- Colombia, Ecuador y Paraguay han visto descender su número de frecuencias.
- Argentina ha sido el país que más ha crecido en el número de estaciones. De 1.924 en 2012 pasó a 6.126 en 2020, más de 4 mil nuevas emisoras. Perú también experimentó un gran aumento pasando de 2.658 en 2012 a 5.599 en 2020.
- Guatemala prácticamente duplicó en los últimos 8 años sus frecuencias. De 280 pasó a 522.

En su totalidad, de 2012 a 2020, las radios en la región aumentaron en 10.527 frecuencias.

País	2012	2020	Aumento
Argentina	1.924	6.126	4.202
Perú	2.658	5.599	2.941
Brasil	7.625	10.092	2.467
México	1.452	2.055	603
Chile	1.987	2.461	474
Bolivia	1.041	1.296	255
Guatemala	280	522	242
Honduras	903	1.075	172
Uruguay	372	443	71
El Salvador	248	295	47
Panamá	276	291	15
Rep. Dominicana	374	381	7
Nicaragua	280	285	5

Tabla 1. Países que aumentaron su número de radios entre 2012 y 2020.

País	2012	2020	Disminución
Colombia	1.974	1.578	396
Paraguay	824	519	305
Ecuador	1.159	1.051	108

Tabla 2. Países que disminuyeron su número de radios entre 2012 y 2020.

En los anteriores lugares podemos identificar una clara tendencia ascendente o descendente de las cifras. Un fenómeno distinto ocurre en Costa Rica y Venezuela en donde el número de emisoras ascienden y descienden en cortos períodos de tiempo, según lo citado en el propio *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* que compara estadísticas desde 2012 a la fecha. De tal manera que más que una tendencia o variación real en el número de emisoras contabilizadas, reconocemos dificultades al momento de encontrar datos oficiales en esos territorios. Lo mismo sucede en Cuba donde, aunque las cifras muestran un ascenso, no existe un crecimiento real sino un ajuste metodológico al aparecer nueva información.

Para estos tres países, en cada estudio (2012, 2014, 2017, 2020) hemos encontrado nuevos datos, generalmente aportados por fuentes secundarias, enfrentando, por ello, variaciones irregulares a lo largo de los años. Los detalles a profundidad, de estos cambios, están citados en los informes que se pueden leer en los capítulos 2 y 3 de este libro.

País	Estudio 2012	Estudio 2014	Estudio 2017	Estudio 2020
Costa Rica	125	156	129	103
Cuba	62	62	90	119
Venezuela	1.243	781	729	1.017

Tabla 3. Evolución particular de Costa Rica, Cuba y Venezuela a lo largo de los distintos estudios.

La Amplitud Modulada

Sobre la presencia de las radios de AM en la región se han hecho todo tipo de análisis.² La radio en esta banda de amplitud modulada, como empresa periodística, experimenta una suerte de crisis que no pasa sólo por su disminución numérica en la región, sino por una oferta programática que pareciera no ser la más atractiva para las audiencias. Sumado a ello, el soporte por el que viaja el medio se está resignificando con la llegada de los espacios de circulación de contenido que ofrece la web.

En números globales, del año 2012 a 2020, las emisoras de AM en la región descendieron en 78 frecuencias, aunque por países este comportamiento fue desigual.

² Uno de ellos es el estudio *¿Desaparece la radio de AM?*, que se puede consultar en: <http://titoballesteros.blogspot.com/2015/08/estudio-desaparece-la-radio-en-am.html>

- Países como Argentina, Guatemala, Perú y República Dominicana han visto crecer el número de sus estaciones en AM.
- El país que casi duplicó su número de frecuencias en AM fue Guatemala. Pasó de 52 a 92.
- México y Colombia fueron los países que más emisoras de AM perdieron: México pasó de 713 en 2012 a 390 en 2020. Es decir, en 8 años, perdió 323 frecuencias.³ Colombia, que en 2012 tenía 850 radios, pasó, en 2020, a 353. Es decir, en 8 años perdió 497 emisoras.

País	2012	2020	Aumento
Perú	466	601	135
Argentina	177	258	81
Guatemala	52	92	40
Cuba	28	33	5
Rep. Dominicana	143	146	3

Tabla 4. Países que aumentaron su número de radios AM entre 2012 – 2020.

País	2012	2020	Disminución
Colombia	850	353	497
México	713	390	323
Ecuador	233	120	113
Brasil	1.583	1.471	112
Bolivia	262	159	103
El Salvador	100	58	42
Chile	174	147	27
Paraguay	72	49	23
Honduras	277	260	17
Costa Rica	56	52	4
Panamá	99	95	4
Nicaragua	52	50	2
Uruguay	89	87	2

Tabla 5. Países que disminuyeron su número de radios AM entre 2012 – 2020.

³ México cuenta con un programa de reorganización del espectro para migrar emisoras de AM a FM. Esta migración incluye la autorización para emitir también en formato de Radio Digital Terrestre, en el caso de este país, bajo el estándar norteamericano HD-Radio – In Band On Channel (IBOC). <https://www.excelsior.com.mx/nacional/2017/07/16/1175983>

La Frecuencia Modulada

La Onda Corta casi ha desaparecido. La AM, de 2012 a 2020, perdió frecuencias. Pero la FM, en ese mismo período, aumentó su presencia en 13.300 radios. Desde su masificación a mediados de 1960, Las FM han crecido en presencia numérica, calidad técnica y muchos otros tantos factores que le han asignado un papel protagonista, restándole audiencia a la Amplitud Modulada. Sin embargo, así como la radio de AM, de alguna manera, sucumbe frente a la FM, esta última también experimenta un descenso, sino en su presencia numérica, sí en el número de oyentes.

- Con el paso de los años la radio en FM ha modificado su oferta programática, pasando de una carga casi que musical, a una mezcla entre oralidad y melodía.
- Argentina fue el país que más aumentó su número de radios de FM. De 1.747 en 2012 pasó a 5.868 en 2020, aumentando así sus estaciones en 4.121.
- Paraguay fue el país que más descendió en sus FM. De 752 en 2012 pasó a 470 en 2020. Disminuyó 282 emisoras.
- En 2012, el número de emisoras FM ocupaba el 79% del dial latinoamericano frente al 21% de las radios AM. En 2020 la diferencia aumentó considerablemente. Las FM ocupan el 87% frente al 13% de las AM.

En su totalidad, de 2012 a 2020, el aumento de 13.300 emisoras de FM en la región se distribuye por países de la siguiente manera.

País	2012	2020	Aumento
Argentina	1.747	5.868	4.121
Perú	2.192	4.998	2.806
Brasil	6.042	8.621	2.579
México	824	1.665	841
Chile	1.813	2.314	501
Bolivia	779	1.137	358
Guatemala	228	430	202
Honduras	626	815	189
Colombia	1.124	1.225	101
El Salvador	148	237	89
Uruguay	283	356	73

Panamá	177	196	19
Nicaragua	228	235	7
Ecuador	926	931	5
Rep. Dominicana	231	235	4

Tabla 6. Países que aumentaron su número de radios en FM entre 2012 – 2020.

País	2012	2020	Disminución
Paraguay	752	470	282
Costa Rica	69	51	18

Tabla 7. Países que disminuyeron su número de radios en FM entre 2012 – 2020.

Los nombres de las radios

En América Latina las radios se clasifican en diferentes tipos, por lo general, en función de quienes prestan el servicio: empresas privadas, entidades públicas u organizaciones sociales. Estas denominaciones tienen, como veremos, muchas connotaciones.

Cada término con el que se clasifica un medio de comunicación es asignado por los entes reguladores del espectro electromagnético en cada país. Algunas iniciativas, como las *online*, existen en la práctica, pero no pertenecen aún a ninguna categoría de algún ente regulador. Otras muchas emisoras efectivamente existen, están en espacios físicos, tienen audiencias, y son reconocidas con distintas denominaciones: radios de interés público, públicas, evangelizadoras, etc. Pero ¿es tan importante que un dial sea “nombrado” en la ley, que sea reconocido con su nombre y apellido?

La forma de nombrar las radios significa, también, una manera de hacer visible al medio de comunicación. Hablar de un medio sonoro en 2020 implica necesariamente especificar su contexto, su licencia de funcionamiento, frecuencia o contenido programático. *El Mapa de Radios de América Latina y el Caribe*, desprende una suerte de particularidades sobre las formas como son nombradas las estaciones en la región y plantea, también, interrogantes sobre cómo muchas de estas existen, pero carecen de acta de nacimiento.

País	Clasificación de las radios (según los entes reguladores de cada país y sus legislaciones)
México	Comercial. Público: otorga atribuciones a entidades de los tres órdenes de gobierno, así como a instituciones públicas autónomas (como las universidades). Social: confiere el derecho de prestar servicios de radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. En este rubro se clasifican las emisoras comunitarias, las indígenas y aquellas gestionadas por instituciones universitarias de carácter privado.
Guatemala	No hace ninguna tipificación de radios.
El Salvador	Comerciales, públicos y comunitarios. Desde mayo de 2016, con las reformas a la Ley de Telecomunicaciones se reconoce a los medios comunitarios, convirtiéndose en el primer país centroamericano en hacerlo.
Honduras	El gobierno a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) solo habla de radio de acuerdo con el tipo de empresa, no habla de comunitarias o sin fines de lucro. Establece las siguientes categorías a la hora de ofrecer los datos: comerciales, sociedades mercantiles, congregaciones, ONG y públicas.
Costa Rica	Según perfil: variada, religiosa, cultural, musical. Según su frecuencia: AM y FM. Según la zona: en y fuera del Gran Área metropolitana.
Nicaragua	Según su frecuencia: AM y FM. También existen otras formas de agrupar a las emisoras de acuerdo a su cobertura. De allí que existan radios de carácter nacional y local. También en la práctica, no en la ley, se conocen como radios comunitarias, religiosas, comerciales, indígenas.
Panamá	Con fines de lucro. Sin fines de lucro. (Religiosas, públicas, universitarias).
Cuba	De titularidad pública.
Rep. Dominicana	Se clasifican sólo por banda (AM, FM, OC) y por la zona de servicio de su operación que está relacionada con la potencia de transmisión.
Colombia	Radios comerciales, comunitarias y de interés público (indígenas, universitarias).
Venezuela	Radios públicas, privadas, comunitarias.
Ecuador	Radios públicas, privadas, comunitarias.
Perú	Comerciales, estatales-públicas, educativas y comunitarias.
Bolivia	Radios comerciales, social comunitarias, pueblos indígenas originarios, campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas. Radios estatales.
Brasil	Radios públicas federales, comunitarias, educativas, comerciales (licencia general).
Chile	Radios comerciales, de mínima cobertura y comunitarias ciudadanas.
Uruguay	Radios comerciales, públicas, comunitarias.
Paraguay	Radios comerciales, radios FM y pequeña y mediana cobertura.
Argentina	Medios públicos: estatales y no estatales (indígenas e iglesia católica). Privados con fines de lucro: comerciales. Privados sin fines de lucro: comunitarias, sindicatos, fundaciones, iglesias evangélicas pero sin distinción normativa.

Tabla 8. Nombres que reciben las emisoras en los diferentes países.

Radios comerciales

En la mayoría de los países de la región las radios comerciales son nombradas y aparecen en los marcos regulatorios, leyes o decretos de cada nación como tal. Es quizás el sector donde hay un criterio más unificado a la hora de nombrar este tipo de medios.

Si un tipo de radio ha contribuido al desarrollo de la misma radio-difusión en la región es justamente la comercial. Ella, con todas sus posibilidades económicas y profesionalismo, ha impulsado al medio, le ha dado vida, un nuevo aire y muchas otras tantas veces, renovados esfuerzos creativos. Las grandes transmisiones de cobertura nacional, por momentos, corren por cuenta de los también llamados “grandes medios”. Este tipo de denominación radiofónica ha impulsado a hombres y mujeres a mundos cada vez más profesionales, ha exportado talentos y ha contribuido a entretener e informar a las audiencias.

La radio comercial en muchos casos es creativa, competitiva, goza de amplias coberturas y audiencias. Este libro, reconoce el trabajo de hombres y mujeres que han dado su vida para ver crecer a la radio desde tal modelo.

Las radios comunitarias

En casi todos los países aquí mencionados existen radios comunitarias. De los datos que fueron posibles confirmar dentro de la búsqueda para el estudio, Colombia es el único país en la región en el que el número de emisoras comunitarias (626) es muy similar o casi igual al de frecuencias comerciales (667), aunque como veremos en los estudios de caso, en la mayoría de países cuentan con muchas limitaciones en cuanto a potencia de transmisión o posibilidades de financiamiento a través de la venta de publicidad o servicios. Lo anterior no impide que esa distribución constituya un gran avance en términos de equidad en el uso del espectro electromagnético. Cabe anotar que, en ninguno de los países aquí citados, las experiencias comunitarias superan en número a las comerciales.

La denominación “radio comunitaria” incluye, de alguna manera, a otros tipos de experiencias sonoras. Es decir, lo comunitario admite distintas participaciones (de interés público, sociales, religiosas, etc.). También, en muchos países, existen experiencias de este tipo y emisoras que funcionan bajo principios comunitarios pero al no existir una

legislación en su país que las reconozca se contabilizan como medios comerciales.

Al hacer una lectura de los datos del *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe*, en relación con las estaciones comunitarias, se puede ver que hay una constante en la presencia numérica de estos medios en la región; es decir, el número de radios no aumenta ni disminuye. Y si esta cifra se compara con la presencia de las emisoras comerciales, se evidencia que las segundas superan en gran cantidad a las concesionadas a la comunidad.

Año	Comunitarias	Comerciales
2012	6.568	12.804
2014	6.312	12.188
2017	6.717	15.698
2020	6.644	15.895

Tabla 9. Aumento de emisoras de radio comerciales frente a las comunitarias.

Las radios de uso o de interés público

La radio nace bajo una denominación, por decirlo menos, generalista y se conocía justamente así, como radio, de tal manera que pronunciar ese nombre era decir todo lo que a él correspondía. Todas las radios, al menos desde las legislaciones, cabían en una sola denominación.

Si bien es cierto que la categoría “radios de uso o de interés público” no es nueva, el aumento que estas emisoras han tenido en la región ha sido significativo. Bajo esa categoría hoy se cuentan estaciones indígenas, universitarias, religiosas y, como en el caso de Colombia, radios del Ejército, la Policía Nacional y la Marina.

Las estaciones educativas públicas pasaron de 1.053 en 2012 a 2.851 en 2020, pero, muy a pesar de su crecimiento, estas experiencias enfrentan el desafío de actuar al servicio de las audiencias y no necesariamente del propietario de la concesión. Las radios públicas, muchas veces se deben a los gobiernos de turno, las universitarias a los rectores o políticas de la institución pasando a ser, como en el caso anterior, el mecanismo de relaciones públicas, la corneta de la institucionalidad, la extensión de la voz del dueño de la concesión.

Lo político, los medios

Los informes que está a punto de leer reflejan en gran medida un desafío, preocupación o realidad en relación con la radio y el poder, la voluntad política y el gobierno que se turna para gobernar en cada país de la América Morena.

La radio, desde sus primeras emisiones, tuvo una visión política y esa posición siempre se hermanó con el propietario del medio. A 100 años del comienzo de la radio como medio de comunicación formal en el mundo, ese maridaje no ha cambiado. El binomio *propietario-visión* sigue atado. El medio es poder y el poder se apodera del medio. Muchas organizaciones sociales, de hecho, han promovido por eso el acceso de medios comunitarios como una forma de contrapoder y de disputar el poder comunicacional hegemónico a los medios comerciales.

Cada informe aquí citado analiza una actualidad nacional y en últimas, refleja lo que pasa en ese mismo contexto. Los medios radiales, en general, se alteran desde la forma en que los gobiernos interpretan la comunicación, así que, pese al deseo de enfrentar nuevas narrativas o surtir actos creativos la radio está irredimiblemente atada al poder político.

La frase, sin autor conocido, “dime qué medio de comunicación escuchas y te diré a qué partido político perteneces” cala enormemente en la vida del más oral de los medios de comunicación. No hay radio sin posición política; no hay radio independiente del todo.

La lucha por democratizar la palabra sigue, pero esa lucha, sin duda, pasa por el poder y el poder político. Los esfuerzos que se hagan en salas de redacción, colectivos creativos o arrojos de cualquier índole, sin duda, son importantes para la vitalidad del medio, pero aún más vital para él sería poder estar articulado a procesos políticamente abiertos a todos los ciudadanos, más equitativos, dirigidos a tener más antenas para congregar más voces, no solo desde la palabra, sino desde la tenencia misma.

Se necesitan más radios en manos de la comunidad.

CAPÍTULO 2

Mapa de Radios Mesoamérica y el Caribe. Informes

El primer grupo de informes locales, presentados en este libro, lo proponen 9 países ubicados geográficamente en América del Norte, Centroamérica y el Caribe. En su totalidad reúnen 5.126 radios, de las cuales 3.950 emiten en FM y 1.176 en AM. México, Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica, Nicaragua, Panamá, Cuba y República Dominicana, proponen un análisis de su realidad a partir del análisis de las cifras aportadas por el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe*.

Lo auténtico del análisis de los datos que proponen Adriana Solórzano (México), Edgar Zamora Orpinel (Guatemala), Oscar Pérez (El Salvador), Santos Gálvez Martínez (Honduras), Juan Carlos Duarte Sequeira (Nicaragua), Sebastián Fournier Artavia (Costa Rica), Alfredo Calzadilla (Panamá), Ana Teresa Badía Valdés (Cuba) y María Eugenia del Pozo (República Dominicana), es que se puede pormenorizar la vida de la radio, en cada país, leyendo su realidad.

Así son, según el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe*, las emisoras en Mesoamérica y el Caribe.

2.1. MÉXICO

Adriana Solórzano
asolorzanof@gmail.com

Candidata a doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra y licenciada en Comunicación por la misma Universidad. Actualmente es directora de Producción y Planeación de Radio Educación, profesora de la UNAM y de la Universidad Panamericana. Fue gerente de Radio Ciudadana; defensora de las audiencias del Instituto Mexicano de la Radio y de UAM Radio, así como presidenta fundadora de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias.

AÑO / MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.452	1.537	1.755	2.055
AM	S/D	713	392	390
AM%	S/D	46	22	19
FM	S/D	824	1.363	1.665
FM%	S/D	54	78	81
COMERCIAL	1.148	S/D	1.295	1.418
COMERCIAL %	79	S/D	74	69
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	82	326
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	5	16
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	82	291
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	5	14

Fuente de los datos: Instituto Federal de Telecomunicaciones. En los datos oficiales existen 16 permisos y 4 concesiones sin calificar, en total 20 radios que no están contabilizadas en la clasificación de tipos de radios, pero sí en el total de emisoras.

La radio en México, la recomposición del dial

Entre 2012 y 2020 median apenas 9 años, pero la reconfiguración de la radio en México ha sido sustantiva. Años de cambio a partir de una reforma constitucional en 2013⁴, la cual no ha sido suficiente para generar una transformación de estructura, pero sí ha sido la base de importantes cambios que vale la pena considerar.

Antecedentes

En México, al igual que en la mayoría de los países latinoamericanos, se desarrolló un modelo de radiodifusión basado en el libre mercado, con una regulación débil, sin condiciones justas de competencia y una industria altamente concentrada. El gobierno, durante prácticamente todo el siglo XX, asignó discrecionalmente y sin rendición de cuentas, concesiones y permisos para la explotación o uso del espectro radioeléctrico.

Consecuencia de esa asignación discrecional, el mercado de la radio en México es controlado por unas cuantas familias. Laris, Azcárraga, Vázquez Raña, Aguirre, Vargas y Sánchez Campuzano. A pesar de que aparentemente no es un sector altamente concentrado ya que centenares de empresas se ostentan como concesionarias, existen unas cuantas que controlan la operación y definen contenidos: Acir, Imagen Radio, Radio Centro, Grupo 7, MVS, Radorama y Radio Fórmula.

Ejemplifiquemos. Grupo Radio Centro es concesionario de 15 emisoras; pero opera muchísimas más, pues abastece de contenidos a un centenar de estaciones afiliadas a través de la empresa Organización Impulsora de Radio (OIR)⁵ lo que implica no solo un control mayor de espectro e infraestructura, sino de mercado publicitario y público. De acuerdo con datos de Nielsen-Ibope, en 2013 ese grupo radiofónico captaba a más del 55 por ciento de las audiencias (Solórzano, 2011).

En 2012, el dial radiofónico se dividía entre radios comerciales (concesiones) y radios gubernamentales y universitarias (permisos). De 1.452

⁴ El 11 de junio de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6°, 7°, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones. Puede consultarse en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013

⁵ El listado de emisoras está disponible en el sitio web: <https://radiocentro.com/corporativo/oir>

frecuencias, 1.148 eran comerciales, es decir, un 79 por ciento. La radio social, comunitaria e indígena existía, pero la mayoría de las emisoras eran ilegales, unas cuantas organizaciones habían conseguido un permiso, pero la mayoría de éstos los ostentaba el gobierno federal o los gobiernos de los Estados y, en menor medida, las universidades.

La reforma constitucional de 2013

El 11 de junio de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Federación una reforma que incluyó modificaciones al artículo sexto constitucional; el cual es columna toral de la libertad de expresión en México.

La reforma estableció varios cambios sustantivos, entre ellos dos principales en lo referente a su impacto en la radio: la creación de un órgano regulador autónomo –el Instituto Federal de Telecomunicaciones– y la creación de los siguientes títulos habilitantes –concesiones de uso comercial, público y social–.

Lo anterior adquiere notable relevancia porque tras décadas de permanecer en la ilegalidad, las emisoras comunitarias e indígenas, a partir de la promulgación en 2014 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, una de las principales leyes reglamentarias del artículo sexto constitucional, han podido acceder a concesiones de uso social, pues de conformidad con el artículo 67, las concesiones pueden ser de tres diferentes usos:

- **Comercial.** Confiere atribuciones a personas físicas o morales para prestar servicios de radiodifusión con fines de lucro.
- **Público.** Otorga atribuciones a entidades de los tres órdenes de gobierno, así como a instituciones públicas autónomas (como las universidades) para proveer servicios de radiodifusión sin fines de lucro y para el cumplimiento de sus propios fines.
- **Social.** Confiere el derecho de prestar servicios de radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. En este rubro se clasifican las emisoras comunitarias, las indígenas y aquellas gestionadas por instituciones universitarias de carácter privado.

La radio en 2020

El número de frecuencias concesionadas en México ha crecido de manera constante desde 2013, cuando existían 1.537 frecuencias, 87 más

que en 2012⁶. Para 2017 ya sumaban 1.755 frecuencias y para 2020 se contaba con 2.055; es decir casi 25 por ciento más.

¿Por qué el sector ha tenido tal crecimiento y cómo podemos interpretarlo si de acuerdo con las Encuestas Nacionales de Consumo de Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (ENCCA) la población que escucha radio no ha crecido en la misma magnitud? De hecho, se ha mantenido estable desde 2015 en un margen que va entre el 38 por ciento reportado en 2017 y el 41 por ciento reportado en 2016.

Hay dos aspectos que no debemos perder de vista. En México, las estaciones de amplitud modulada han decrecido. En 2013 eran 824, en 2020 sumaron 390; mientras las emisoras de frecuencia modulada han aumentado de manera notable, de 824 en 2013 a 1.665 de 2020. Lo anterior es producto de dos políticas públicas: un programa de transición de frecuencias de amplitud modulada a frecuencia modulada que se dio gradualmente desde 2008⁷ y que se vio apuntalado por la disposición técnica IFT-002-2016⁸ que actualizó los parámetros técnicos de operación de las estaciones de FM que incluyó la reducción de la separación entre frecuencias adyacentes a 400 KHz, lo que permitió que se liberara espectro en plazas saturadas.

Las ventajas técnicas de la frecuencia modulada y la baja de escuchas en AM (13 por ciento del total de escuchas, según la ENCCA-IFT, 2018) fueron los principales motores de la transición. Por otra parte, aunque el dial sigue desequilibrado en favor del uso comercial, las nuevas opciones de título habilitante han cambiado poco a poco al sector en favor de mayor pluralidad. De 2012, con un dial dividido entre radios comerciales a gubernamentales al dial del año 2020, hay positivas diferencias. A inicios de 2020, el dial en México estaba integrado de la siguiente manera: 1.418 comerciales, 326 públicas y 291 sociales.

.....
⁶ Todos los datos sobre frecuencias tienen como fuente el Instituto Federal de Telecomunicaciones y fueron retomados del *Mapa de radios de América Latina y el Caribe* disponible en el blog Radios de América y en <https://radioslibres.net/mapas/>

⁷ El 15 de septiembre de 2008 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “Acuerdo por el que se establecen los requisitos para llevar a cabo el cambio de frecuencias autorizadas para prestar el servicio de radio y que operan en la banda de Amplitud Modulada, a fin de optimizar el uso, aprovechamiento y explotación de un bien de dominio público en transición a la radio digital”, disponible en <http://dof.gob.mx/index.php?year=2008&month=09&day=15>

⁸ Puede consultarse en <http://www.ift.org.mx/industria/politica-regulatoria/disposiciones-tecnicas/detalle?dt=IFT-002-2016>

Es decir, 69 por ciento comerciales, 16 por ciento públicas y 14 por ciento sociales. El 1% restante son los 16 permisos y 4 concesiones sin calificar en los datos oficiales. En total, 20 radios que no están contabilizadas entre las distintas tipologías en las que clasifican en México a los radios.

Sin duda el desequilibrio entre los diferentes tipos de concesiones es notorio; pero el porcentaje de concesiones comerciales con respecto al total decreció en un 10 por ciento. No es suficiente, pero es un avance y es un avance aún mayor si consideramos que la reforma constitucional ha impuesto normas a los medios de uso público para garantizar su independencia presupuestaria y editorial. La mera norma no ha implicado un tránsito ágil de radio gubernamental o radio pública, pero ha puesto al país en el camino de las mejores prácticas⁹.

En lo que respecta a la radio de uso social, esta aún es marginal; pero por fortuna se abrió una ventana a la legalidad y aunque se les ha castigado impidiéndoles obtener recursos a partir del propio uso de las frecuencias (es decir, comercializar tiempo aire para sostener la estación, no para lucrar), el número de emisoras comunitarias e indígenas con título de concesión ha ido aumentando año con año, a pesar de las múltiples áreas de oportunidad que se tienen para simplificar los trámites.

La radio en México tiene varios desafíos: el recuperar la escucha de jóvenes y niños, aprovechar y desarrollar las ventajas de la radio digital, impulsar la radio comunitaria e indígena y seguir trabajando en la transición de la radio gubernamental a la verdadera radio pública.

Referencias bibliográficas

Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman y adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión (14 de julio de 2014). Ciudad de México, México: Diario Oficial de la Federación.

.....
⁹ Para mayor información sobre este tema, se puede consultar el artículo 86 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. <http://dof.gob.mx/index.php?year=2014&month=07&day=14&edicion=VES>

- Instituto Federal de Telecomunicaciones (2015). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales. Obtenido de Instituto Federal de Telecomunicaciones: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2015-vf-compressed_2.pdf
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales. Obtenido de http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2016vf-compressed_1.pdf
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (2017). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales. Obtenido de Instituto Federal de Telecomunicaciones: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca-2017191218vf.pdf>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (2018). Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales. Obtenido de Instituto Federal de Telecomunicaciones: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/encca18nacional.pdf>
- Secretaría de Gobernación (11 de junio de 2013). Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de telecomunicaciones. Obtenido de Diario Oficial de la Federación: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013
- Solórzano, A. (5 de abril de 2011). XEDTL, participación ciudadana apuntalada desde la radio pública. Ponencia presentada en el Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación. Ciudad de México, México: s/e.

2.2. GUATEMALA

Edgar Zamora Orpinel
edgarzaor@gmail.com

Comunicador social de la Universidad Rafael Landívar con Maestría en dirección y gestión de industrias culturales por la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Su trabajo ha sido desarrollar medios de comunicación juveniles. Fue parte fundadora de proyectos como 18-50 Televisión y El Circo del Rock, primera radio en línea profesional de Guatemala. Actualmente es Project Manager de Deutsche Welle Akademie para Radio Sónica 106.9 F.M. Experto en Alfabetización Mediática e Informativa, periodista, catedrático universitario, productor audiovisual y gestor cultural.

MAPA AÑO	2012	2014	2017
TOTAL	280	576	522
AM	52	95	92
AM%	19	16	18
FM	228	481	430
FM%	81	84	82
COMERCIAL	S/D	S/D	S/D
COMERCIAL %	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	S/D

Fuente de los datos: Superintendencia de Telecomunicaciones SIT. Los datos más recientes son de 2016.

En Guatemala no todo está escrito

Cuando hablamos de radio en Guatemala, parece que todo ya está escrito. Que de alguna forma el país, las y los radialistas y la propia audiencia, se dieron por vencidos. Se siente que la radio en Guatemala es lo que es, y ya no puede ser mejor. Se siente que no da más.

No da más en creatividad o innovación de contenido. En el dial, difícilmente se puede encontrar alguna propuesta original. Por el contrario, aunque quizá exista un relevo generacional (al menos en las personas frente a los micrófonos), la fórmula se repite una y otra vez, pero con el agravante de imitarse unos a otros. En las ciudades, todo el espectro radioeléctrico parece una sola radio, quizá de modelo generalista, pero, al fin y al cabo, una sola.

No da más en cuanto a legislación y leyes que favorezcan el acceso de más personas y comunidades a las frecuencias, esto gracias a funcionarios y gobiernos que, en busca de favores mediáticos, han diseñado leyes para que solo unos cuantos puedan obtener los títulos de usufructo de frecuencias de radio. No es casualidad que los números del presente estudio muestren una baja en la cantidad de radios AM y FM, y es que no es nada fácil optar a estos bienes que, por ley, son propiedad del Estado. La mayor cantidad de radios, incluyendo las más influyentes del país, están concentradas principalmente en tres empresas: Central de Radios, Emisoras Unidas y Radio Corporación Nacional.

En ese sentido, el animal más grande y peligroso es Central de Radios, parte del grupo Albavisión, propiedad del magnate Ángel González, cuya esposa, representante legal de la empresa, al momento de escribir este informe se encuentra prófuga de la justicia y con orden de captura internacional, a raíz de cargos de financiamiento electoral ilícito. No es un secreto: los canales de televisión (Albavisión es propietaria de todos los canales VHF en Guatemala) y las radios de esta empresa, siempre han estado alineadas al gobernante de turno, aunque esto les represente mentir descaradamente. Tal es el caso de Radio Sonora, potente emisora de noticias con alcance nacional y de gran influencia.

No da más, porque no es casualidad tampoco que no existan datos acerca de cuántas radios son de corte comercial, cuántas educativas o cuántas sociales o comunitarias; pues en Guatemala, históricamente la radio ha jugado un rol determinante para la población y esto ha sido aprovechado por políticos, líderes religiosos o caciques locales para

adquirir radios que luego disfrazan de sociales y comunitarias, y las utilizan para tener influencia y/o poder político. Claro, nada favorece más esta situación que la completa opacidad en temas de propiedad y tipo de radio.

Lo anterior contrasta con las verdaderas radios comunitarias que son administradas por la comunidad y que luchan por la sostenibilidad ante la competencia voraz de otras radios propiedad de las corporaciones y de otras personas de influencia en la comunidad. Estas estaciones también sufren por la precariedad de su infraestructura y de sus procesos para captación de fondos. Muchas de estas radios, además, son criminalizadas por la Cámara de Radiodifusión de Guatemala, que las llama “radios piratas” aunque funcionen en el marco de la legalidad.

No da más, porque las radios públicas tampoco funcionan como deberían. Tal es el caso de TGW, que a pesar de ser pública, funciona más bien como una radio gubernamental, siempre alineada a los intereses de los gobernantes y cambiando de dirección con cada período de gobierno, una situación que la debilita haciendo imposible su posicionamiento. Otro ejemplo es Radio Universidad, a cargo de la única universidad pública del país, la Universidad de San Carlos de Guatemala; esta radio no solo cuenta con presupuesto escaso; también cambia de dirección con cada relevo de rector. Además, cuenta con muy poca (o casi nula) participación de las y los estudiantes, lo cual parece un verdadero desperdicio. Por si fuera poco, la ley prohíbe que estas radios puedan vender espacios publicitarios, así que de alguna u otra forma, viven atadas al presupuesto que se les asigna y las imposibilita de ser competitivas y esto, claro, se nota en su programación.

No da más porque parece que la institución encargada de normar el espectro radioeléctrico, la Superintendencia de Telecomunicaciones, además de hacer que los trámites sean cada vez más engorrosos y tardados, no ofrece información actualizada al respecto. Es decir, este estudio es el perfecto reflejo de la situación de las radios en Guatemala.

Y no da más porque al menos en los contextos urbanos del país, cada vez más personas apagan la radio.

Sin embargo, ante este panorama y aunque parece lo contrario, sigue habiendo radialistas que todos los días trabajan para hacer mejor radio. Que no buscan favores políticos, que comprenden que en el

contexto mediático actual, el verdadero poder de la radio está en lo local y producen con creatividad y genialidad programas cercanos y cotidianos.

Tampoco se puede negar que hay empresas responsables que cumplen con la ley y no entran al juego de la competencia desleal y el monopolio. Que aunque tengan un corte comercial, no se dejan comprar por los políticos de turno y en todo caso, son coherentes con sus líneas editoriales y tendencias ideológicas.

Y más importante aún, hay organizaciones, asociaciones y comunidades que usan la radio como una vital herramienta para la educación y la cultura, y no se dejan vencer ante las dificultades de este contexto tan difícil.

Lo anterior y el hecho de que no existan datos oficiales, invita a pensar entonces que, cuando hablamos de radio en Guatemala, quizá no todo está escrito.

2.3. EL SALVADOR

Oscar Pérez

operez@comunicandonos.org.sv

Presidente-director de Fundación Comunicádonos. Coordinador Regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe (AMARC ALC).

MAPA AÑO	2012	2014	2017	2020
TOTAL	248	313	311	295
AM	100	66	67	58
AM%	40	21	22	20
FM	148	247	244	237
FM%	60	79	78	80
COMERCIAL	125	S/D	S/D	S/D
COMERCIAL %	50	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA	23	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA %	9	S/D	S/D	S/D

Fuente de los datos: Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones y Secretaría de Participación y Transparencia. Los datos más recientes se han podido conseguir gracias a un requerimiento de información pública solicitado por un ciudadano por el Portal de Transparencia.

La radio salvadoreña lucha por mantener su vigencia e incidencia

Legislación y concentración

En el papel, la radio salvadoreña ha sufrido una transformación. Desde el pasado 5 de mayo de 2016, la Ley de Telecomunicaciones se reformó y parte importante de estos cambios, exigidos históricamente por diversas organizaciones sociales como la Junta Ciudadana por el Derecho Humano a la Comunicación y la Red por el Derecho a la Comunicación, se destaca la inclusión de principios de igualdad, equidad, no discriminación y neutralidad tecnológica. Estas reformas abrieron espacio al reconocimiento por Ley de la Radiodifusión Comunitaria, la supresión de la subasta como único mecanismo para acceder a las frecuencias y de la eliminación de la prórroga automática de las licencias concesionadas. Aunque nunca se aprobó una reserva del espectro radioeléctrico para garantizar un sistema mediático diverso y plural, El Salvador es el único país centroamericano que reconoce por ley el funcionamiento de la radio comunitaria o sin fines de lucro.

Si bien es cierto que estas reformas son importantes, no modifican el panorama actual del paisaje mediático salvadoreño, pues su lógica de funcionamiento es la intervención mínima del Estado, favoreciendo así los intereses comerciales y, por ello, consolidando la concentración en oligopolios mediáticos. Vale decir que esta forma de regulación o de actuar del ente regulador, Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET), se ha mantenido tanto por gobiernos de derecha como durante los dos mandatos de gobierno de la izquierda.

En El Salvador, la radio continúa obedeciendo a las reglas del mercado, favoreciendo así a los oligopolios mediáticos que actúan en detrimento de una construcción de un servicio más público y ciudadano. Según registros y análisis del mapa mediático que ha venido realizando la Fundación Comunicándonos (Comunicación, información y poder en El Salvador. Claves para la democracia¹⁰ y Poder y medios en Centroamérica. Construyendo políticas públicas ciudadanas¹¹), en el país existen tres grupos radiofónicos que controlan, influyen y hegemonizan

.....
¹⁰ <http://voces.org.sv/2013/11/03/descarga-el-libro-comunicacion-informacion-y-poder-en-el-salvador-claves-para-la-democracia/>

¹¹ <http://voces.org.sv/2014/11/01/poder-y-medios-en-centroamerica-construyendo-politicas-publicas-ciudadanas/>

el espectro: el Grupo Samix posee 14 frecuencias, Corporación FM acapara 6 frecuencias y Corporación KL tiene 10 frecuencias.

Las transformaciones y sus desafíos

Desde aquel primero de marzo de 1926, fecha en que salió al aire la primera radio en el país, la relación o convivencia entre medios de comunicación y política, como mecanismos de privilegio para algunos, siempre se hizo sentir y perdura hasta el día de hoy. Precisamente, en los tiempos oscuros de 1932 –fecha del levantamiento indígena/campesino que fue reprimido por el gobierno y que generó un saldo de más de 30 mil personas masacradas–, es cuando se otorga a un “privado” la primera frecuencia de radio como pago por su lealtad política al tristemente célebre General Maximiliano Hernández Martínez, quien comandó la matanza indígena y campesina.

Ya para los años 60 del pasado siglo, la relación de maridaje entre empresa privada y Estado se había consolidado. Aquí es cuando se da un buen repunte a la entrega de frecuencias de radio al sector privado. Para esos años se satura el dial de la Amplitud Modulada, AM. Las radios en Frecuencia Modulada, FM, aparecieron en 1973. Dentro de esas emisoras se concesiona a la Iglesia Católica la Radio YSAX, emisora que valorizó e hizo famosa durante finales de los 70 e inicio del 80 el ahora San Oscar Arnulfo Romero, conocido también como “La voz de los sin voz”. En 1975, se reconoce por ley que existen en el país medios oficiales, públicos y privados.

Para 1997, se privatiza la telefonía y con ello surge el nuevo ente regulador, SIGET. Apareciendo, también, por la Firma de los Acuerdos de Paz (enero de 1992) a la vida legal las dos emisoras insurgentes: Radio Venceremos y Radio Farabundo Martí; igualmente, se legalizan una veintena de radios comunitarias al comprar con fondos de la cooperación internacional una frecuencia en FM con cobertura nacional, que ya fraccionada serviría como medio para la existencia y funcionamiento de las emisoras que forman parte de la Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador, ARPAS.

Ya para el año 2009, durante el primer mandato del izquierdista Partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), hubo un tímido intento de establecer y vigorizar a las radios oficiales como emisoras públicas, pero solo se quedó en el intento. Fue hasta mediados del segundo mandato del Partido FMLN (2016), cuando la

Ley de Telecomunicaciones se reformó y se reconoce la existencia legalmente de las radios comunitarias o sin fines de lucro.

El Salvador es un pequeño país centroamericano con una extensión territorial de no más de 21 mil kilómetros cuadrados y es uno de los territorios más poblados del continente americano, país que en materia de la transición de la radio analógica a la digital, todavía no ha dado inicio a este debate tecnológico que ya muchos países lo avanzaron desde hace años. Actualmente, el Estado salvadoreño ha concesionado 237 frecuencias en FM y 58 en AM, haciendo un total de 295 frecuencias de radio entregadas. De estas solo una emisora (Radio Nacional) mantiene el carácter de oficial, pues el resto conserva su concesión como emisora comercial, incluso la que explota en fragmentos ARPAS para que puedan operar las emisoras comunitarias. Para la SIGET y el sector privado de la radiodifusión aglutinado en la Asociación de Radiodifusores Salvadoreños, ASDER, “el dial está saturado”; incluso cuando se ha hablado de la convergencia tecnológica y la digitalización de la radio, los representantes de los propietarios comerciales han declarado que las nuevas estaciones que resulten como parte del dividendo digital deben asignarse a los actuales propietarios de medios radiofónicos.

Las radios en AM, a lo largo de los últimos años, han perdido audiencia pues fueron desplazadas por el buen audio que ofrecen las emisoras en FM. La población mayoritaria que las escucha reside en el área rural del país. Desde las últimas dos décadas, buena parte de estas emisoras vienen siendo operadas por iglesias evangélicas o neopentecostales —algunos comunicólogos y comunicólogas hablan que sobrepasa ya el 60% de las frecuencias de radio en AM—, ya que uno de los rasgos que distingue este movimiento religioso es el fuerte despliegue mediático que realiza a partir del control de radios, televisión y el desarrollo de las redes sociales. Situación que explica el porqué de la participación pública de pastores y seguidores de estas iglesias evangélicas en los procesos electorales, pues se han vuelto protagonistas de componendas y acuerdos con candidatos, candidatas o partidos políticos conservadores.

La radio en FM siempre se ha mantenido encendida y todavía vive en una dinámica de competencia con la televisión y ahora con las redes sociales; no así los medios impresos que desde hace varios años vienen disminuyendo su tiraje. Su audiencia no solo es urbana sino también

mantiene una población rural atenta a su programación. Muchos propietarios de frecuencias en FM, y que también son concesionarios en AM, se han visto obligados a vender o donar a organizaciones sin fines de lucro las estaciones en AM, pues las consideran un gasto por el alto presupuesto en su mantenimiento. En su mayoría, las FM son conocidas por “musiqueras” ya que el contenido de su programación se enrumba hacia el entretenimiento de sus oyentes.

A manera de conclusiones se pueden señalar cuatro aspectos importantes:

1. El sistema de medios que impera por ley en el país dista de ser “plural y diverso”, tal como lo señalan los Estándares de Libertad de Expresión para una Radiodifusión Libre e Incluyente de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, CIDH;
2. La radio en El Salvador sigue teniendo vigencia e incide en la vida política, cultural, económica y social del país;
3. El Estado salvadoreño y su ente regulador, la SIGET, deben iniciar un debate público que incluya a todos los sectores de la comunicación y a nivel nacional, sobre la forma en cómo la radio realizará el proceso de digitalización, donde, además quede plasmado en la ley sobre cómo se concesionarán las frecuencias que formen parte del dividendo digital resultante de esta convergencia tecnológica; y
4. En su contenido y programación, la radio salvadoreña debe trabajar fuertemente para garantizar seguir compitiendo con los otros medios y esto significa innovar todos los días e invertir en procesos de capacitación para su personal.

2.4. HONDURAS

Santos Gálvez Martínez
santosgálvez@yahoo.com

Licenciado en Periodismo con maestría en Comunicación Corporativa (Universidad Europea del Atlántico). Ejerce el periodismo escrito y radial desde 1989. Docente desde 1999. Director de la carrera de Técnico en Producción de Televisión en la Universidad Cristiana Evangélica Nuevo Milenio. Autor de los libros “La Libertad de Expresión: una utopía” y “Conviviendo en redes sociales. Manual de manejo responsable”. Director del diario noticiashondurashn.com.

AÑO MAPA	2012	2014	2017
TOTAL	903	1.063	1.075
AM	277	260	260
AM%	31	24	24
FM	626	803	815
FM%	69	76	76
COMERCIAL	S/D	S/D	877
COMERCIAL %	S/D	S/D	82
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	17
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	2
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	192
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	17

***Fuente de los datos:** CONATEL. La suma por “tipo de operador” resulta 1.080, 5 más que si sumamos las totales de FM y AM (1.075). Esas 5 emisoras son de onda corta. No las podemos restar ya que no existe información sobre qué tipo de operadores tienen esas cinco frecuencias, si son comerciales, públicos o sin fines de lucro.*

La radio en Honduras

La radiodifusión en Honduras inicia en 1928 con la llegada de La Voz del Trópico, propiedad de la Tropical Radio Telegraph Company que obtuvo la concesión del gobierno para el monopolio absoluto en las comunicaciones de radio. El desarrollo ha sido lento, pero poco a poco el espectro radial se fue llenando de radioemisoras en diferentes ciudades y regiones del país, al grado que ahora hay más de mil en el territorio nacional.

En 2020 se contabilizaban 1.080 estaciones radiodifusoras en las 10 zonas de radiodifusión en que se divide el territorio hondureño con base en factores geográficos y demográficos. De esa cantidad, 260 están en Amplitud Modula (AM), 815 en Frecuencia Modulada (FM) y cinco en onda corta, según el Sistema Integrado de Telecomunicaciones y Administración del Espectro (SITAE)¹². En 2014 se registraba un total de 1.063 radioemisoras y en el año 2017 se registró un aumento de doce estaciones, todas ellas en FM.

De acuerdo al tipo de operador, 480 son de carácter comercial individual, 398 de sociedades, 133 de congregaciones, 19 de ONG, 18 de carácter público, 1 de un sindicato, 1 de una embajada y 1 de una asociación de mujeres.

El mercado de la radiodifusión sonora en Honduras se mantiene en poder de un pequeño grupo económico que acapara el 46 por ciento de las estaciones en AM, siendo los más fuertes Audio Video S.A. y Emisoras Unidas S.A. de acuerdo al Estudio Sectorial sobre el Mercado de Radiodifusión Sonora y Televisiva de 2017.¹³

El número de estaciones de radio en AM se ha mantenido desde 2014 en 260, ya que la audiencia ha decaído y algunas de ellas han tenido que cerrar operaciones, aunque no se ve reflejado en el informe del ente regulador estatal, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). Se ha vuelto tan poco atractivo el mercado de las AM que hay varias frecuencias disponibles, y algunos operadores han renunciado a la concesión que les había dado el Estado.

.....
¹² Sistema Integrado de Telecomunicaciones y Administración del Espectro: <http://sitaec.conatel.gob.hn/SIGERPAC/default2.aspx>

¹³ López, Luis (2017). *Estudio Sectorial sobre el Mercado de Radiodifusión Sonora y Televisiva*, p.10. Tegucigalpa: Recuperado de https://www.cdpc.hn/sites/default/files/Privado/estudios_mercado/CDPC_Informe_Final_Mercado_de_Radiodifusion_en_Honduras.pdf

En el caso de las estaciones radiales que utilizan modulaciones de frecuencia, conocidas como FM, aumentó su número de acuerdo a los cambios ordenados por la CONATEL en 2014, con lo cual el gobierno pretendía crear 160 nuevas radiodifusoras, 16 frecuencias por cada zona.

Con el cambio, se redujo la canalización de distancia de 600 a 400 MHz entre emisoras de frecuencia modulada, permitiendo un uso eficiente del espectro. Sin embargo, el número de radioemisoras no subió como se esperaba, ya que solamente 12 nuevas estaciones en FM se han sumado en estos últimos cinco años, de 803 a 815.

Crisis

Esa situación pudiera deberse a factores como la crisis económica, que ha significado una reducción en los presupuestos publicitarios para los medios de comunicación, pero particularmente para la radio. Ello vuelve poco atractivo el interés en el negocio de la radio, a lo que se agrega lo tardado y costoso de la tramitología para obtener una frecuencia.

Aun con la llegada de equipos de transmisión más eficientes, el alto costo de la energía eléctrica, significa una fuerte carga en la economía de las empresas radiodifusoras, ya que Honduras es uno de los países del istmo centroamericano con la energía más costosa.

Factores relacionados al mercado de los medios también han incidido, como el surgimiento de nuevos canales de televisión hasta en ciudades pequeñas y pueblos que compiten en tarifas con las radiodifusoras, ofreciendo anuncios por el mismo valor o en algunas ocasiones a menor precio de la publicidad radial.

Por otro lado, la crisis política que vive Honduras ha traído consigo la polarización de la sociedad y con ello, muchos medios radiales han sido estigmatizados como vendidos o tarifados, a favor del gobierno y por consecuencia la reducción de la audiencia y por ende de la pauta publicitaria.

Las formas de consumo de los productos mediáticos por parte de los consumidores, igualmente han tenido incidencia en los rankings de audiencia, ya que el impacto que han tenido las redes sociales en los consumidores y el uso de aplicaciones que permiten tener su playlist en el dispositivo móvil, ha provocado la reducción de oyentes de la radio tradicional.

Para agravar la situación, en Honduras algunas estaciones solo retransmiten el audio de las televisoras, particularmente aquellas de grupos corporativos que tienen tv y radio, lo que va en detrimento de la calidad de programación porque no hay programas diseñados para la radio, sino que el medio es usado únicamente para retransmisión de otro medio que tiene características distintas.

Sucede que desde hace algunos años las estaciones radiales están concesionando espacios a periodistas y comunicadores que deciden independizarse, lo que generalmente significa detrimento de la calidad, ya que normalmente quien adquiere el espacio es el generador del contenido, actuando de director, presentador, gestor, cobrador de publicidad, productor, etc. En muchos programas no hay producción, sino que se basan en un sujeto hablando y comentando temas de noticias generales o de deportes, pero sin ningún guión o diversidad de contenidos que permitan un mayor dinamismo y calidad.

En relación a la Internet y las redes sociales, la radio en Honduras ha sido perjudicada y poco beneficio le ha sacado. Si bien muchas estaciones incorporaron el audio de las transmisiones regulares de FM y AM en sus páginas web y redes como Facebook, poca es la audiencia que alcanzan por esa vía.

Clasificación de las radios

El ente regulador del Estado no tiene una clasificación que permita establecer claramente las radios comunitarias; lo hace más por la propiedad. Honduras reconoce legalmente la existencia de medios comunitarios desde 2013 cuando se reformó la ley de CONATEL, con la cual otorga concesiones de frecuencias a la comunidad organizada de probada existencia.

Sin embargo, Honduras limita el alcance de esos medios al campo local y restringe la publicidad comercial, permitiendo solo la relacionada con instituciones y empresas que se ofrezcan en la zona de cobertura.

Como menciono en el libro *La libertad de expresión en Honduras: una utopía*, “otra limitante de la ley hondureña es que los medios comunitarios que manejan una agenda relacionada como agua, bosque, minería y derechos humanos, entre otros no pueden tener programación de carácter político partidario de ninguna naturaleza”.

Como cierre, se puede anotar que hasta 2016 existían unas 25 radios comunitarias y la Asociación de Medios Comunitarios de Honduras (AMCH) exigía el otorgamiento de otras 25 estaciones más al Estado.¹⁴

¹⁴ Radios comunitarias exigen a CONATEL la aprobación de al menos 25 frecuencias: <https://criterio.hn/radios-comunitarias-exigen-conatel-la-aprobacion-al-menos-25-frecuencias/>

2.5. NICARAGUA

Juan Carlos Duarte Sequeira
direccion@radiocamoapa.com

Abogado, periodista y director de Radio Camoapa; ha colaborado en estudios colectivos sobre comunicación, marco jurídico y medios. Actualmente es representante de Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) Nicaragua y es autor del libro de poesía política *Versos azules y rimas blancas*, surgido en el contexto que vive Nicaragua desde abril de 2018.

AÑO MAPA	2012	2014
TOTAL	280	285
AM	52	50
AM%	19	18
FM	228	235
FM%	81	82
COMERCIAL	S/D	S/D
COMERCIAL %	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D

Fuente de los datos: Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correo. No existen datos oficiales más recientes que los de 2014 aunque diversas fuentes aseguran que se siguen concediendo permisos y habilitaciones para nuevas emisoras.

El desafío radial en Nicaragua

Hablar sobre las radios en Nicaragua es remontarse al primer tercio del siglo veinte, desde aquellas primeras experiencias que apostaron al radioteatro como propuesta de entretenimiento y expresión artística, hasta las innovaciones derivadas del avance tecnológico. La radio en Nicaragua ha sobrevivido a los vientos cruzados de la clase política, a los intentos sistemáticos de controlar sus contenidos y a la censura pretendida por gobernantes que no admiten la crítica desde los medios.

Desde el año 2007, la clase gobernante ha manejado la comunicación con una discrecionalidad que impide el acceso a la información pública, pese a la existencia de normativas que regulan ese derecho a favor de la ciudadanía. Bajo esa lógica, varios portales de instituciones gubernamentales disminuyeron sus publicaciones y el sector de las comunicaciones no fue la excepción, pues el sitio web del Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR) parece estar congelado.

En ocasiones anteriores, el estudio de esta materia ha encontrado un registro oficial de 235 emisoras en frecuencia modulada y 50 en amplitud modulada, sumando un total de 285 estaciones de radio. Ese dato, oficialmente vigente hasta la fecha, dista mucho de la realidad nacional, porque el espectro radioeléctrico ha seguido acumulando frecuencias.

Lo antes expuesto puede ejemplificarse con las nuevas asignaciones para el municipio de Camoapa, ubicado en la sección sur del departamento de Boaco, en el centro del país, donde se han aprobado cuatro nuevas estaciones de radio. Otro ejemplo puede mostrarse en atención al sector beneficiado, porque la iglesia católica tuvo una apertura para once asignaciones en la Diócesis de Granada y se sabe de muchas más, en otros territorios eclesiásticos, pero sin posibilidades de una información oficial.

De igual manera, bajo la lógica de criterios políticos, ha surgido en el espectro radioeléctrico del país, un fenómeno de estaciones de radio identificadas con el gobierno. En algunos casos el fenómeno ha afectado a medios existentes y en otros se ha tratado de nuevas emisoras vinculadas al partido de gobierno o a personas de reconocida militancia.

En Nicaragua la entidad reguladora es el Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR) y su funcionamiento está

regulado por la Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales, conocida como Ley 200 aprobada en julio de 1995. Como su nombre lo indica, se trata de una ley general que aborda al sector de las comunicaciones sin distinción de formatos o ámbitos específicos.

El carácter general de la ley de la materia ha sido cuestionado desde el sector de las radios comunitarias y se ha discutido sobre la necesidad de una nueva normativa que reconozca la existencia de los tres sectores de la comunicación, así como el establecimiento de políticas públicas favorables para el desarrollo de las propuestas comunitarias.

Dentro de la clasificación de las radios, la actual legislación no contempla a las emisoras comunitarias y esta omisión también impide reconocer jurídicamente su existencia y, consecuentemente, sus aportes al desarrollo integral de las comunidades, por esta razón, la configuración jurídica del régimen de propiedad es variada y muchas emisoras están constituidas como empresas privadas, cooperativas y otras se encuentran registradas a título personal, pero siendo fieles al compromiso de servicio a la comunidad.

En el registro de AMARC Nicaragua se cuentan 22 asociadas incluyendo en ese dato a dos centros de producción de contenido, aunque la crisis de 2018 ha afectado la articulación de la organización en el país. No obstante, se sabe de otras estaciones que funcionan con cierta aproximación a los postulados de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias y su inclusión es ahora un desafío actual.

El desafío de las radios comunitarias de Nicaragua, además de atraer a nuevas integrantes, pasa por la búsqueda de espacios en la discusión jurídica de una nueva legislación, a fin de garantizar una distribución más equitativa de las asignaciones en el espectro radioeléctrico. De igual manera, es necesario incidir en la facilitación de los trámites administrativos que permitan el desbloqueo de algunas solicitudes de licencias y la renovación de otras que se encuentran en la imprecisión temporal por mandato de ley.

El espectro radioeléctrico está repartido principalmente entre medios comerciales, muchos de ellos vinculados con grupos económicos extranjeros y con la familia presidencial Ortega-Murillo, aunque el ordenamiento jurídico nacional prohíbe expresamente el monopolio. Pero la esperanza aún no se pierde, porque muchas estaciones de radio han resistido la tentación de los poderes políticos y económicos que pretenden agregar más medios en sus portafolios.

Mucho se ha discutido en el mundo sobre la permanencia de la radio, después de las nuevas propuestas de la tecnología para la comunicación de los contenidos, pero en la realidad de los pueblos, la radio mantiene su vigencia y constantemente se forman nuevos valores. Lo que no puede negarse es la adaptación del relevo generacional a las nuevas herramientas tecnológicas, que permiten producir y compartir contenidos con la comunidad virtual.

Puede afirmarse que en Nicaragua prevalece la pasión por la radio y por la magia de los sonidos producidos, aunque el formato tradicional se ha adaptado al uso de las TIC, potenciando su capacidad de incidencia en el desarrollo de las comunidades. Se trata de un impacto positivo que procura el desarrollo integral de las personas en un territorio determinado, tanto en lo económico como en lo social, pero, sobre todo, en el desarrollo humano.

En países como Nicaragua es necesario revisar las experiencias de las radios comunitarias y de otras emisoras que trabajan de la mano con la gente, a fin de sistematizar la experiencia acumulada y reproducirla en otras comunidades con necesidades semejantes. Esto requiere de una real voluntad política en los espacios públicos que permita promover e incentivar iniciativas de comunicación comunitaria.

Una radio comprometida con la ciudadanía, puede representar la diferencia entre la apropiación de derechos y la apatía de una comunidad, facilitando la democratización de los espacios públicos y estimulando la participación de las personas. Bajo esta premisa, sería oportuno pensar en el establecimiento de expresiones comunitarias en cada circunscripción territorial del país, incluyendo las comunidades indígenas.

En Nicaragua se necesita una investigación independiente para determinar el mapa real de las frecuencias, más allá de la información oficial. Las radios existen y aportan al desarrollo de las comunidades, pero hace falta asumir el desafío de reconocer su contribución a la identidad diversa del país, en medio de la pluralidad de voces y rostros.

2.6. COSTA RICA

Sebastián Fournier Artavia
sebas@sebastianfournier.com

Máster en Medios de Comunicación para el Desarrollo con distinción de la University of East Anglia, Inglaterra y Licenciado en Publicidad de la Universidad Internacional de las Américas. Coordinador del Proyecto Medios UNED 2020-2030, Universidad Estatal a Distancia y Productor del Programa de Radio Educativa Onda UNED. Miembro Fundador de la Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa (RedMICA) y co-redactor de tres propuestas de ley para regular la radiodifusión.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	125	156	129	103
AM	56	75	74	52
AM%	45	48	57	50
FM	69	81	55	51
FM%	55	52	43	50
COMERCIAL	S/D	S/D	S/D	72
COMERCIAL %	S/D	S/D	S/D	70
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	S/D	8
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	S/D	7
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	S/D	20
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	S/D	19

Fuente de los datos: la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) ofrece el listado de concesiones, pero no segregadas por servicio. A lo largo de los años que hemos realizado este estudio, tampoco encontramos datos oficiales en el Departamento de Administración del Espectro Radioeléctrico de Viceministerio de Telecomunicaciones. Por eso hemos venido contabilizando las radios con la investigación de la organización Voces Nuestras que cita datos oficiales de la SUTEL (aunque de 2016), que coinciden bastante con los usados en los estudios de años anteriores obtenidos de la Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativas (RedMICA) y de los investigadores del Informe Mapa de Radios de América Latina y el Caribe de 2012.

Para el estudio de 2020 estamos reflejando los datos de la investigación realizada por Sebastián Fournier Artavia (RedMICA y UNED) obtenidos del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT), el Atlas AM/FM de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) y sitios web oficiales de las emisoras.

Sebastián considera las 14 concesiones del ICER como una única frecuencia ya que, en la práctica, la persona sólo recibe una por área geográfica y todas las emisoras dependen doctrinariamente del ICER según sus estatutos.

En la distribución por tipo no estamos contabilizando 3 frecuencias de uso mixto. Las 20 son religiosas, pero las estamos subsumiendo en el sector social / comunitario.

Historia de la radio en Costa Rica: una perspectiva crítica

La radio ha acompañado profundamente la historia de Costa Rica desde su aparición. El país tuvo una de las primeras emisoras de radio del mundo fundada por el pionero y Benemérito de la Patria Amando Céspedes Marín en el año de 1920. Céspedes también fundó la primera emisora de Onda Larga en 1927 (RadioaficiónCR, 2009; Tovar, 2013). Ya desde 1928 comenzaron a realizarse transmisiones deportivas; en 1932 comenzaron los radioteatros; la propaganda política en 1936 junto con la radiodifusión 24/7. En los años 40 la revolución nacional ocurrió también a través de la radio y en los años 50 comenzaron a emitir diversas emisoras regionales.

En los años 80 comienza la difusión de la radio en FM y se establecen las primeras emisiones desde el Volcán Irazú. Este punto de transmisión permite la cobertura efectiva de cerca del 70% del territorio nacional con una sola antena emisora. Esto favoreció el acceso a los medios de comunicación capitalinos a gran parte de la población, pero también limitó la creación de medios regionales en bandas de frecuencia como la FM o la de televisión abierta (Fournier Artavia y Alarcón, 2018). Ello, aunado a una política de Estado que mayoritariamente entregó las frecuencias sin control ni delimitación geográfica, provocó que muchas emisoras de radio y canales de televisión regionales con frecuencias de FM o UHF terminaron con el tiempo en manos de conglomerados mediáticos urbanos como Repretel (del grupo Albavisión), Enlace Cristiano, Univisión Canal 2, Grupo Columbia entre otros (Sutel, 2008b, 2008a, 2009b, 2017).

Plan Nacional de Soberanía Radiofónica: el parteaguas ideológico

La radiodifusión continuó como un fenómeno relativamente plural hasta la consolidación en los años 80 del Plan Nacional de Soberanía Radiofónica establecido por el gobierno pro-estadounidense de Luis Alberto Monge (1982-1986) que promovió la creación de una serie de emisoras en todo el país con el objetivo de “proteger al país de la incursión de ideas comunistas” en el marco de la Guerra Fría. Dentro de este proceso se creó Radio Costa Rica como portavoz local de las emisiones de la Voice of America (VOA), maquinaria mediática ideológica de los Estados Unidos (Fournier Artavia, 2018) y se procedió al

cierre o amedrentamiento de emisoras con discursos alternativos como Radionoticias del Continente o Radio América Latina (Sutel, 2009a).

En este mismo período histórico se procedió al reforzamiento del Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica (ICER), que fundó la red de Pequeñas Emisoras Culturales en todo el país. Inspiradas en el modelo de Radio ECCA en España, estas emisoras comenzaron su operación en la década de los 70 y procuraban alfabetizar a poblaciones rurales mediante la difusión de programas de primaria y secundaria por radio. Ello aunado a un interés de la Iglesia Católica de utilizar las emisoras para evangelizar poblaciones indígenas (Gaupp-Berghausen, 2014; Fournier Artavia, 2016). Pero dentro del contexto del Plan Nacional de Soberanía Radiofónica, estas emisoras también se impulsaron estratégicamente para “blindar ideológicamente” al país de la influencia de las emisoras nicaragüenses en manos del gobierno sandinista. Existen al menos tres momentos históricos documentados en que emisoras del ICER callaron voces de grupos comunitarios alternativos que pretendieron llevar sus procesos de lucha a través de la radio (Barwick, 2018; Fournier Artavia, 2018).

Paradójicamente, este proceso llevó a la creación de la única experiencia que pudiese denominarse como una radio comunitaria en Costa Rica: Radio Santa Clara 550 AM. Esta radio pertenecía a la Iglesia Católica pero su director el Pbro. Marco Tulio Araya promovió la creación de una emisora de profunda participación comunitaria (similar a la experiencia de Radio Sutatenza en Colombia) y que acompañó las luchas campesinas por la tenencia de la tierra, por el agua y en contra de la minería durante más de 30 años. La emisora permaneció al servicio de la comunidad hasta mayo de 2018 en que fue llamada por la jerarquía de la Iglesia Católica para convertirse en una “radio para la evangelización”. (Barwick, 2018). Existen al menos 3 experiencias de emisoras católicas silenciadas por la jerarquía eclesiástica en la historia del país: Radio Chorotega en Hojancha, Radio Sinaí en la Zona Sur y Radio Santa Clara en San Carlos. Todas estas frecuencias se otorgaron originalmente dentro de la administración Monge.

El más reciente momento histórico en el que la radio jugó un rol trascendental en la vida del país fue la coyuntura del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre América Central y los Estados Unidos. Esta coyuntura generó una división social profunda en el país que desembocó en el desarrollo de un referéndum para decidir si se aprobaba o no el mismo. El resultado fue 49% en contra y 51% a favor.

En la coyuntura, los medios comerciales hegemónicos jugaron un rol de abierta promoción del tratado, callando sistemáticamente todas las voces opositoras. Dentro de este escenario quedó claro que, si bien en Costa Rica no existe una persecución política a los medios de parte del gobierno por su línea editorial, sí hay indicios de que existe una línea editorial consistente en todo el sector comercial que ante momentos políticos cruciales se alinea en favor de los intereses del gran capital y calla las voces disidentes a ese discurso (Cortés Ramos, 2008; Raventós, 2008; Rojas and Cárdenas, 2010). Existen incluso denuncias formales de radiodifusores privados contra Radio Santa Clara y Radio Cultural de Pital (Filial del ICER) por presuntamente “favorecer al NO” en su cobertura del TLC cuando era claro que estas emisoras comerciales favorecían abiertamente al SÍ. Luego de la denuncia la junta directiva de la emisora el ICER en Pital fue cambiada (Fournier Artavia, 2018).

En general, existe un sistema de medios altamente concentrado en el Gran Área Metropolitana (con un 92% de las frecuencias) y eminentemente comercial o religioso (91,2%) (Chinchilla Alvarado, 2013). Y que, en momentos coyunturales ha tendido a volcar su cobertura en los intereses de los grupos hegemónicos que ostentan el poder económico y religioso del país en detrimento de otras voces alternativas.

Marco jurídico de la radio en Costa Rica

Costa Rica posee un marco jurídico desactualizado que no regula debidamente el espectro radioeléctrico del país. Desde el año 2009, la Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa (RedMica) ha denunciado la existencia de una Ley de Radio que data de 1954 y que ni siquiera regula abiertamente la televisión. Esta regulación genera situaciones ridículas como que el canon anual de uso del espectro para una emisora de radio sea de apenas 3.000 colones o 5 dólares al tipo de cambio actual y de 125.000 colones o 220 dólares para una televisora. Igualmente, se violentan sistemáticamente los estándares de libertad de expresión establecidos por la Relatoría de la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA por desregulación y carencia de un marco jurídico que garantice la existencia y operación independiente de medios comunitarios, regionales o públicos con verdadera independencia del Estado (Asamblea Legislativa, 1954; Granados et al., 2016). Ninguna frecuencia de radio o televisión en la historia de Costa Rica ha sido entregada jamás mediante un concurso público abierto.

Pese a sistemáticos intentos de movimientos sociales por mejorar dicha legislación, ha sido imposible un cambio. La única transformación reciente se dio con la Ley General de Telecomunicaciones aprobada en 2008. Esta regulación fue creada como parte de las leyes de implementación del TLC con los Estados Unidos. Abrió a la competencia privada el sector de telecomunicaciones, tradicionalmente de control estatal en Costa Rica, al mismo tiempo que en términos de radiodifusión, derogó 13 de los 26 artículos de la pírrica Ley de Radio de 1954. Esto permitió oficialmente la participación de extranjeros como dueños de medios de comunicación, eliminó sanciones por mal uso del espectro y básicamente dio libertad plena a las empresas privadas para utilizar las frecuencias a su antojo. Un hecho ocurrido paradójicamente luego de un apuro casi unánime de los medios comerciales a dicho tratado.

Este escenario continuó operando de esa manera hasta que, mediante la presión popular, se logró frenar ligeramente la tendencia a la concentración mediática en 2019 con la implementación de la Televisión Digital Terrestre. Dentro de este escenario se han logrado recuperar algunas frecuencias mal utilizadas en el marco de la televisión y se logró una reserva de espectro de 24 MHz o 4 canales físicos (12 virtuales) para medios regionales, locales y comunitarios. Aun así, es temprano para juzgar si dicha política realmente va a repercutir en una pluralidad mediática verdadera al menos en el ámbito de la televisión (MICI-TT, 2016; Fournier Artavia, 2017; Fournier Artavia, 2018).

La radio en Costa Rica 2009-2020

Dado que en Costa Rica no existe un registro realmente fiable de la propiedad de las radios, se optó por emplear dos documentos emitidos en 2009 tanto por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) denominado “Atlas AM, FM, TV” como por el Programa de la Sociedad de la Información y Comunicación (PROSIC) de la Universidad de Costa Rica (UCR) denominado “Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Costa Rica” (Control Nacional de Radio, 2008; Prosic, 2009). Así las cosas, se utiliza el año 2009, año posterior a la aprobación de la nueva Ley General de Telecomunicaciones post-TLC, como marco de referencia sobre la evolución de la radio en el país.

Tomando como base ambos documentos y la revisión exhaustiva de expedientes de la SUTEL, se puede concluir que para el año 2009

existían 51 frecuencias de FM y 57 de AM en concesión para un total de 108, un número que se redujo a 103 en 2020 con la devolución por parte del Grupo Columbia de cinco de sus repetidoras de AM. Cabe destacar que este autor considera las 14 concesiones del ICER como una única frecuencia ya que, en la práctica, la persona sólo recibe una por área geográfica y todas las emisoras dependen doctrinariamente del ICER según sus estatutos (Gaupp-Berghausen, 2014).

Destaca el hecho de que todas las frecuencias devueltas en la banda de AM para ese período de tiempo correspondían al uso comercial. El desinterés del radiodifusor costarricense por el uso de las frecuencias de AM es claro. Para el año 2020, el 25% de las frecuencias de radio de AM están otorgadas para repetir contenidos de FM. Si bien en el papel existen 52 emisoras de AM operando en el país, la realidad es muy diferente. Este autor ha realizado múltiples mediciones a lo largo y ancho del territorio nacional y la recepción de estas emisoras es muy limitada. En el papel, cerca del 45% de las concesiones de AM del país están otorgadas para operar fuera del Valle Central, contrario a solo un 10% en FM. Aun así, pocas están en uso.

En una revisión para este artículo se utilizó un radio profesional marca Sherwood con antena de alta ganancia para captar emisoras de AM un Viernes Santo a las 6:00 PM desde Tres Ríos a 15 kilómetros lineales de San José, la capital de Costa Rica. Solo se lograron captar 7 emisoras operativas de AM. Al mismo tiempo se comprobó la recepción de todas las emisoras de FM y todos los canales de televisión legalmente concesionados en ese mismo horario. Ni siquiera la repetidora en AM de Radio Fides, emisora de la Iglesia Católica 1040 AM, se encontraba al aire un Viernes Santo. Tampoco lo estaba la repetidora en AM de la emisora estatal Costa Rica Radio 530 AM en plena Emergencia Nacional por la Pandemia del COVID-19.

Retomando los cambios entre 2009 y 2020, en ese período se incrementó en 2 la cantidad de emisoras religiosas en la banda de FM. De las 103 concesiones de radio activas legalmente en Costa Rica para 2020, 72 de las concesiones se usan con fines comerciales, 21 con fines religiosos, 8 con fines públicos y 3 con uso mixto (diferentes tipos de uso en diversas regiones del país).

De las 21 emisoras religiosas en el país, 11 pertenecen a la Iglesia Católica y 10 a diversas denominaciones evangélicas, pero si se toma en cuenta solo la banda FM queda claro que la Iglesia Católica cuenta

sólo con 3, mientras las iglesias evangélicas cuentan con 8. Destaca el grupo Visión de Multitudes que cuenta con una emisora juvenil (Shock FM) y una para personas adultas (Estéreo Visión).

Dentro de las frecuencias públicas destacan las 3 radioemisoras de la Universidad de Costa Rica que cuenta además con el Canal 15 y el Semanario Universidad, un diario de alto impacto en la opinión pública de Costa Rica y filial de la IFJ que develó los Panama Papers en el año 2016 (Semanario Universidad, 2016).

Por el contrario, el Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART) cuenta con apenas una emisora de radio con dos frecuencias (solo una en uso) y un canal de televisión que históricamente han jugado un rol débil y poco consistente dentro del desarrollo nacional. Su estructura no permite una independencia real del gobierno de turno (Méndez Sandi, 1997; Granados et al., 2016).

En cuanto a los formatos radiofónicos, el 39% de todas las emisoras del país son musicales, 17% religiosas, 13% hablada, 4% educativas, 13% locales generalistas y 13% son emisoras de AM que repiten contenido de FM. En la banda de FM, las emisoras musicales ascienden al 59% mientras que las locales descienden al 2%. Por el contrario, en la AM las musicales descienden al 18% y las locales al 24% mientras las que repiten contenido al 28%. Se observa en general entre 2009 y 2020 un ligero decrecimiento de emisoras musicales en favor de emisoras religiosas cristianas.

Concentración de frecuencias: una realidad tangible

El espectro radioeléctrico de Costa Rica se encuentra fuertemente concentrado en pocas manos (Robles Rivera and Voorend, 2012; Chinchilla Alvarado, 2013). Según datos del Primer Informe sobre el Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica del Proledi de la Universidad de Costa Rica existían a 2017 al menos 8 grupos mediáticos que superaban los índices de concentración recomendados por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) de Costa Rica (Fournier Artavia, Jiménez Alvarado y Ochoa Chaves, 2017).

Entre ellos destaca la transnacional Repretel-Albavisión del empresario mexicano-estadounidense Ángel Remilgio González, “El Fantasma”, con 11 frecuencias de radio y 13 de Televisión que transmitían 5 canales para 2017. Hoy, Repretel-Albavisión cuenta con 11 frecuencias

de radio y 4 de los 22 canales físicos operativos de la Televisión Digital Terrestre (TDT), lo cual le permitiría transmitir hasta 12 señales digitales de televisión en HD. Además, cuenta con participación accionaria importante en FUTV, canal por suscripción que concentra el 95% de la afición futbolística de Costa Rica. Hernán Azofeifa Delgado, gerente de Central de Radios de Repretel posee a su nombre como apoderado generalísimo 7 frecuencias de radio y Fernando Contreras López, 7 frecuencias de televisión.

Otro gran concentrador de frecuencias es la familia Alfaro dueña del grupo Columbia, de Marcosa S.A. y de las frecuencias 102.7 y 99.1 operadas por Central de Radios de Repretel. En su conjunto, esta familia administraba para 2009 la suma de 19 frecuencias del espectro radioeléctrico. Hoy, con la devolución de 5 frecuencias de AM, la cesión de 2 emisoras de FM a otros grupos y la consolidación de 2 frecuencias en manos de Repretel, la familia administra 9 estaciones de radio.

Finalmente, el grupo CRC se constituía para 2009 en el tercer mega-concentrador de la FM costarricense. El presidente de la Cámara Nacional de Radio Andrés Quintana es también dueño de este grupo empresarial y operaba un total de 8 frecuencias que hoy descienden a 6. Una de ellas la 91.5 FM pasó temporalmente (de 2011 a 2018) a manos del Grupo Nación, el diario más importante del país en alianza con el conglomerado transnacional Prisa Radio y en 2018 pasó a manos de Teletica, el canal de televisión de más audiencia y tradición del país. Por su parte, la frecuencia 97.9 FM se encuentra según actas del consejo directivo de la SUTEL, en una disputa legal desde 2014. Aparentemente fue adquirida por la sociedad Emisoras Unidas de Guatemala S.A. para luego tratar de ser vendida a Repretel-Albavisión pero la venta nunca se concretó. Aún es operada por CRC y programa únicamente música sin comerciales desde hace 6 años sin que la frecuencia sea revocada (Ochoa Chaves, 2014).

En el caso de Teletica, operadora de Teletica Radio es importante destacar que este canal opera dos frecuencias de TV Digital con capacidad de emitir hasta 6 canales en Full HD, una emisora de radio, posee participación accionaria en CableTica, la mayor cablera del país, varios canales regionales por suscripción y participación accionaria en FUTV, descrito anteriormente. Teletica posee los derechos de transmisión de tres de los cuatro equipos mayoritarios del fútbol costarricense.

Otro caso llamativo es el de Prisa Radio que para 2009 administraba en conjunto con el Grupo Nación tres emisoras que pasaron a ser 4 entre 2011 y 2018, y en ese mismo año las tres emisoras originales pasaron a ser adquiridas por el Grupo Multimedios de México que ahora administra también 2 canales físicos de Televisión Digital con capacidad de emitir hasta 6 señales en Full HD, poseen participación en el canal por suscripción con derechos sobre el fútbol Tigo Sports y poseen la empresa de Vallas Publicitarias POL. (Fournier Artavia, 2018; Villegas, 2018).

Cabe destacar que todos los traspasos de frecuencias anteriormente descritos son por definición ilegales pero sistemáticamente la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) y el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT) han encontrado salidas legales para validarlos.

La concentración mediática es un fenómeno preocupante en Costa Rica y, como se ha visto en situaciones como el TLC, esta concentración ha llevado a acallar voces en momentos políticos clave. Si bien la Internet ha abierto espacio a nuevos actores, muchos de los medios digitales costarricenses responden también a grandes grupos económicos del país, ejemplos de ello son CRHoy, El Observador o ELMundo.cr. La amenaza está latente y dicha concentración mediática continuará siempre que se mantenga un modelo de medios que privilegie lo comercial sobre lo público o lo comunitario.

Las regiones y el futuro de la radio en Costa Rica

Es ineludible que la radio ha ido perdiendo terreno en el gusto del costarricense en los últimos años. De una presencia en el 78% de los hogares para 2009, ha decaído a un 57% en 2019 según la Encuesta Nacional de Hogares del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2019). Contrario a lo que se pensaría, la Encuesta Nacional de Cultura de 2016 denota cómo la radio tenía presencia mucho más alta de un 69,5% en los hogares urbanos contra un 56,5% de los hogares rurales. No es de extrañar tomando en cuenta un modelo centralizado en la cobertura del Gran Área Metropolitana y una carencia de emisoras rurales. Cuando se disgrega por regiones, el Pacífico Central, la región con menor número de emisoras (solo una) posee también el menor número de escuchas con un 37,3%.

La audiencia de la radio posee mayor peso entre los 36 y 64 años con un 46,3% de la población en sintonía a diario y baja a un 23,5% en

población infantil entre 5 y 11 años. Las emisoras musicales son escuchadas por el 86% de la población oyente activa, las noticias por un 16%, las emisoras religiosas 13% y los deportes 11% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017). La religión y las noticias son más escuchadas por población de 65 años o más con un 29 y 24% respectivamente. En cuanto al dispositivo de escucha el 60,5% la sintonizan en radios o equipos de sonido y tanto en carro como en celular la audiencia es del 18%. La música costarricense es escuchada en la radio por apenas un 32% de la población. Llama la atención que el motivo mayoritario por el que la población rural dice no escuchar radio en un 41% es por no tener el dispositivo, mientras que en el área urbana el principal motivo es “desinterés o no le gusta” en un 36%.

Como se mencionó anteriormente, las áreas rurales se han visto históricamente excluidas del acceso a frecuencias. Pero esa ausencia de acceso a los medios paradójicamente potenció otro fenómeno mediático. Dentro del 30% del país que no recibe la señal del Volcán Irazú comenzaron a aparecer decenas de cableras regionales a partir de los años 80. Estas cableras comenzaron trayendo la señal de los canales capitalinos y algunos internacionales, pero pronto se convirtieron en lugares para la fundación de medios regionales. Contrario a la limitada oferta de emisoras regionales de antena (legales e ilegales), las opciones por cable son muy amplias. En un estudio reciente se visitó a más de 81 iniciativas de televisión regional de las cuales se identificaron 21 cableras privadas regionales, 4 cableras cooperativas, 28 canales de cablera, 11 iniciativas de Facebook Live, 8 canales de aire regionales, 5 radios web con imagen, 3 canales cooperativos y un canal educativo colegial entre otros. Muchos de estos medios comenzaron como radios sin permiso o radios web, pero las posibilidades tecnológicas impulsaron a sus dueños a crear canales regionales (Fournier Artavia and Alarcón, 2018).

Al mismo tiempo, gran parte de las emisoras pertenecientes a grandes grupos empresariales se han convertido hoy en radios con imagen dentro del marco de la Televisión Digital Terrestre. Canal 2 es la imagen de Central de Radios del Grupo Repretel-Albavisión, muchos programas noticiosos y deportivos con imagen llenan los contenidos de Canal 11, el segundo más importante del grupo. La otrora 780 AM del Grupo Extra, es hoy promocionada como Radio América HD en canal 42.2. Radio Urbano 105.9 es hoy también el canal 49.2 y Teletica Radio ocupa el canal 7.2. Igualmente, los principales noticieros de

televisión también se reproducen en radio. Emisoras noticiosas como Radio Columbia emiten todos sus contenidos noticiosos, de opinión y deportes con imagen por Facebook Live y poseen un canal en la cablería estatal Kölbi TV. Radios religiosas como la católica Radio Fides también emiten sus contenidos con imagen e incluso tomaron control del canal 48 de UHF, San José TV, y hoy emiten sus contenidos de radio en diversas cablerías. Incluso radios regionales de antena como 88 Stereo en la Zona Sur, poseen un canal que repite su contenido con imagen en todas las cablerías regionales. Otras radios regionales como Radio Colosal 88.3 en el Sur-Sur fundaron cablerías propias como Cable Centro y poseen hoy canales propios como Colosal TV. Emisoras regionales de AM como Radio San Carlos hoy ni siquiera mencionan su frecuencia en su página de Facebook si no que se describen como Radio San Carlos Digital.

En resumen, la radio como antena ha decaído considerablemente, especialmente en la banda de AM. Es posible que las últimas emisoras en esta banda apaguen en pocos años. La FM aún es vigorosa y probablemente las radios incrementen su tendencia hacia la adición de la imagen y sean cada vez más un híbrido entre radio y televisión. Es claro que la explosión de los medios va hacia los nichos de mercado y dentro de esa tendencia los medios regionales en forma de televisión o radio con imagen seguirán creciendo exponencialmente. Es posible que la redistribución de las frecuencias de la TV Digital desemboque en más televisoras regionales de antena, mientras el escenario político imperante hace difícil que puedan surgir más radios regionales de antena de forma legal.

Este autor prevé la consolidación de emisoras noticiosas y religiosas fuertes y un decrecimiento de las radios musicales en favor de plataformas de streaming como Spotify o YouTube Music. Si otros medios de antena seguirán vigentes dependerá mucho de la penetración de las tecnologías digitales y de la emisión de contenidos relevantes en dichos medios. Crisis como la del coronavirus están cambiando significativamente la relación de la población con los medios y transformaciones profundas pueden surgir de esta coyuntura. Nuevos escenarios que aún no son medibles.

Desde 2008 se aprobó una ley que otorga a la Universidad Estatal a Distancia (UNED) una frecuencia de radio y una de televisión para la educación y la cultura en todo el territorio nacional. Finalmente,

la transición hacia la TV Digital creó el escenario propicio para que ese otorgamiento se haga efectivo. Este autor trabaja en función de aprovechar esa coyuntura para fundar un nuevo paradigma de medios públicos transmedia educativos. Se busca aprovechar la presencia de la UNED en 34 centros universitarios alrededor del país con el objetivo de profesionalizar y empoderar a los medios regionales. Estas acciones pueden cambiar significativamente la correlación de fuerzas mediáticas en el país, pero aún el grado de incertidumbre es alto. Los medios de antena deben ser fortalecidos y se debe exacerbar la regionalización mediática como estrategia de fortalecimiento de la democracia, de las economías locales y de los derechos humanos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información; máxime en un contexto costarricense donde las municipalidades han incrementado significativamente su cuota de poder político y económico en los últimos años.

Sea como sea, la radio siempre será la radio. Sólo dejará de existir cuando ya no exista para la gente. Cuando el interés comercial borre la verdadera y básica razón para su existencia: comunicarnos y ser parte de ella.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Legislativa (1954). Ley N°1758 y sus Reformas (Ley de Radio). Costa Rica.
- Barwick, M. (2018). *Con Voz en la Radio*. Costa Rica: UNED.
- Chaves, K. (2014). Música y locutores de 97.9 FM migran hacia nueva frecuencia: 95.9 FM—La Nación, La Nación, 19 de octubre. Disponible en: <https://www.nacion.com/viva/musica/musica-y-locutores-de-97-9-fm-migran-hacia-nueva-frecuencia-95-9-fm/DH-T7RHLXXFBGHI2QIZ5PV4N2UU/story/> (Accessed: 10 April 2020).
- Chinchilla Alvarado, L. (2013). *El Mundo de la Radiodifusión en Costa Rica: Lo Que Dice la Ley y lo que Sucede en la Realidad*. San José, Costa Rica.
- Control Nacional de Radio (2008). *Altas Lista AM, FM TV para SUTEL*. San José, Costa Rica.
- Cortés Ramos, A. (2008). Los límites del referendo sobre el TLC como instrumento de participación política en Costa Rica, *Revista de Ciencias Sociales*. San José, Costa Rica, 3(121), pp. 31–47. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15311737003>.

- Fournier Artavia, S. (2016). The 'Liberating' Pedagogy of Paulo Freire : Conception and Practice in the Educational Radio ECCA, Spain (Tesis Inédita de Maestría). University of East Anglia.
- Fournier Artavia, S. (2017). 'Televisión Digital y Patrimonio: El difícil escenario de la difusión del patrimonio documental audiovisual de cara a la digitalización de la televisión en Costa Rica', III Seminario Latinoamericano de Legislación Archivística, p. 8. Disponible en: https://www.uned.ac.cr/actividades/images/sellar/memoria/Sebastián_Fournier_-_UNED.pdf.
- Fournier Artavia, S. (2018). De Cómo Las Televisoras Comerciales Nos Robaron... ¡Hasta el Fútbol!, Semanario Universidad, 17 July, p. 2. Disponible en: <https://semanariouniversidad.com/opinion/de-como-las-televisoras-comerciales-nos-robaron-hasta-el-futbol/>.
- Fournier Artavia, S. (2018). Medios de Comunicación y Desarrollo en la Zona Norte (En proceso de publicación).
- Fournier Artavia, S. and Alarcón, A. X. (2018). La Televisión Regional en Costa Rica: A las Puertas de la Digitalización de la Señal (Investigación en curso). San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Fournier Artavia, S., Jiménez Alvarado, Ó. and Ochoa Chaves, L. (2017). Concentración y Transnacionalización de Medios en Costa Rica: Caso Albavisión, in PROLEDI (ed.) Primer Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica. 1st edn. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, pp. 135–172.
- Gaupp-Berghausen, V. de A. (2014). Georg von Gaupp-Berghausen y las Pequeñas Emisoras Culturales. 1st edn. San José, Costa Rica: Editorial ICER.
- Granados, M. et al. (2016). Situación de Costa Rica sobre Libertad de Expresión, Pluralidad y Diversidad de la Radiodifusión. San José, Costa Rica.
- INEC (2019). Encuesta Nacional de Hogares 2019. San José, Costa Rica. Disponible en: <https://www.inec.cr/otros-temas-ciencia-y-tecnologia/tecnologias-de-informacion-y-comunicacion-en-hogares>.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (2017). Encuesta Nacional de Cultura 2016: Principales Resultados. San José, Costa Rica. Disponible en: <http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reenc2016-27092017.pdf>.
- Méndez Sandi, J. G. (1997). La Crisis de la Televisión Pública en Costa Rica.

- MICITT (2016). Modelo de Referencia Televisión Digital en Costa Rica. San José, Costa Rica.
- PROSIC (2009). La Radiodifusión en Costa Rica, en *Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica, pp. 271–300. Disponible en: <http://www.prosic.ucr.ac.cr/informe-2009>.
- RadioaficiónCR (2009). Amando Céspedes Marín. Disponible en: <https://www.radioaficioncr.net/2016/08/amando-cespedes-marin.html> (Último acceso: 9 de abril 2019).
- Raventós, C. (2008). Balance del Referendo sobre el TLC en Costa Rica a la Luz de la Teoría de la Democracia, *Revista Ciencias Sociales*, 121(3), pp. 13–29.
- Robles Rivera, F. and Voorend, K. (2012). Los dueños de la palabra en Costa Rica en un contexto de reforma neoliberal, *Revista Rupturas Centro de Investigación en Cultura y Desarrollo CICDE*, 1(2), pp. 144–161. Disponible en: <http://201.196.149.98/rupturas/imagenes/articulos/voll/num2/vollnum2com.pdf#page=25>.
- Rojas, A. and Cárdenas, P. (2010). Santo Fraude. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=ZIT-r9C_H2L.
- Semanario Universidad (2016). Especial: Panama Papers. Disponible en: <https://semanariouniversidad.com/especial-panama-papers/> (Último acceso: 10 de abril de 2020).
- SUTEL (2008a). Expediente: TI-TTC (Canal 36), p. 353.
- SUTEL (2008b). Expediente: TI-ERG 101.1 FM. San José, Costa Rica.
- SUTEL (2009a). Expediente: TI-RA 780 KHz. Costa Rica.
- SUTEL (2009b). Expediente: TI-TVA (Canal 41). San José, Costa Rica.
- SUTEL (2017). Expediente: SUTEL ER-1602 (92.3 FM). San José, Costa Rica.
- Tovar, E. (2013). Cronología de la radiodifusión de Costa Rica, *Primera Plana*. Disponible en: http://www.primeraplana.or.cr/es/Histórico/Cronologia_de_la_radiodifusion_de_Costa_Rica/ (último acceso: 10 de abril de 2020).
- Villegas, D. (2018). (+VIDEO) Multimedios afianza su oferta con la adquisición de Prisa Radio: Bésame, Los 40 Principales y Q’Teja, *Multimedios*. Disponible en: <https://www.multimedios.cr/entretenimiento-1/video-multimedios-afianza-su-oferta-con-la-adquisicion-de-prisa-radio-besame-los-40-principales-y> (último acceso: 10 de abril de 2020).

2.7. PANAMÁ

Alfredo Calzadilla
shuevo@gmail.com

Comunicador y audiovisualista venezolano. Dedicado por más de 20 años a la producción creativa de contenidos para radio y televisión, así como profesor universitario y facilitador de experiencias de formación en temas de locución, producción y creatividad para medios. Vive en Panamá desde hace 5 años.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	276	291	293	291
AM	99	101	99	95
AM%	36	35	34	33
FM	177	190	194	196
FM%	64	65	66	67
COMERCIAL	229	251	248	247
COMERCIAL %	83	86	85	85
EDUCATIVA PÚBLICA	0	0	0	0
EDUCATIVA PÚBLICA %	0	0	0	0
SOCIAL COMUNITARIA	47	40	45	44
SOCIAL COMUNITARIA %	17	14	15	15

Fuente de los datos: Autoridad Nacional de los Servicios Públicos. Según la legislación panameña las radios se clasifican como medios con fines de lucro –servicios comerciales– y sin fines de lucro –emisoras de la Iglesia Católica y de la Evangélica y universitarias–.

Panamá radiofónica: esperando reinventarse

El lunes 3 de diciembre de 2018 comenzó sus transmisiones Más Música Radio FM, sustituyendo a la señal de la W Radio en la 91.3 FM, ambas del Grupo Prisa, convirtiéndose en la emisora más nueva en salir al aire en Panamá. Apenas un año después, el Grupo Prisa vendió Más Música FM y a su hermana radiofónica Radio Panamá FM al grupo de medios de Stanley Motta, al que ya pertenece TVN Radio FM.

Así iniciamos 2020 y contamos 291 emisoras de radio, 95 en la banda AM y 196 en la FM, según cifras oficiales de la Autoridad Nacional de Servicios Públicos. El panorama radiofónico panameño mostró un repunte con la aparición de 20 emisoras durante el período 2012-2014, en el espectro FM, la mayoría en el sector comercial. A primera vista coincide con el crecimiento económico y sensación de bonanza durante el período presidencial de Ricardo Martinelli. Luego de 2014, el mapa de radios es bastante regular: cambian de nombre, cambian de dueño, pero el número se mantiene estable.

La mayoría de las emisoras tienen su centro en Ciudad de Panamá, la capital: 36 en la banda AM y 46 en la FM, para un total de 82 radios. Esto representa prácticamente un tercio de las estaciones a nivel nacional. De los dos tercios restantes que encontramos en el interior tenemos que Chiriquí, al extremo oeste del país, es la provincia con mayor número de frecuencias, contando 61 emisoras. Hagamos esta comparación: 48 emisoras FM se reparten un mercado de 462 mil habitantes en Chiriquí, mientras 46 estaciones FM hacen lo mismo en la capital, con una población estimada en 2 millones 200 mil habitantes, según proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censo.

En el caso de las emisoras AM, se mantienen bastante estables en número de emisoras a lo largo de estos años. Solo contamos 6 emisoras menos desde 2012 hasta 2020. Ciertamente han visto disminuidas sus audiencias ante el auge de las FM, más atractivas técnicamente y más económicas de montar y mantener. En las zonas agrícolas del interior del país es donde tienen su mayor fuerza, pero nada comparado con las audiencias de las FM.

Según la Ley 24 de 1999 que regula los servicios de radio y televisión en Panamá, se distingue servicios tipo A, que son aquellos que requieren asignación de frecuencias y tienen fines de lucro. Dentro de este grupo

encontramos a la mayoría de radios, 247. Los servicios tipo B incluyen aquellos que emiten sin necesidad de asignación de frecuencias (como servicios satelitales). También entran en esta clasificación servicios con asignación de frecuencias de transmisión abierta sin fines de lucro. En este segundo grupo encontramos 44 emisoras, entre las cuales están 15 de la Iglesia Católica y 4 universitarias. Las 22 radios pertenecientes a la comunidad cristiana evangélica y otras denominaciones religiosas están dentro de las emisoras tipo A.

En cuanto a cobertura, el Estado es quien administra el mayor número de concesiones con 16 frecuencias AM y FM en todo el territorio nacional, a través del Sistema Estatal de Radio y Televisión (SERTV) con las cadenas Radio Nacional AM y FM y Crisol FM. Por la parte privada tenemos que la Corporación Medcom es la cadena privada con mayor número de concesiones otorgadas con 18 frecuencias entre sus circuitos Telemetro Radio, RPC Radio AM y FM y Caliente FM.

La ley panameña no contempla la figura de emisoras comunitarias. A pesar de un par de iniciativas en comunidades indígenas en 2010, y de haberse celebrado un encuentro de medios indígenas centroamericanos en 2016, bajo la mirada de AMARC, a la fecha no hay formalmente una radio de este tipo reconocida oficialmente. De hecho, las dos emisoras indígenas en las comarcas Guna Yala y Ngäbe-Buglé realizaron transmisiones irregulares hasta el año pasado.

Según la resolución No. 12751 que anuncia la convocatoria bianual para la obtención de concesiones radiofónicas, aún vigente, solo hay una frecuencia disponible en la banda FM en la zona capital y apenas 3 entre Colón y Chiriquí. Hay otras 56 frecuencias FM disponibles en el resto del país. En la banda AM hay 66 frecuencias disponibles, aunque es poco probable presenciar un crecimiento en esta frecuencia para los próximos años. La radio digital todavía espera a ser desarrollada.

Ante la falta de legislación que reconozca una clasificación comunitaria y la densidad de frecuencias mencionada, un espacio que ha sido aprovechado por proyectos comunicacionales alternativos ha sido el de Internet. Tal es el caso de Radio Temblor, que tiene alrededor de 12 años en línea, y otras iniciativas más recientes provenientes de sectores sindicales como Radio Frenadeso o CNTP Radio (Central Nacional de Trabajadores de Panamá). También encontramos radios urbanas

y confesionales en varios portales que agrupan enlaces a estas señales *streaming*, sin contar a la mayoría de radios comerciales que también cuentan con sus señales en internet para adecuarse a los tiempos digitales.

A pesar de varios intentos presentados ante la Asamblea Nacional, no ha prosperado ninguna propuesta de ley que regule los contenidos de los medios, como tampoco una ley que amplíe la clasificación y promueva proyectos de radios alternativas y/o comunitarias (que en cualquier caso serían aprovechadas más hacia el interior del país). Sin embargo, el mayor reto de los próximos años para las emisoras que ocupan el dial pareciera ser la sostenibilidad económica, sobre todo en el caso de las emisoras AM que luchan entre lo poco atractivo que resultan frente a las FM y una situación económica nacional que ha reducido muchísimo la inversión publicitaria, en ambas bandas.

La Asociación Panameña de la Radiodifusión y la Asociación de Locutores Comerciales de Panamá lanzaron el año pasado una campaña conjunta para promover la inversión publicitaria en la radio con el lema “La Radio, el medio que cada día se reinventa”. El resultado de esta reinvención deberá traducirse no solo en radios sostenibles en lo económico, también en la promoción de cada vez mejores propuestas de comunicación para los oyentes.

2.8. CUBA

Ana Teresa Badía Valdés
ateresacu@yahoo.es

Doctora en Ciencias de la Comunicación Social. Profesora Titular de la Universidad de La Habana. Jefa de la Cátedra de Radio del Instituto Internacional de Periodismo José Martí. Autora de libros como *La radio nuestra* (2015), *Radio y televisión en convergencia digital* (2018) y *Periodismo y educación en contextos digitales* (2018).

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	62	62	90	119
AM	28	28	28	33
AM%	45	45	31	28
FM	34	34	62	86
FM%	55	55	69	72
COMERCIAL	S/D	S/D	S/D	S/D
COMERCIAL %	S/D	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	S/D	S/D

Fuente de los datos: Informe Mapa de Radios de América Latina y el Caribe y Directorio de Radio Cubana (Fuente Oficial).

Del mapa de 2017 a 2020 no hay nuevos datos, pero hemos corregido un desajuste metodológico con respecto a los demás países. Para la versión de 2020 hemos sumado las radios que transmiten simultáneamente en AM y FM a los datos de cada frecuencia. Es decir, si una radio transmite en AM y también en FM, la contamos dos veces en el mapa, tal como se hace en el resto de países ya que se consideran radios distintas, aunque no siempre transmitan la misma programación. Es el criterio que manejan el resto de fuentes que ofrecen datos en los demás países. Además, en Cuba hay emisoras como Radio Rebelde que transmiten por varias frecuencias. Sólo esta emisora tiene 96 frecuencias en AM y 33 en FM a lo largo de la Isla, que vendrían a ser repetidoras. Esas no están reflejadas en el mapa.

Diversificando la radio cubana

Cuba está entre los primeros países latinoamericanos en contar con emisoras de radio. En 1922 estrenaba su primera señal que, al paso de casi un siglo, se ha ido transformado:

(...) no es solo digital, sino también online. Esos soportes, permiten romper con la sincronía de la audición radiofónica y con el carácter precedero del medio. El oyente puede escuchar lo que desee en diferido y sin estar sometido a su linealidad. En definitiva, es una recepción que le concede más libertad y favorece la personalización, una de las tendencias del periodismo del siglo XXI (Badía y Costales, 2016).

Y es que el medio se diversifica cada vez más con la variedad de posibilidades de transmisión en Amplitud Modulada (AM), Frecuencia Modulada (FM), onda corta (OC) –Radio Habana Cuba- e Internet, opción que ensancha las posibilidades de consumo, participación y producción de contenidos para las audiencias de la nación. En las ciudades se escucha más radio en FM, mientras que en zonas más intrincadas del país se prioriza la AM.

Una de las mejores expresiones del amasijo de soportes con los que cuenta hoy la radio cubana es el programa “La otra esquina”, en Radio Sancti Spiritus, en el centro del país. Ese espacio va de lo tradicional a Internet y viceversa. Su alcance se amplía en la red social Facebook, donde se propone una interrogante o tema semanal y los seguidores aportan sus respuestas para luego ser debatidas en el programa que, una vez concluido por las frecuencias analógicas, vuelve a la red para su descarga y escucha.

Importantes mediaciones tecnológicas han contribuido también a un incremento de nuestras audiencias en los años más recientes. Entre estas están: las posibilidades de escucha en los teléfonos móviles, la inclusión de las emisoras en las cajas decodificadoras de la televisión digital terrestre (TDT) y la informatización de la sociedad que ha incrementado el acceso a Internet.

En la actualidad hay además, 68 plantas de radio con sitios web que cuentan con audio en tiempo real.

Por su parte, existen cerca de 70 emisoras consideradas comunitarias, muchas de las cuales, envían sus señales desde lugares recónditos. Están dirigidas a informar, educar y recrear a los oyentes. En tal sentido, asumo como definición de emisora comunitaria aquella que:

- Su esencia está en los objetivos sociales del medio.
- Ninguna forma de propiedad debe descalificarse a priori. “Si excluimos a las radios estatales ¿no tendríamos que dejar fuera a las de la Iglesia Católica que también responden a un Estado, el Vaticano? ¿O a las radios universitarias puesto que algunas de ellas tienen detrás una empresa internacional?” (López Vigil, 1995, p.52).
- No necesariamente es una radio pequeña, ni precaria.
- No es una radio de baja potencia.
- Pone en contexto: qué, quién, dónde, cuándo, pero también por qué.
- Abre los micrófonos a muchas voces tanto afines como discordantes.
- Parte de la cultura y el lenguaje popular.
- Busca fuentes informativas confiables y diversas.
- Aprovecha todos los recursos del discurso radiofónico, así como la variedad de géneros y formatos. Se utiliza el humor, la música y los elementos de la cultura popular (dichos, refranes, canciones, leyendas, y otros). Incorpora nuevos lenguajes, nuevos formatos, otros sonidos, músicas y voces.
- Da seguimiento a los temas, rescata lo urgente.
- Una radio comunitaria no es necesariamente un medio local. Un medio comunitario puede tener alcance local, municipal, provincial, regional o nacional. No lo define su alcance sino sus objetivos, la misión y la forma de organizarse. Un medio local es aquel que tiene como principal punto de partida lo que sucede diariamente en su territorio, sea éste un barrio o municipio. Hay medios locales que son comunitarios, pero comunitarios que no son locales.
- El hecho que una radio comunitaria pase publicidad no significa que se comercialice.
- Prioriza la participación de los ciudadanos con flujos bidireccionales de comunicación.

Con relación a la participación, según un estudio de Castillo (2016):

(...) de los 2214 espacios habituales, únicamente 159 (el 7,18 %), pueden calificarse como programas con participación sustantiva, entendida la cualidad como aporte, mirada crítica o sugerencia transformadora.

No obstante, esa realidad busca transformarse a partir de la ponderación de espacios verdaderamente participativos.

Recientemente, Cuba aprobó una Política de Comunicación Social del Estado y el Gobierno (2019) entre cuyos planteamientos están: fortalecer la cultura del diálogo a nivel social, institucional y comunitario, así como el uso responsable de la información y la comunicación; propiciar mayor participación de la población en el control y fiscalización de la gestión pública; e incorporar contenidos esenciales de la comunicación social en los planes de estudio en los niveles de enseñanza que lo requieran. Esa normativa además establece para las instituciones, entidades y organizaciones la obligación de conceptualizar y desarrollar las estrategias o campañas de bien público concernientes a sus ámbitos de actuación, la inclusión en los planes de desarrollo local de acciones de comunicación que favorezcan el conocimiento de la gestión gubernamental, la participación de la ciudadanía, y el diálogo con los representantes de los gobiernos locales. Los anteriores preceptos deberán formar parte de un decreto ley cuyo debate y aprobación deberá desarrollarse en el año 2021, según anunció el Parlamento.

El relevo generacional se intenta garantizar a través de estrategias como la coordinación con universidades del país para la ubicación de jóvenes recién graduados. Los cursos de postgrado como el de *La nueva radio*, con convocatoria internacional, también aportan a la superación de los nuevos radialistas. Con fines similares, se puede mencionar el proyecto *Los jóvenes y el audiovisual* (2015) que, en conjunto con la UNESCO, se enfocó a la actualización teórica y práctica de ese grupo etéreo.

Otra experiencia que se ha venido aplicando es la realización de prácticas preprofesionales que consisten en la inserción de estudiantes universitarios de las carreras de Periodismo y Comunicación Social en emisoras radiofónicas, lo que contribuye a su mejor formación y a la familiarización con el medio. Igualmente, contribuyen los festivales y concursos entre realizadores jóvenes con fines no solo competitivos, sino de generalización de buenas prácticas. Sobresale el certamen “Antonio Lloga In Memoriam”, que se organiza cada año en la oriental ciudad de Santiago de Cuba.

El medio radiofónico —el que más ha crecido en Cuba durante los últimos años— mantendrá su tendencia a continuar expandiéndose, tanto numérica como conceptualmente, agrandado ahora en una diversidad de canales y con el empeño creador de sus realizadores. Como retos quedan continuar favoreciendo la participación ciudadana, la transformación del discurso radiofónico que debe ser cada vez más cercano a

la gente, y la transformación de las agendas mediáticas en favor de los temas más reclamados por las audiencias.

Referencias bibliográficas

Badía, A. T., y Costales, Z. (2016). La audiencia radiofónica cubana en un contexto de cambios. *Razón y Palabra*, 92. Recuperado de: <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/79>.

López Vigil, J.I. (1995). ¿Qué hace comunitaria a una radio? *Revista Chasqui* Número 52. Recuperado de <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/download/621/618>

Castillo, O. (2016). Entrevista en programa informativo Mesa Redonda.

2.9. REPÚBLICA DOMINICANA

María Eugenia del Pozo
mariaeugeniadelpozo@gmail.com

Docente por asignaturas en la Escuela de Comunicación y Artes Cinematográficas de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra en Santo Domingo. Especialista en estrategias de contenido transmedia y nuevos medios. Imparte las asignaturas de Gestión y Producción de Radio; Comunicación Digital y Multimedia; y Metodología de la Investigación.

AÑO MAPA	2012	2014	2017
TOTAL	374	379	381
AM	143	146	146
AM%	38	39	38
FM	231	233	235
FM%	62	61	62
COMERCIAL	S/D	S/D	S/D
COMERCIAL %	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	S/D

Fuente de los datos: Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones INDOTEL. No existen datos oficiales más recientes que los de 2016.

La radio en República Dominicana

Son escasos los datos registrados acerca de los medios de comunicación en República Dominicana. Desde 2010 a la fecha se han publicado sólo dos estudios que permiten conocer su evolución reciente.

La actualización más reciente del Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (INDOTEL) sobre el número de emisoras de frecuencia y amplitud modulada fue realizada en diciembre de 2016. Se señala que en República Dominicana operan 381 emisoras (235 en frecuencia modulada y 146 en amplitud modulada). Pero este ente estatal regulador de las telecomunicaciones y radiofonía en el país no ofrece un histórico de los datos, por lo que no es posible obtener información oficial anterior a este informe de 2016 para ver la evolución de las cifras.

Se interpreta, sin embargo, que el número de emisoras no ha variado en la última década. No obstante, se pueden detectar variaciones en los formatos y la manera en que se produce la radio.

Retrospectiva

Para el año 1998 se llevó a cabo la disposición de la Ley General de Telecomunicaciones (153-98), la cual dio origen al Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), organismo que asigna las frecuencias destinadas al uso del espectro de frecuencias radioeléctricas. En esta década se registró un elevado número en creación de nuevas emisoras radiales. Un total de 95, dando al traste con un 28,3% más en comparación con el período 1980 y 1989, donde solo a 39 emisoras se habían dado paso. Ya para el decenio 2000-2009 se asentó un porcentaje de 31,5%, correspondiente a 106 estaciones creadas. Esta -se podría inferir- fue la etapa de mayor crecimiento en números de emisoras de la historia de la radio en el país.

Las emisoras comunitarias, las cuales son una realidad desde hace más de una década, dieron su primer paso en el año 1991. Para 2009 habían surgido 54 de ellas, pertenecientes en ese momento al Despacho de la Primera Dama, una institución creada en el año 2000 para apoyar los proyectos e iniciativas en el ámbito del bienestar social, familia y mujer, desarrollados por la esposa del presidente de la

República. Las provincias con mayor concentración de emisoras de este tipo se encontraban en la zona sur y norte del país.¹⁵

Si se analizan las cifras en la radiodifusión dominicana, el número de emisoras se ha mantenido entre 2002 y 2016, lo que podría explicarse por la concentración de los medios. Se destacan el Grupo Medrano con 18 emisoras, Radio Cadena Hispanoamericana con 8, Empresas Radiofónicas con 17 estaciones, mientras Grupo Telemicro destaca con 73, ProComunicaciones con 10 e Inversiones Madeira con 11 difusoras, en adición a las emisoras comunitarias administradas por el Estado (Cruz, 2011).

No podemos dejar pasar la parrilla programática de las estaciones, donde, de acuerdo a los datos que se facilitan en el Libro Blanco del Periodismo Dominicano (Cruz, 2011) la frecuencia modulada (FM) el 47,90% es musical, en tanto que en la amplitud modulada (AM) equivale a 11,83%. En FM, el 43,63% es de programación general y en AM llega al 50,54% de las radiodifusoras. En temas del evangelio o religiosos comprende un 3,50% de las emisoras en FM, y un 13,98% para la AM. Para tópicos didácticos en FM concluye con el 1,40%.

Fuera del panorama de crecimiento en números vale la pena analizar el incremento en los últimos 10 años por la producción de radio y la diversificación del contenido, reflejado más que todo en el surgimiento de nuevos programas y más exposición del personal de radio.

Como se ha dicho al inicio de este capítulo, vale la pena profundizar, mediante un estudio más preciso, qué sucede con la radio en el país, cómo está reaccionando la audiencia ante la multimedialidad (algunos programas son grabados para su transmisión posterior en las redes sociales), etc.

Por ahora, solo las agencias comerciales de comunicación invierten recursos para monitorear y analizar diariamente la radio dominicana, incluso por temas de interés de cobertura, así como del contenido, la duración de la exposición de éstos y en inversión si se compara por el costo del mismo tiempo para anuncios. No obstante, estos datos no

¹⁵ *(Nota de los editores)*. En República Dominicana existieron anteriormente radios educativas católicas que, aunque se identificaban como comunitarias, pertenecían a la Iglesia Católica. Algunas de ellas fueron Radio Santa María (1956), Radio Seibo (1974) o Radio Enriquillo (1976). En 1981 conformarían la Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA) y serían importantes impulsoras de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) en 1972.

son tan profundos y solo se dan a conocer a clientes para su toma de decisiones antes, durante y después de la implementación de campañas radiales, por contrato.

La radio en República Dominicana está innovando, está formando a grandes profesionales, está convergiendo con otros medios. Esto hace imperativo que, al igual que la prensa y la televisión, la radio sea estudiada e impulsada.

CAPÍTULO 3

Mapa de Radios de Sudamérica. Informes

Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil, Chile, Uruguay, Paraguay y Argentina forman parte de un grupo de países que ha unido voluntades para escurdiñar el hoy de la radio en la región y en el sur del continente.

Actualmente el panorama en cifras de las radios sudamericanas es: Colombia, 1.578; Venezuela, 729; Ecuador, 1.044; Perú, 5.599; Bolivia, 1.333; Brasil, 10.092; Chile, 2.418; Uruguay, 444; Paraguay, 515; y Argentina, 6.126.

Los colegas que reflexionan sobre los datos del *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* en esta región son: Andrés Barrios (Colombia), Javier Barrios (Venezuela), Jorge Guachamín (Ecuador), Alejandro Cornejo Montibeller (Perú), Javier Aliaga (Bolivia), Nair Prata (Brasil), Carlos Montenegro Armijo (Chile), Javier Pérez Seveso (Uruguay), Salustiana Caballero (Paraguay) y Francisco Godinez Galay (Argentina).

Así son, según el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe*, las emisoras en Sudamérica.

3.1. COLOMBIA

Andrés Barrios
andres.barrios@utadeo.edu.co

PhD. Contenidos de Comunicación en la Era Digital. Director – Profesor Titular del Departamento de Comunicación Social y Cinematografía de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano – Colombia. Investigador Asociado de la Universidad Antonio de Nebrija – España. <http://www.andresbarriosrubio.com>.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.974	1.768	1.578	1.578
AM	850	376	353	353
AM%	43	21	22	22
FM	1.124	1.392	1.225	1.225
FM%	57	79	78	78
COMERCIAL	994	727	667	667
COMERCIAL %	50	41	42	42
EDUCATIVA PÚBLICA	294	307	285	285
EDUCATIVA PÚBLICA %	15	17	18	18
SOCIAL COMUNITARIA	686	734	626	626
SOCIAL COMUNITARIA %	35	42	40	40

Fuente de los datos: Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación. Hay un desfase entre los datos que visibiliza el mapa del Ministerio y el archivo de datos que ofrece para descargar. Tomamos los del primero ya que son los que ofrecen una fecha de actualización más reciente.

Road map radiofónico colombiano

La industria radiofónica colombiana, al igual que el ecosistema mediático en general, se encuentra en un proceso de transición en el que asimila el entorno y reacomoda sus rutinas productivas a un nuevo modelo de negocio en el que lo digital capta la atención de la audiencia. Acciones de consumo centradas en el smartphone (Pedrero–Esteban, Barrios–Rubio & Medina–Ávila, 2019), desafección del público juvenil por la propuesta radiofónica (Barrios–Rubio & Gutiérrez–García, 2016) y un complejo escenario económico han sido el detonante para que el mercado radiofónico presente un decrecimiento de emisoras en antena, en el período 2012–2020, y dé paso al surgimiento de estaciones sonoras en la red.

La regulación del sistema radial colombiano está sintetizada en la Resolución 415 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –Min. TIC–. Acto administrativo que delinea las condiciones de prestación del servicio, deberes y derechos de los concesionarios, requisitos para el establecimiento de cadenas, lineamientos de programación de cada clase de emisora, estándares de cobertura, y demás disposiciones atinentes a dicha función (Barrios–Rubio, 2016). Configuración de entorno que habla de 3 tipos de emisoras en la geografía nacional: comercial, interés público –*emisoras de la Radio Pública Nacional de Colombia, emisoras de la Fuerza Pública, emisoras territoriales, emisoras educativas, emisoras educativas universitarias y emisoras para atención y prevención de desastres*– y comunitaria.

El plan técnico de radiodifusión sonora de Colombia evidencia que la cantidad de canales asignados a estaciones de radio en el territorio nacional es de 1.578: comerciales (667), de interés público (285) y comunitarias (626). De los 1.083 concesionarios del Servicio de Radiodifusión Sonora, registrados ante el Min. TIC, el 42% de ellos centran su actividad en la radiodifusión comercial, siendo esta la de mayor reconocimiento, penetración e influencia en el entorno nacional por su rango de cubrimiento; seguidos muy de cerca (40%) por la radio comunitaria, que ha tenido un vertiginoso crecimiento en los últimos años, pero que cuenta con un bajo rango de cobertura dados sus 250 vatios de potencia en transmisores, con lo cual atiende las necesidades y gustos de programación de núcleos poblacionales reducidos. Es importante reseñar que si bien se aprecia un número importante de emisoras de interés público (18%), el 75% de ellas son la voz del Estado,

nacional y regional, con sus programas institucionales y el 25% restante están destinadas a las instituciones educativas que las dedican a la emisión de música clásica y algunos programas en los que difunden temas científicos y tecnológicos.

El servicio de radio en Colombia llega al 90% de la población. La tradición sonora del país constituye a este medio de comunicación como eje articulador de la construcción de realidad en el imaginario colectivo. El 68% de los municipios y distritos existentes en el país cuenta con, al menos, una emisora asignada; sin embargo, dependiendo de la clase de concesión y las condiciones técnicas de la misma, las emisoras pueden tener cobertura en más de un municipio. Con ello se amplía el rango de acción de la industria radiofónica en el universo mediático.

El mapa radiofónico colombiano concentra un importante número de emisoras comerciales en los principales núcleos poblacionales, capitales de Departamento, ofreciendo a los oyentes amplia alternativa de contenidos sonoros generalistas y temáticos que cubren las necesidades de información y entretenimiento del colectivo social en las zonas urbanas. Es importante reseñar que solo dos municipios, Guainía y Vichada, no cuentan con emisoras comerciales asignadas, pero al ser entornos poblacionales reducidos suplen sus necesidades sonoras con la señal en antena de poblaciones cercanas que sí cuentan con el servicio.

Particularidad especial del esquema radiofónico colombiano está en las emisoras de interés público, 285 emisoras de las que el 26% corresponde a la Radio Pública Nacional –61 emisoras en los 33 departamentos de Colombia–. Clasificación en la que toma relevancia la radio universitaria (25%) en las principales capitales colombianas –81 de ellas afiliadas a la Red de Radio Universitaria–, se destaca la presencia de propuestas radiales de las fuerzas públicas, Policía (16%) y Ejército (6%) de manera independiente, con presencia a lo largo y ancho de la geografía nacional, y se destaca la presencia de cabildos indígenas, los colegios y demás estamentos de los gobiernos locales que tienen en su poder el 27% de las emisoras restantes.

Las emisoras comunitarias permiten identificar una interesante apuesta de las comunidades, legalmente constituidas y reconocidas por la legislación colombiana, por estructurar una propuesta radiofónica. Fenómeno que no cuenta con estaciones de este tipo en San Andrés y Providencia, y Vichada, y tiene bajo impacto en Amazonas, Guainía y Vaupés que solo cuentan con una frecuencia de este tipo; poblaciones

que tienen constantes conflictos territoriales y sociales con países vecinos como Nicaragua, Venezuela, Brasil y Perú. Pareciera que estas poblaciones tuvieran una influencia mediática de los países vecinos que satisfacen sus necesidades de comunicación.

El panorama actual denota que el consumo de contenido sonoro se trasladó del transistor tradicional a los dispositivos de pantalla, fijos y portátiles. Escenario en el que la industria radiofónica entremezcla el lenguaje sonoro y sus ejes narrativos con las competencias audiovisuales e iconográficas de los medios digitales, la red parece quitarle espacio a las emisoras de AM que en medio de la crisis luchan por permanecer encendidas y no ser devueltas al Min. TIC o caer a la merced de brujos e iglesias cristianas para sus fines comerciales o de aleccionamiento.

En momentos de crisis, el mercado sonoro colombiano ratifica que la radio, como medio convencional, mantiene intacto el status informativo y los hábitos de escucha noticiosa por parte de la audiencia; el ecosistema digital se abre como escenario para lograr conexión con los jóvenes y ganar adeptos desde las estrategias comunicativas que se desarrollan en los web-medios, los medios, los app-medios y las plataformas de difusión musical. Es claro que las capas más jóvenes de la población reflejan resistencia a la estructura y temáticas abordadas por la radio tradicional.

La radio debe hacer frente a una etapa de transición en la que es necesario replantearse como sistema informativo y como medio de comunicación, crear nuevas estructuras y formatos para llegar a la audiencia. Se trata de reinventar el uso de un producto ya existente en el marco de Internet; en el entorno digital como en el medio tradicional, la propuesta comunicativa debe estar determinada tanto por el gusto de la audiencia como por el criterio y estrategia del mass media. Los jóvenes se acercarán al contenido hablado en el momento en que los medios comprendan que se deben abordar temas que los aludan y los afecten, persuadirlos con información que de una u otra manera los impacta en este mundo globalizado.

Referencias bibliográficas

Barrios-Rubio, A. (2016). La radio generalista colombiana ante el desafío digital: un modelo en transición. Tesis Doctoral. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. <http://www.tesisenred.net/handle/10803/386494>

- Barrios–Rubio, A., & Gutiérrez–García, M. (2016). Transición y adaptación de la industria radiofónica colombiana privada al entorno digital desde la perspectiva de los operadores. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 14(2), 231-255. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i2.959>
- Pedrero–Esteban, L.M., Barrios–Rubio, A., & Medina–Ávila, V. (2019). Teenagers, smartphones and digital audio consumption in the age of Spotify. [Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify]. *Comunicar*, 60, 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>

3.2. VENEZUELA

Javier Barrios
javierproduccionaler@gmail.com

Venezolano. Comunicador Social. Magister en Gerencia de la Comunicación. Vicepresidente de la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER), período 2016–2020. Productor y coordinador del nodo de países andinos del noticiero continental Contacto Sur (desde 2013). Conductor de programa de análisis y coyuntura en la Red Nacional de Radio Fe y Alegría–Venezuela. Docente universitario. Productor y coordinador de varias campañas educomunicativas. Radialista con más de 30 años de experiencia.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.243	781	729	1.017
AM	S/D	40	40	192
AM%	S/D	5	5	19
FM	S/D	741	689	825
FM%	S/D	95	95	81
COMERCIAL	563	469	469	687
COMERCIAL %	45	60	64	68
EDUCATIVA PÚBLICA	0	16	16	119
EDUCATIVA PÚBLICA %	0	2	2	12
SOCIAL COMUNITARIA	680	296	244	211
SOCIAL COMUNITARIA %	55	38	33	21

Fuente de los datos: seguimos sin conseguir datos oficiales en la web de CONATEL de las emisoras de radio en este país. Solamente existe el listado de las 244 radios comunitarias habilitadas. Con esa información, más las declaraciones en prensa en 2015 del director de CONATEL, la revista de la entidad de 2017 y el Informe Mapa de Radios de América Latina y el Caribe 2012 hemos obtenido estos resultados aproximados, también en la división del tipo de medios. Aunque podrían ser menores por la falta de renovación de licencias que se han denunciado en varias ocasiones.

Mapa radiofónico de Venezuela

El presente informe tiene como finalidad exponer una suerte de análisis que dé cuenta del estado de la radiodifusión y en particular los medios comunitarios en Venezuela. Nos proponemos realizar una aproximación que no escapa a la actual crisis política, económica, y social que de alguna manera ha impactado a los medios de comunicación y ha reconfigurado el mapa radiofónico del país.

De entrada, es importante señalar que en este momento se carece de un acopio de datos actualizado sobre la radiodifusión por lo que resulta difícil llevar a cabo un análisis riguroso en virtud de la ausencia de cifras oficiales y debidamente verificadas. Esta dificultad inicial se encuentra tanto en el ámbito académico–investigativo, de organizaciones de la sociedad civil, como en el gubernamental. Tomando en cuenta estas limitaciones compartimos una serie de revisiones de la realidad con base a la experiencia, datos disponibles y a la observación permanente.

Es importante resaltar que en Venezuela no se cuenta con una regulación porcentual del uso y distribución del espectro radioeléctrico. Las solicitudes se realizan directamente ante la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) y el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información (MINCI), por la parte interesada. Las radios comunitarias cuentan desde 2001 con una normativa específica y aún vigente: el reglamento de Radiodifusión Sonora y Televisión Abierta Comunitarias de Servicio Público sin fines de lucro.

En diversos informes internacionales se ha señalado que en Venezuela funcionan 1.243 estaciones de radiodifusión distribuidas de la siguiente manera: 680 en frecuencia de AM, 563 de FM.

Según la Cámara Venezolana de la Industria de la Radiodifusión existen 426 emisoras privadas registradas en esa instancia, de las cuales 156 transmiten en Amplitud Modulada y 270 en Frecuencia Modulada. Durante el 2020 su presidente Oscar Morón, reveló que en estos momentos solo 413 emisoras forman parte de la organización y que un 50% se encuentran inoperativas por variadas razones: la radiodifusión venezolana vive su peor momento. Los propietarios se quejan porque ésta es una situación complicada, en la mayoría de los casos no tienen fortaleza financiera, no pueden acceder a recursos para renovar equipos o piezas, la delincuencia ha dejado fuera del aire varias emisoras,

la inversión publicitaria privada y estatal ha disminuido notablemente por la crisis económica, existe temor a seguir invirtiendo, y que se presenten dificultades administrativas en los procesos de renovación de concesiones y habilitaciones, se estima que a un 80% de las emisoras se les vencieron sus permisos administrativos y no han podido renovarlos ante la instancia reguladora.

La Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) que es el organismo del Estado venezolano que ejerce la regulación, supervisión y control sobre las telecomunicaciones informó que en 2017 se otorgaron habilitaciones a 50 radios comerciales y la instancia registra 353 emisoras comunitarias debidamente habilitadas, de las cuales se estiman operativas unas 250 radios. Aunque por su parte, la Dirección de Medios Comunitarios Alternativos afirma en su informe de 2018 que existen casi el doble: 453 emisoras de radio comunitarias y 45 televisoras.¹⁶

En el 2016 la ex presidenta de la Cámara de Radio, Enza Carbone, denunció que 1.500 emisoras funcionan sin habilitación, operan de manera ilegal, ocupan el espectro radioeléctrico sin control, no pagan impuestos y no cumplen con las normativas legales.

Algunos datos generales con base a revisión periódica:

Tipo de Radio	Banda	Número	Fuente
Privada	AM	171	Información de prensa
Privada	FM	516	Información de prensa
Públicas	AM	21	Información de prensa
Públicas	FM	98	Información de prensa
Comunitarias	FM	244	CONATEL Habilitaciones
Radios fuera del aire por resolución de CONATEL	FM	144	Asociación Civil Medianálisis
Radios inoperativas por otras razones	AM y FM	206	Cámara de la Radiodifusión en Venezuela
Radios privadas registradas en Cámara de Radio		413	Cámara de la Radiodifusión en Venezuela

¹⁶ <http://www.mediosalternativoscomunitarios.com.ve/wp-content/uploads/2019/04/informeFinal.pdf>

Voceros gubernamentales del país han informado que en Venezuela la explotación del espectro radioeléctrico la realiza predominantemente, con 60% de las concesiones en radio y 54% en televisión abierta.

Evolución del escenario radiofónico 2012-2020

Desde la perspectiva de la libertad de expresión, en este período se constata una mayor tensión política entre medios y gobierno, situación que tuvo una gran influencia en esta etapa de la historia para el medio radio.

En el país se observa una reconfiguración del escenario radiofónico, nuevas políticas públicas dirigidas a democratizar las comunicaciones, desarrollar mayor capacidad comunicativa del Estado venezolano, así como el enfrentamiento a la hegemonía comunicacional de las corporaciones de la comunicación privada.

El paisaje mediático de la radio no se puede comprender si no se analiza el rol del Estado-comunicador, la confrontación política entre dos bloques, la emergencia compleja que se traduce en una crisis económica, social y política, la polarización que se expresa en una lucha mediática gobierno-medios, naturalizada por más de 20 años, y en estos tiempos se observa un endurecimiento de la política del Estado para con los medios privados de la comunicación.

El contexto político del país, y en especial la radio, se vieron afectados por los sucesos políticos de principios de año 2013: la desaparición física del Presidente Hugo Rafael Chávez Frías, elecciones presidenciales, regionales y municipales, así como protestas sociales de la oposición gubernamental y los enfrentamientos de los años 2014 y 2017 donde los medios y en particular la radio sufrieron la presión de los actores políticos en pugna.

En este período de tiempo, el crecimiento de las radios privadas sufrió un proceso de desaceleración por cautela y baja inversión privada, disminución de la inversión publicitaria, rigurosidad de las regulaciones legales, incertidumbre con respecto a la renovación de licencias y la crisis económica.

Desde el año 2004 hasta nuestros días, CONATEL ha ordenado el cese de transmisión de al menos 144 emisoras a nivel nacional, alegando entre las diversas razones que no ha sido renovada la concesión, no se registraron, no cumplieron con las normas y leyes, los propietarios

tienen dificultad para importar equipos y algunos dueños de medios son señalados de participar en planes para desestabilizar el país.

En estos años el cese de transmisiones ha sido interpretado por organizaciones de derechos humanos como medidas de control y fuerza que atentan contra la libertad de expresión y el derecho a la comunicación de los pueblos.

La propiedad y modos de organización

El caso de Venezuela resulta interesante para examinar las formas de propiedad. El país protagonizó un giro político hacia un modelo socialista y es evidente que ha tenido una incidencia fundamental en la reforma y cambios de la propiedad. El Estado ha expresado en varias oportunidades la voluntad por regular unos medios que considera excesivamente concentrados y controlados por grupos de poder, que manipulan la información y que le ha valido para tener un enfrentamiento abierto con las principales corporaciones mediáticas del país.

A finales de los años 50 del siglo XX se constituyeron en Venezuela los circuitos de radiodifusión que serían el modelo comercial privado bajo la propiedad de importantes grupos económicos. Los circuitos de radiodifusión integran una asociación que puede tomar dos formas: la primera es que las emisoras de radio sean propiedad de una matriz que configura el circuito. La segunda forma es que las emisoras, aunque no pertenezcan directamente al grupo, lleguen a acuerdos puntuales y transmitan la señal de la emisora principal que, por lo general, se encuentra en Caracas.

Los grupos más influyentes en el sector privado hasta hoy son IBC-Broadcasting Caracas, la organización Cisneros, Grupo Capital, Grupo Circuito Radiofónico, IBC/VOCENTO, Bloque de Armas, Circuito Digital C.A, Corporación Carmero, Cope, Grupo Radial González Lobera, Planeta, Prisa, Unión Radio, César Messori y Asociados, Cadena Capriles.

Este sistema surgió como una manera de supervivencia de las radios regionales y logró concentrar en pocas manos a todas esas pequeñas emisoras que no podían sobrevivir sin la ayuda de un inversionista mayor. Es indudable que la estructura de propiedad ha sufrido cambios importantes y hoy en este sentido se puede ver, en primer lugar, un crecimiento del total de medios públicos y privados en el país y

ahora hay unas 283 radios comunitarias, aunque no todas ellas están operativas (se calcula que sólo 211). Además, se observa la entrada de nuevos actores extranjeros en el mercado, sobre todo en el sector radiofónico; donde Prisa, Cope y Vocento entran por medio de la compra de algunos circuitos radiofónicos. El actual proceso de cambios legales generó una transformación en la estructura y propiedad de los medios que nos presenta un mapa más plural y equilibrado en cuanto al tipo de propiedad; incrementando el sector público y comunitario.

Circuitos, cadenas y redes de emisoras

Retomando lo anteriormente señalado, en cuanto al régimen de propiedad de la radio siguen vigentes dos tipos de integración. Uno de ellos se basa en la propiedad bajo la misma personalidad jurídica y el otro es el de la integración comercial y de programación, incluso de propiedad directa, que opera desde una emisora matriz regularmente enclavada en la ciudad capital. Esta última variante es el fenómeno de las llamadas Cadenas o Circuitos Radiales y en esta modalidad los circuitos o cadenas más importantes, en cuanto a facturación publicitaria, audiencia y sector privado son:

- Grupo Unión Radio, Mega, Onda y Éxitos: 48 emisoras, 8 en AM y 40 en FM.
- Grupo FM Center, Fiesta, La Romántica: 39 emisoras en FM y 15 en AM.
- Rumbera con 23 en FM.
- Triple F con 22 en FM.
- Circuito X con 15 en FM.
- Planeta con 13 en FM.

Existe también la red de radios educativas, participativas y populares de carácter no comercial y que es Radio Noticias Fe y Alegría (con 22 emisoras entre FM y AM).

En el sector público tenemos el Circuito de Radio Nacional de Venezuela (RNV) que cuenta con 11 estaciones transmisoras de amplitud modulada a lo largo de todo el territorio nacional y 98 radios en FM. En estas frecuencias de Radio Nacional podemos encontrar canales informativos, clásicos, musicales y juveniles. Igualmente, Radio Nacional de Venezuela posee un servicio informativo en onda corta que cubre una buena parte del continente, incluyendo Centro América, el Caribe y EE.UU.

El Estado también cuenta con: el circuito YVKE Mundial que alcanza a todo el país; Radio Tiuna 106.1 FM de la Fuerza Armada Nacional; AN Radio de la Asamblea nacional; Radio Miraflores; Alba Ciudad; y Radio del Sur, la “hermana” de Telesur.

Medios comunitarios y alternativos

Gracias al proceso de democratización de la comunicación, el país cuenta con un total de 598 medios alternativos y comunitarios a nivel nacional, siendo radio la vertiente predominante con 453 frecuencias, seguido por 67 impresos, 45 televisoras y 33 digitales. Los medios alternativos y comunitarios tienen presencia en los 24 Estados del país, aunque no todos están operativos. Según la información de la Dirección de Medios Comunitarios Alternativos en su informe de 2018 existen 303 emisoras alternativas y comunitarias operativas, pero por diversas razones, ya sean técnicas o por falta de equipamiento, un 20% de emisoras se encuentran inactivas, de las cuales 72 son radios y 13 televisoras. Es decir que, en realidad, estarían en funcionamiento, al momento de ese informe, 211 emisoras de radio comunitarias y 7 de televisión.¹⁷ Lo que se acerca al dato del ente regulador CONATEL de 2015 que confirmaba que en el país existían 244 emisoras de radio FM comunitarias con título habilitante y 36 televisoras, lo que suma 280 medios autorizados.¹⁸

La radio tiene futuro

La democratización del espectro radioeléctrico es una necesidad vigente en Venezuela. Aunque se han venido dando pasos importantes todavía no son suficientes y se requiere de una distribución de las frecuencias con mayor pluralidad: organizaciones de mujeres, jóvenes, obreros, empresarios, afrodescendientes, personas con discapacidad, movimientos religiosos, gremios, organizaciones políticas deberían tener la oportunidad de acceder a una emisora para fines educativos, culturales, y que ayuden al bienestar y crecimiento del país.

.....
¹⁷ <http://www.mediosalternativoscomunitarios.com.ve/wp-content/uploads/2019/04/informeFinal.pdf>

¹⁸ <http://www.conatel.gob.ve/files/solicitudes/habilitaciones/Total de Medios Comunitarios Habilitados.pdf>

El papel de los medios comunitarios y alternativos para democratizar la comunicación y avanzar en la organización del poder popular en Venezuela ha sido innegable, pero quedan por delante desafíos tales como construir mayor convivencia democrática, educación ciudadana, cese de los enfrentamientos, respeto a los derechos humanos y fortalecer el derecho a la comunicación plural de los venezolanos sin distingo de credo político y religioso. En este sentido, la radio tiene el deber de educar, contribuir con la paz, informar y entretener a la población, promoviendo los valores culturales y al mismo tiempo, velar para que estos no se pierdan.

Es fundamental crear políticas económicas en el actual contexto de crisis para estimular al sector comunicacional comunitario, alternativo y privado para crear e intercambiar sus propios contenidos radiales y multicanal aprovechando el desarrollo de las tecnologías libres de la información y comunicación.

3.3. ECUADOR

Jorge Guachamín
jorgeguachamin@corape.org.ec

Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional, actualmente Secretario Ejecutivo de la Coordinadora de Medios Populares y Educativos del Ecuador CORAPE, 11 años de trabajo fortaleciendo la comunicación comunitaria en el país, y Gerente General de la primera agencia de publicidad con enfoque comunitario URPIKU publicidad.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.159	1.106	1.046	1.051
AM	233	185	149	120
AM%	20	17	14	11
FM	926	921	897	931
FM%	80	83	86	89
COMERCIAL	991	897	796	790
COMERCIAL %	86	81	76	75
EDUCATIVA PÚBLICA	148	195	195	200
EDUCATIVA PÚBLICA %	8	11	12	12
SOCIAL COMUNITARIA	19	20	55	61
SOCIAL COMUNITARIA %	2	2	5	6

Fuente de los datos: Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones / ARCOTEL.

Radiografía de la radio en Ecuador

El constante cambio del entorno de los medios de comunicación en el Ecuador crea un repetitivo debilitamiento de la sostenibilidad, entendida desde lo político, económico e institucional.

En la Constitución de 2008 existe un reconocimiento del sector de los medios comunitarios que generó un logro importante y significativo, así como los ya existentes públicos y privados. La Ley Orgánica de Comunicación (LOC) creada en el año 2013, establecía que el 34% del espectro radioeléctrico estaba destinado para medios comunitarios, mientras que el 33% era para privados y el restante 33% para el sector público. Esto con el fin de generar una redistribución del espectro radioeléctrico de manera equitativa y crear nuevos medios de comunicación para lograr una democratización de las frecuencias.

El mecanismo planteado en la LOC de 2013 para alcanzar esta redistribución, fue un concurso de frecuencias para medios comunitarios y privados, los cuales podían concursar por la misma frecuencia, creando así la posibilidad de que estas puedan pasar de medios privados a comunitarios. Este concurso se realizó en 2016 generando una discusión tras el análisis de la Contraloría General del Estado en 2018 que determinó su invalidez, argumentando que se encontraron 3 grupos empresariales observados por concentración de frecuencias, puntajes adicionales concedidos a medios comunitarios sin sustento legal y un instructivo sobre el procedimiento para evaluación de proyectos comunicacionales, emitido en fecha posterior a la base del concurso.

La anulación de este concurso dejó a la mayoría de los postulantes fuera del proceso sin tomar en cuenta la inversión realizada para los estudios técnicos, económicos, gestión y comunicacional que eran parte de los requerimientos de este concurso de frecuencias.

En 2016 se entregaron 221 títulos habilitantes, los mismos que fueron sometidos a evaluación y como resultado se aprobaron 210 por un tiempo de 15 años entre comunitarios y privados.

En febrero de 2019, se produjeron reformas a la Ley Orgánica de Comunicación. Dentro de estas reformas se mantienen las acciones afirmativas para medios comunitarios, la adjudicación de frecuencias se realizará por medio de un concurso público competitivo para medios privados y comunitarios que impide concursar por la misma frecuencia a los dos sectores.

La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (AR-COTEL), es la única entidad que determinará qué frecuencias son privadas y cuáles son comunitarias para el concurso. Esto limita la capacidad de tener nuevos medios de comunicación en las principales ciudades del país ya que no existen frecuencias disponibles y el 99% son privadas. Además se generó un porcentaje adicional del 30% en el concurso por concepto de experiencia, esto hace aún más difícil la creación de nuevos medios y, peor aún, comunitarios.

La distribución del espectro radioeléctrico también sufrió modificaciones en sus porcentajes quedando con un “hasta el 34%” para los medios comunitarios en función de la demanda y la disponibilidad, un 56% para medios privados y un 10% para medios públicos.

Es evidente que esta nueva distribución deja un margen mucho mayor para el sector privado que siempre ha ostentado el poder de los medios de comunicación masivos. Para los medios comunitarios una disponibilidad inexistente y un “hasta el 34%” que al interpretarse puede significar que con un 3% se está cumpliendo la ley.

La fortaleza de las radios AM en el Ecuador siempre ha sido poder llegar a los sectores más alejados y generar información, entretenimiento y acompañamiento. Con el pasar de los años estas audiencias se han ido desplazando de los sectores más rurales a las principales ciudades y capitales, lo cual ha resultado una reducción significativa de radioescuchas. Esto implica un aumento en la migración debido a las políticas socioeconómicas y culturales, las pocas audiencias que van quedando en los territorios de cobertura son más adultas y adultas mayores; por consiguiente las programaciones tampoco cambian. La falta de sostenibilidad económica para estos medios implica un desafío a la hora de mantener los altos costos que implican los pagos de servicios básicos y su tecnología. Por estas razones, las radios AM se están apagando cada vez más.

Con la llegada de Internet llegó también una nueva forma de hacer radio y con ello, nuevos retos para los medios de comunicación. La radio *online* fue un primer paso para llegar a nuevos sectores que se encontraban fuera del alcance de las frecuencias, se reconoció la posibilidad de tener un alcance mundial y nuevas formas de interacción sin fronteras, la importancia de ser ese puente con familiares en el exterior y de mantenerles informados de los acontecimientos locales.

Las redes sociales aportaron a una nueva forma de generar contenidos de manera rápida, creando nuevas necesidades generacionales y formas de consumo e interacción que obligaron a que los medios busquen una adaptabilidad y potenciar sus canales de comunicación aprovechando las nuevas tecnologías para fortalecer sus audiencias creando nuevos y mejores contenidos.

En el Ecuador existe saturación de frecuencias en las principales ciudades, el espectro radioeléctrico es limitado y con esto las búsquedas de nuevas radios es cada vez más complicado. Necesitamos nuevas programaciones, contenidos y una verdadera democratización de la comunicación.

Las debilidades del sector radiofónico implican la falta de sostenibilidad económica ya que dentro de las leyes que rigen a las radios, no existe una distribución equitativa de la publicidad pública y todo se enmarca en la corriente política que esté de turno.

Los cambios de consumo de las audiencias, la rapidez con la cual la información se genera en las redes sociales son los retos para los medios radiofónicos. Cada vez se puede observar como las radios se transforman en medios audiovisuales y la lucha constante por generar alternativas para mantener un plan político comunicativo.

A pesar de una proliferación de nuevos medios digitales y las nuevas formas de sostenibilidad económica en plataformas, el potencial de la radio en el Ecuador radica en la credibilidad de sus contenidos y en su cobertura. En lugares como la Amazonía donde el Internet no llega, la radio sigue siendo la fuente principal de información y sus nuevos formatos creativos han permitido que la gente pueda volver a escucharla.

3.4. PERÚ

Alejandro Cornejo Montibeller
investigacionsonora@gmail.com

Productor y realizador radial. Responsable del Área de Radio de la Universidad de San Martín de Porres. Miembro Fundador del Foro de Documental Sonoro. SONODOC. Fundador del Grupo de Investigación Sonora GRIS Perú. Miembro de la Comunidad de Estudios Sonoros CES. Miembro del Centro de Producciones Radiofónicas.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.159	1.106	1.046	1.051
AM	233	185	149	120
AM%	20	17	14	11
FM	926	921	897	931
FM%	80	83	86	89
COMERCIAL	991	897	796	790
COMERCIAL %	86	81	76	75
EDUCATIVA PÚBLICA	148	195	195	200
EDUCATIVA PÚBLICA %	8	11	12	12
SOCIAL COMUNITARIA	19	20	55	61
SOCIAL COMUNITARIA %	2	2	5	6

Fuente de los datos: CONCERTV – Consejo Consultivo de Radio y Televisión. Estadísticas 2014, 2017 y 2019; y Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

Las radios educativas son una categoría propia de este país y las estamos sumando en el ámbito de lo público porque varias de ellas lo son, por ejemplo, adscritas a Universidades. Aunque dentro de esta categoría encontramos también radios comunitarias, de iglesias o, incluso, de empresas mineras.

Existen 68 radios de onda corta que están contabilizadas en el total de radio por tipología (5.667), pero no en la suma total que sólo recoge las radios de AM y FM (5.599).

La radio en Perú: una realidad esperanzadora

Para hablar de la radio en el Perú, es necesario establecer una línea de tiempo que inicia a finales de los años setenta e inicios de los ochenta, período en la que este medio sale de su “época de oro” —ubicada entre los cincuenta, sesenta y parte de los años setenta—, donde la radionovela y el radioteatro eran sus máximos representantes.

En los años setenta y en pleno gobierno militar, la radio se adecuó a las condiciones geopolíticas del momento asumiendo las indicaciones políticas que la autoridad había establecido sobre los medios de comunicación. El gobierno de ese entonces, entendía la radio como un espacio de servicio social con énfasis en una programación con “identidad”, priorizando la cultura criolla y desterrando los contenidos “alienantes”, principalmente anglosajones.

Superada esta etapa, sin novedades ni movimientos creativos de por medio, llegaron los años ochenta. Con ellos, la democracia y el crecimiento del consumo y la masividad de los medios de comunicación. La radio seguía siendo el principal medio, el de mayor penetración y acceso.

Las estaciones musicales comenzaron a establecer sus nichos de consumo, y se fundó la primera emisora enteramente informativa, Radio Programas del Perú, que en pocos años abriría sedes en todo el país.

En este trayecto, es interesante destacar un fenómeno que ha viajado en paralelo a la radio desde su aparición y presencia en el Perú —año 1925— y es el de la “profesionalidad” del trabajador radiofónico.

Al ser la radio un medio de comunicación y una creación tecnológica, siempre requirió de especialistas que conocieran el sistema y proceso técnico de emisión, transmisión y recepción de las señales sonoras. Estos especialistas fueron actualizando sus conocimientos de acuerdo al avance de la tecnología. Pero existían también los radialistas encargados de los contenidos y la gestión del medio, todos ellos inicialmente comunicadores no “profesionalizados” que fueron adaptándose al medio y a sus posibilidades. Se elegía a los conductores de los programas entre aquellos que estaban dotados con una voz portentosa o llamativa o leían con una buena dicción. Bajo esta lógica, los actores de teatro fueron los representantes más destacados entre los años cincuenta y sesenta y trabajaban a tiempo completo en estaciones donde se desarrollaban radionovelas y radioteatros.

Por ende, la radiodifusión fue, por ese entonces, un medio de técnicos y apasionados comunicadores. Aún no se hablaba de público objetivo, de cifras de oyentes, y mucho menos de fórmulas y/o formatos. Basaban su labor en ideas viscerales para la realización y producción, con una estética que la propia coyuntura les proponía.

Solo a finales de los 80 e inicios de los 90, cuando el oficio comienza a profesionalizarse, fueron apareciendo los primeros centros de estudio como institutos y academias. Inicialmente fueron espacios dedicados a la oratoria y/o locución y posteriormente a la producción radiofónica. Es necesario destacar en este momento que, en el mundo, la radio se iba consolidando académicamente y la radio musical encontraba sus propias estructuras científicas, principios que rápidamente se conocerían y aplicarían en el Perú. Se importaron las radio fórmulas musicales estadounidenses o los conceptos de formatos y géneros radiofónicos españoles, los cuales siempre tuvieron acogida en la academia nacional.

En este momento, se inicia cierta sistematización del proceso radiofónico que hasta entonces había sido empírico. Eso permitió que tales conocimientos ingresaran en las universidades a las carreras profesionales de Ciencias de la Comunicación o Ciencias Sociales en general.

Hoy en día en el Perú se pueden identificar los siguientes tipos de radio por el contenido que transmiten: musicales, informativas, educativas/culturales, religiosas, políticas y comunitarias.

Y las radios, por su tipo de gestión administrativa y económica, son: comerciales, estatales, institucionales y comunitarias.

Según estudios del año 2020 de la empresa Ibope Media, uno de cada cuatro peruanos escucha música por la radio. Y el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) afirma que se escuchan más las radios musicales, en segundo lugar están las emisoras informativas y en tercer lugar aquellas dedicadas a la salud y el deporte.

Asimismo, Ibope Media asegura que de las cerca de 1.400 marcas que anuncian regularmente en distintos medios de comunicación, 400 de ellas lo hacen exclusivamente en radio. Además, identificó que existe un interés cautivo y creciente en anunciar en la radio.

Estudios del CONCORTV constataron que en el año 2010, en el Perú existían 2.326 radios, 1.820 de ellas en FM. Las empresas poseedoras de un mayor número de frecuencias en el país eran: CPR con 111 y

Radio Panamericana con 55. En el quinto lugar aparecía la Asociación Cultural Bethel con 40 y el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP), una entidad perteneciente al Estado, con 28.

En la última investigación realizada por CONCORTV con cifras actualizadas de finales de 2018, se detalla que hoy en día existen en el Perú 5.667 emisoras, 4.998 en FM, de las cuales 63 tienen contenido comunitario, 1.169 educativo y 4.435 son comerciales.

Comparando con las cifras de 2010, se evidencia que el número de emisoras se ha duplicado en menos de 10 años. Revisando los cinco primeros lugares de las empresas con mayor número de licencias se observa que la Asociación Cultural Bethel es propietaria de 204 emisoras, CPR de 114 y el IRTP cuenta con 91 frecuencias.

La Asociación Cultural Bethel, perteneciente al movimiento evangélico, posee actualmente 10 veces más de emisoras que hace 10 años. Aunque las licencias de radio de congregaciones religiosas de otras confesiones también han aumentado, todas sus frecuencias sumadas no llegan a la mitad de las que ostenta Bethel con presencia en todas las regiones y principales ciudades del país.

Otro dato interesante que la investigación evidencia es que solamente existen 63 medios comunitarios, de un universo de 5.667 radios. 1.169 emisoras son educativas o, por lo menos, así se denominan. Muchas de ellas están financiadas por las empresas mineras, esparcidas por todo el país y que han visto en este medio de comunicación una herramienta ideal para la difusión de sus contenidos culturales/educativos. Es así como, utilizando un capital que está destinado al desarrollo sostenible de la zona de influencia, se han establecido estaciones educativas/culturales, que buscan dar información útil para las comunidades impactadas por la explotación minera como salud, cultura, educación, desarrollo sostenible, ecología, etc.

El estudio de CONCORTV indica también que existen 4.435 medios comerciales, lo cual implica distintas interpretaciones. Desde las perspectivas conceptuales, de contenido y/o de gestión, el hecho es que estas emisoras son empresas privadas que se desempeñan en el mercado competitivo de las comunicaciones, las cuales se sustentan principalmente de los anunciantes publicitarios.

Existen otros grupos de medios que tienen presencia en muchas regiones del país, como son los estatales del gobierno central y los estatales

de gobiernos locales como municipios y gobiernos regionales. También una cantidad mínima de frecuencias universitarias con presencia en las bandas de FM o AM.

Con referencia al consumo de radio, CONCORTV define que el 83% de las personas en el Perú la escucha de lunes a viernes, con un promedio de una hora y 34 minutos. El 80% de estas escuchas están satisfechos con su programación.

Otro dato para resaltar tiene que ver con el código ético de los medios de comunicación pues solamente el 14% de radios en el Perú lo presentó. El 86% restante no socializó ninguno, ni propio, ni el que otorga el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) –ente rector de estos medios–. En su mayoría estas emisoras se ubican en Cusco, Cajamarca, Lima, Puno y Ancash, provincias donde, coincidentemente, existen propietarios que pertenecen a partidos políticos y que aprovechan las subastas que el Estado hace de frecuencias libres para conseguir establecer “cadenas” regionales de radios con marcada tendencia política. Este hecho es más evidente en épocas de campañas electorales, fenómeno que se amplía a las radios de “alquiler”, denominadas así por ceder rangos horarios al mejor postor por un monto específico. El propietario no condiciona el tipo de contenido que se emitirá en ese espacio por lo que, en estos medios, la política y la religión encuentran un lugar idóneo para la difusión de sus contenidos.

Existe un grupo de frecuencias muy conocidas en el mundo, también en el Perú, que persisten y subsisten. Son los medios “piratas”, que no pueden ser excluidos de este análisis nacional. En vista que su presencia se mantiene a través de los años, debido principalmente a las características geográficas del territorio. En lugares muy alejados es más fácil que estas emisoras operen de manera esporádica, atendiendo festividades o actividades locales, siendo sumamente difícil para las autoridades fiscalizar su accionar. Tienen mayor presencia en espacios rurales, pero se mantienen también en las grandes ciudades de manera informal y periódica, ayudadas por el abaratamiento de los equipos transmisores y la facilidad para su adquisición.

Mas allá de cifras y datos concretos, la actualidad de la radio en el Perú es esperanzadora, pues actualmente surgen nuevos profesionales con una idea distinta del medio, gracias a propuestas académicas. Una de ellas la ofrece la Universidad de San Martín de Porres, donde se pueden abordar durante la carrera hasta siete ciclos académicos destinados

exclusivamente a la radio, atendiendo temas como la gestión, producción y programación, así como particularidades como el periodismo sonoro, documental sonoro, paisaje sonoro, experimentación, ficción y arte sonoro. Sumado a ello, se tiene en cuenta que los nuevos comunicadores son nativos digitales que se desempeñan en este mundo 24/7 y conciben un medio cada vez más inmersivo y multimedia.

Asimismo, se conocen experiencias aisladas, pero cada vez más numerosas, de espacios dedicados a la diversidad e identidad como los propuestos por Radio Nacional del Perú que, por primera vez desde la capital, propone noticieros en lenguas nativas. O esfuerzos de radios dedicadas a temas de igualdad de género, desarrollo sostenible, ciudadanía y que hoy en día pueden hacer visibles sus contenidos gracias al gran auge del podcast y el interés que los consumidores vienen mostrando por esta forma de escucha seleccionada.

Sin embargo, las radios más escuchadas del Perú responden todavía a estructuras preestablecidas por los procesos comerciales y de mercado, implementadas muchas veces en el extranjero. La difusión musical como expresión cultural de los pueblos sigue siendo relegada de manera inaudita, sobre todo teniendo en cuenta que el presente sea, probablemente, el momento de mayor producción musical que el país haya tenido.

Por otro lado, el sistema de Televisión Digital Terrestre (TDT) y la radio digital se están implementando lentamente en nuestro país. La idea de la comunicación digital parece aún lejana. Mientras tanto, la radio tradicional sigue siendo el principal medio de comunicación masiva, el de mayor credibilidad y acceso.

Este momento de cambio y adaptación tecnológica puede significar una oportunidad para la consolidación de las radios locales y permitirles competir tecnológicamente con las grandes corporaciones. Solo queda establecer las formas adecuadas de programación y contenido narrativo, identificando su propia necesidad y contexto, pues por mucho tiempo se hizo radio escuchando a la capital, Lima. Hoy, cuando la especialización y segmentación es la tendencia del consumo, las emisoras locales, comunitarias, regionales y/o universitarias, pueden generar una estrategia focal, algo así como una radio para los “paisanos”, con información, música y temas propios de la localidad, utilizando conceptos como la multimedialidad y las redes sociales.

3.5. BOLIVIA

Javier Aliaga
javieraliagaalvarez@gmail.com

Periodista especializado en temas económicos. Trabajó en la agencia española de noticias EFE en Bolivia durante dos décadas y fue su director entre agosto de 2016 y noviembre de 2017. Cuenta con una Maestría en Gestión de Energía: hidrocarburos y electricidad, por la Universidad Andina Simón Bolívar de La Paz. Es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Mayor de San Andrés y Diplomado en Educación Superior por la misma institución.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.041	1.175	1.332	1.296
AM	262	312	297	159
AM%	25	27	22	12
FM	779	863	1.035	1.137
FM%	75	73	78	88
COMERCIAL	920	S/D	972	998
COMERCIAL %	88	S/D	73	77
EDUCATIVA PÚBLICA	0	S/D	200	99
EDUCATIVA PÚBLICA %	0	S/D	15	8
SOCIAL COMUNITARIA	121	S/D	160	199
SOCIAL COMUNITARIA %	12	S/D	12	9

Fuente de los datos: investigación titulada «Legislación y medios comunitarios. Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela» de Gómez, A.M. y Ramos-Martín, J., junio de 2014. Autoridad de Fiscalización y Regulación de Telecomunicaciones y Transportes (ATT) FM-AM. Presentación oficial de diciembre de 2019 del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda y la ATT e informe de Javier Aliaga para el Mapa de Radios de América Latina y el Caribe desde Bolivia.

Los datos de 2015 a 2019 difieren aproximadamente en 100 emisoras que en estudios previos figuraban en AM, pero ahora se suman a la banda de FM.

La radio en Bolivia en medio de la disputa política

Durante el período 2012-2020 se produjo un crecimiento del número de las radios en Bolivia como resultado de la reconfiguración del espectro de frecuencias realizada por el gobierno de Evo Morales con una reforma legal aprobada en 2011, en un proceso que ha tenido defensores, pero también críticos.

La Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, promulgada por Morales el 8 de agosto de 2011, redistribuyó el total de canales en frecuencia modulada para el servicio de radiodifusión de la siguiente manera: Estado (hasta el 33%), comercial (hasta el 33%), social comunitario (hasta el 17%) y pueblos indígenas originarios, campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas (PIOC, hasta el 17%).

La reforma ha supuesto avances para la expansión de las radios comunitarias, pero también una aplicación compleja para el sector comercial por las limitaciones a sus operaciones y las interferencias en las ciudades.

Tras la crisis política que derivó en el cambio en la Presidencia del país en noviembre de 2019 con la renuncia de Morales y la asunción al poder de Jeanine Añez, los actores institucionales y las radios en todos los sectores están nuevamente pendientes de un posible viraje en la política comunicacional que implicaría también una reconfiguración del espectro radioeléctrico, con lo que se ha instalado otro período de incertidumbre.

En ese escenario, los datos reflejan una realidad en transición: El *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* señala el dato oficial que en 2012 había 1.041 emisoras. Según un informe de diciembre pasado de la Autoridad de Regulación en Telecomunicaciones y Transporte (ATT), en Bolivia hoy existe un total de 1.296 radios legales, de las cuales 998 (77%) son comerciales, 156 (12%) son social comunitarias, 99 (7%) estatales (Estado central, gobernaciones o municipios) y 43 (3%), son las denominadas PIOC. Otra información de la Dirección de Medios del Estado publicada en la prensa nacional¹⁹ en enero de 2020 señala que las radios comunitarias suman un centenar, de las cuales 83 están en FM y 17, en AM. Del anterior total, 95 están activas, según la fuente.

¹⁹ <https://www.paginasiete.bo/nacional/2020/1/27/el-gobierno-detecta-radios-de-adoctrinamiento-politico-les-cambia-el-contenido-244657.html>

En términos generales, la reforma legal aplicada garantiza el derecho humano a la comunicación respetando la pluralidad con un espíritu democratizador, pero en los hechos también fue evidente que el partido de Morales, el Movimiento al Socialismo (MAS), buscaba beneficiar a algunos grupos en función de sus objetivos políticos partidarios.

Para el director ejecutivo del Centro de Producción Radiofónica (CEPRA), Juan Ordoñez²⁰, el hecho de que el anterior gobierno haya dado facilidades a las comunidades y municipios alejados para que accedan a una frecuencia radial es igual a “democratizar la palabra para fortalecer la democracia”. Esos medios, según Ordoñez, no tienen fines de lucro y han enriquecido el escenario comunicacional con la difusión plurilingüe de sus contenidos, en aymara y quechua, en programas que abordan su realidad local, fortalecen su identidad cultural y les permiten ser escuchados en otros escenarios como las ciudades.

En paralelo, el anterior gobierno también equipó varias emisoras del sistema de radios de pueblos originarios (RPO), algunas de las cuales, como las vinculadas a los sindicatos de campesinos cocaleros, tal es el caso de Kawsachum Coca, han sido acusadas por el actual gobierno de “adoctrinamiento político” y “sedición” al tener relación con el ex-presidente Morales y el proyecto de su partido para volver al poder.

En concreto, al poco tiempo de llegar a la presidencia Jeanine Áñez, su primera ministra de Comunicación Roxana Lizárraga –estuvo en el cargo menos de tres meses, fue cesada en enero de 2020–, presentó en diciembre de 2019 un proyecto de decreto para defender, según dijo, la libertad de expresión, pero que en su acápite relacionado con la radio establecía que el gobierno asumiría las medidas necesarias para una “asignación y/o reasignación de las radios de los pueblos originarios en el marco de la inclusión social”, lo cual fue interpretado por organizaciones sindicales como un intento de acallar los medios que sirven a las voces críticas con el actual gobierno. Las radios comunitarias exigen que se respeten los acuerdos firmados con el Estado.

Durante los días de la crisis política en octubre y noviembre pasados, algunas radios comunitarias y sindicales han denunciado atropellos y decomiso de sus equipos, aunque en medio de las polémicas todavía no está claro cómo ha quedado el escenario de esas emisoras en cuanto a su financiación, su situación jurídica y si siguen saliendo al aire. La

.....
²⁰ Entrevista al directivo de CEPRA para este artículo.

confusión y la incertidumbre reinantes tienen que ver con la disputa política que continúa en Bolivia.

En cambio, para el presidente de la Asociación Boliviana de Radiodifusión (ASBORA), Alfonso Arévalo²¹, la Ley de Telecomunicaciones provocó “un giro muy peligroso en la administración de un medio tan importante como es la radio” porque establece una distribución que permite el uso de las emisoras con determinados fines “de derecha, izquierda y centro, dependiendo de quién esté en la administración del Estado”.

Según Arévalo, juntando todas las radios estatales, comunitarias y sindicales no logran ocupar el 67% del espectro que les tocaría en el reparto, mientras que las expresiones comerciales han quedado “apriionadas” en un tercio para compartir un espectro “muy estrecho”.

A falta de un reglamento sobre el uso de las radios comunitarias y estatales, la realidad, según el directivo de ASBORA, es que esos medios también se han convertido en comerciales, pero sin cumplir con todas las exigencias tributarias que se aplican a las legalmente establecidas. Para Arévalo merece especial atención las centenas de radioemisoras “piratas” que existen y enrarecen más el escenario porque, pese a no tener documentos en regla, incluso reciben publicidad estatal.

La ATT calcula que existe 181 medios ilegales en Bolivia, tanto radio como televisión, y se concentran mayormente en los departamentos de Santa Cruz y Potosí. Entre estos medios que transmiten sin licencia, 108 se identifican como comerciales, 21 de ellos están en la categoría de comercial/social, 27 son sociales, 16 figuran como religiosos y los 9 restantes no fueron identificados.

Pese a las discrepancias sobre los objetivos que deber tener la radio y en qué ámbitos puede desarrollarse, hay una coincidencia y está relacionada con el padecimiento del medio por la improvisación en el uso de los micrófonos y en la producción de contenidos debido a que no existe un relevo generacional, ni radialistas formados para un trabajo profesional y responsable. No obstante, las frecuencias comunitarias llevan adelante sus programas de capacitación de comunicadores populares y las apuestas comerciales tienen sus propios proyectos de formación y autorregulación.

.....
²¹ Entrevista al directivo de ASBORA para este artículo.

Las dos miradas aportadas en este artículo intentan graficar de forma general la situación de la radio en Bolivia y reflejan las controversias de un período complejo en el país. Momento de tensión que remitirá cuando el gobierno que se elija en los próximos comicios establezca unas claras reglas de juego.²²

²² Nota de los editores: el artículo fue escrito antes de la crisis sanitaria del COVID-19 que obligó a posponer las elecciones en Bolivia planeadas para el 3 de mayo de 2020. Al cierre de la edición del libro no se conoce aún la nueva fecha.

3.6. BRASIL

Nair Prata

nairprata@uol.com.br

Periodista, doctora en Lingüística Aplicada (Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil) con formación postdoctoral en Comunicación (Universidad de Navarra, España), profesora del Programa de Maestría en Comunicación de la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP, Brasil). Directora Científica de Intercom (Sociedad Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação).

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	7.625	9.631	9.128	10.092
AM	1.583	1.781	1.726	1.471
AM%	21	18	19	15
FM	6.042	7.850	7.402	8.621
FM%	79	82	81	85
COMERCIAL	3.084	4.537	3.883	4.784
COMERCIAL %	40	47	43	47
EDUCATIVA PÚBLICA	164	453	471	676
EDUCATIVA PÚBLICA %	2	5	5	7
SOCIAL COMUNITARIA	4.377	4.641	4.774	4.632
SOCIAL COMUNITARIA %	57	48	52	46

Fuente de los datos: SERAD Digital, Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações y Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL).

La radio en Brasil tiene futuro

En un país de 210 millones de habitantes como Brasil, la radio es uno de los medios más populares: el 87,9% de los hogares brasileños tienen radio. Según una investigación publicada por la Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert, 2018), el tiempo promedio diario para escuchar radio en el país es de cuatro horas y 40 minutos. La radio también es popular entre el público joven, y de las personas de 20 a 24 años, el 89% dijo que había escuchado la radio en los últimos 90 días. El estudio también señala que el 85% de los oyentes declararon escuchar la programación a través del dispositivo tradicional, el 4% a través de la computadora, el 18% a través del teléfono celular y el 5% en otros dispositivos. El público que escucha la radio por streaming, a través de medios digitales, está formado, en su mayoría, por mujeres de la clase A / B, entre 20 y 39 años. Los lugares donde más se escucha la radio en Brasil son: 71% en casa, 21% en el automóvil, 12% en el trabajo, 7% en algunos viajes y 3% en otros lugares.

La radiodifusión en Brasil tiene características específicas. Como señalaron Prata y Martins (2012), la Constitución brasileña define que los servicios de radiodifusión tienen una base filosófica para el propósito educativo y cultural, la promoción de la cultura nacional y regional y el fomento de la producción independiente que tiene como objetivo su difusión, la regionalización de producción cultural, artística y periodística y respeto por los valores éticos y sociales de la persona y la familia. Sin embargo, permite la explotación comercial de estos servicios, en la medida en que no perjudica los intereses y propósitos para los que fueron creados. Por lo tanto, la subvención para la prestación de servicios de radiodifusión se otorga a nivel comunitario, educativo o comercial.

La transmisión comunitaria solo puede ser explotada por fundaciones o asociaciones comunitarias sin fines de lucro, y el área de cobertura de la estación solo tiene que servir a una comunidad específica en un vecindario y/o pueblo. El servicio educativo puede ser operado por la Unión; Estados, territorios y municipios; universidades y fundaciones brasileñas establecidas en Brasil cuyos estatutos no infringen el Código de Telecomunicaciones de Brasil. La transmisión educativa “no tiene carácter comercial, está prohibida la transmisión de publicidad, directa o indirectamente, así como el patrocinio de los programas transmitidos, incluso si no se hace publicidad a través de ellos” (párrafo único del art. 13 del Decreto-Ley N° 236, de 1967).

La autorización para la explotación comercial de la radiodifusión depende de un procedimiento de licitación y la Unión puede ejecutarla; Estados, territorios y municipios; universidades brasileñas; fundaciones establecidas en Brasil cuyos estatutos no infringen el Código de Telecomunicaciones de Brasil; empresas nacionales por acciones registradas o por acciones de responsabilidad limitada, siempre que las acciones estén suscritas por brasileños nativos.

La Agencia Nacional de Telecomunicaciones (Anatel, 2019) explica la especificidad de cada tipo de transmisión de radiodifusión en el país:

- Frecuencia Modulada (FM): es la modalidad de servicio de radiodifusión que opera en el rango de 87.8 MHz a 108 MHz, con modulación de frecuencia;
- Radiodifusión Comunitaria (RadCom): es la modalidad de servicio de radiodifusión de frecuencia modulada que funciona a baja potencia y con cobertura restringida, otorgada a fundaciones y asociaciones comunitarias sin fines de lucro, con sede en el lugar donde se presta el servicio;
- Onda Media (OM): es la modalidad de servicio de radiodifusión que opera en las bandas de 525 KHz. a 1,605 KHz y 1,605 KHz a 1,705 KHz, con modulación de amplitud (AM).
- También contempla la transmisión en otras frecuencias como la Onda Corta (OC) o la Onda Tropical (OT).

En Brasil, existe una regulación gubernamental para un solo modelo de radio, el hertziano, y la legislación es clara con respecto a su explotación comercial, pero todavía no existe una regularización de los radios en Internet.

También es importante resaltar que Brasil aún no tiene radio digital. En marzo de 2007, el gobierno creó el Conselho Consultivo do Rádio Digital; en 2010, se estableció el Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), a través del Decreto N° 290 del Ministerio de Comunicaciones. El gobierno ha llevado a cabo pruebas técnicas para verificar el rendimiento de los diferentes modelos existentes, pero en realidad, en un país del tamaño y con la complejidad geográfica de Brasil, será muy difícil implementar la radio digital.

Un sector importante para la radio en Brasil es la radiodifusión universitaria, es decir, las emisoras vinculadas a facultades, universidades y cursos de comunicación. Según Kischinhevsky (2018), las primeras

experiencias de transmisión universitaria en Brasil se remontan a la década de 1950:

Mucho después de las de vecinos, como Argentina, donde la primera emisora del género data de 1924. Aun así, el campo se ha vuelto dinámico, con expansión significativa en los años 2000 y 2010, después de la asignación de docenas de canales educativos a las universidades (p. 13).

El gobierno brasileño patrocinó una encuesta en 2014, con el objetivo de conocer el mapa de medios en las universidades y facultades del país. La encuesta mostró que de las 102 instituciones educativas federales vinculadas al gobierno, 41 tenían algún tipo de medio electrónico o digital: TV en VHF / UHF, TV por cable, TV web, radio AM / FM o radio web. En cuanto a la radio, específicamente, el estudio reveló que 61 instituciones educativas federales (58%) no tenían ningún tipo de emisora. En el 42% de ellos, la presencia de la radio era predominante: 19 tenían radio FM en funcionamiento; 5 operaron una radio AM y 15 crearon radios web (Temer et al, 2019).

Brasil experimenta un momento importante de reconfiguración de los servicios de transmisión de radio con la migración de estaciones de AM a FM. La disminución de AM es un problema mundial y en Brasil no es diferente. En México, el proceso de migración voluntaria comenzó en 2005, bajo el mando del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), está en marcha y cientos de emisoras ya se han unido al cambio. En los Estados Unidos, la solución encontrada fue el uso de FM translator stations, o transferencia indirecta, que funciona como un refuerzo de la cobertura en áreas problemáticas, donde hay interferencia, por ejemplo, y en el núcleo de provisión de servicios de la emisora AM. En la mayoría de los países europeos hay estaciones de AM que transmiten programación de transmisión simultánea con una estación de FM. En algunos casos, como en Noruega, la tendencia es extinguir la frecuencia analógica y operar exclusivamente en el sistema digital DAB (Prata y Del Bianco, 2018).

En Brasil, AM no ha tenido audiencia significativa durante más de diez años:

Además de la notable diferencia en la calidad de audio en relación con FM, el crecimiento urbano aumenta cada vez más el nivel de ruido, interferencia y contaminación en el rango de onda media. Con el deterioro de la calidad de audio, los oyentes enfrentan

dificultades para sintonizar emisoras de AM, ya sea en el escritorio o en los receptores de automóviles. Sumado a esto, las dificultades técnicas / operativas de la recepción en dispositivos móviles como los teléfonos inteligentes. El estancamiento de la radio AM causó una caída en la audiencia y, en consecuencia, redujo la competitividad en el dial (Del Bianco y Prata, 2018, p. 25).

Según Curado (2014), se pueden señalar tres factores principales para la caída de la audiencia de AM en Brasil. El primer factor es la pérdida de la calidad del sonido, ya que la vida urbana moderna provoca un exceso de ruido que interfiere con la propagación de AM, especialmente en la recepción móvil. También es importante tener en cuenta que la industria del automóvil ha fabricado coches sin receptores de AM o con antenas más pequeñas que no reciben la señal de AM correctamente. Los brasileños consumen grandes cantidades de radio en el automóvil: el 21% de la población (Abert, 2018) y, dado esto, no hay forma de escuchar AM con calidad. El segundo factor está relacionado con la popularización del uso de teléfonos celulares, teléfonos inteligentes y tabletas. En 2018, el 18% de los brasileños escuchaban la radio en sus teléfonos celulares. Y la tendencia es crecer, pero solo en la banda FM, ya que los teléfonos celulares fabricados desde 2009 no tienen una antena para capturar AM. La tercera razón es que AM perdió fondos publicitarios y audiencia. Mientras que FM se encuentra entre las frecuencias más escuchadas (79%), AM alcanza menos del 15% (Brasil, 2016).

En vista de este escenario, el 7 de noviembre de 2013, la presidenta Dilma Rousseff firmó el Decreto N° 8.139 / 2013 que autorizaba a las 1.781 estaciones de radio AM del país a adaptar sus subvenciones a FM, cumpliendo con una lista de condiciones técnicas, financieras y administrativas. El decreto fue el resultado de un acuerdo establecido entre el gobierno y la asociación representativa de propietarios de estaciones de radio y televisión (Abert) sobre cuestiones esenciales para la recuperación del sector: a) la migración es opcional; b) la frecuencia AM local se extinguirá al final del proceso; los que no se unan deberán migrar a otras categorías de operaciones en la banda AM (regional y nacional); c) la migración de AM para FM es costosa, y se debe pagar una cantidad correspondiente por el uso de radiofrecuencia en una sola cuota estipulada por el gobierno; d) para solicitar el cambio, los organismos de radiodifusión deben probar su legislación fiscal y laboral; e) el cumplimiento de los pedidos está sujeto a la viabilidad técnica

de la ubicación; f) la nueva subvención está restringida al municipio donde se encuentra el emisor de origen; g) la transmisión simultánea está permitida en lugares donde hay espacio en el dial hasta 180 días después de la transferencia y donde los radiodifusores deben ocupar el FM extendido, el período de coexistencia de las dos señales es de hasta cinco años; y h) las transmisiones en OT y OM no se han beneficiado del derecho a la adaptación, pero el servicio se ha preservado (Del Bianco y Prata, 2018).

Según una encuesta del gobierno realizada en mayo de 2019, 1.754 emisoras han solicitado emigrar desde 2013. De este total, 711 empresas ya operan en FM. La expectativa es que alrededor de 1.100 se acomodarán dentro de la banda convencional para fines de 2020. Sin embargo, 474 pedidos son para radios instaladas en ubicaciones con la banda FM convencional saturada, lo que requiere el uso de la banda extendida que depende de la regulación y la estandarización técnica. Se espera que la migración se complete en 2021.

Finalmente, es importante destacar la presencia de la radio brasileña en las nuevas plataformas, como lo afirman Martínez-Costa y Prata (2017):

La radio es un medio que nunca se ha mantenido al margen de los cambios tecnológicos. La evolución de las formas de producción, distribución y recepción se han proyectado en la configuración de los contenidos y de las formas de interacción con la audiencia desde los orígenes centenarios del medio (p. 110).

En Brasil, la radio web solo llegó tres años después de los Estados Unidos. El 5 de octubre de 1998, entró en funcionamiento Rádio Totem, la primera emisora brasileña que solo existía en Internet. En septiembre de 2000, 191 emisoras ya estaban exclusivamente en Internet (Prata, 2009). Hoy es imposible especificar cuántas estaciones de radio brasileñas se transmiten exclusivamente online. Una búsqueda en el portal www.radios.com.br de la palabra “webradio” presenta 19.756 resultados.

Además de las transmisiones exclusivas por Internet, Brasil ha visto un aumento en el número de emisoras que se encuentran en aplicaciones, plataformas híbridas y también en redes sociales.

Referencias bibliográficas

- Abert (2017). Rádios de SC aumentam faturamento em 700% após migração para FM. Brasília 18.08.2017. Disponible en: <http://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/25830-rádios-de-sc-aumentam-faturamento-em-700-apos-migracao-para-fm>.
- Abert (2018). 86% da população ouve rádio com frequência. Brasília 28.09.2018. Disponible en: <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/26420-86-da-populacao-ouve-radio-com-freuencia>
- Anatel (2019). Serviços de radiodifusão. Brasília, 29.07.2019. Disponible en: <https://www.anatel.gov.br/setorregulado/servicos-de-radiodifusao>
- Bufarah Júnior, A. (2003). O pioneirismo do rádio levado à Internet brasileira. In: Haussen, D. F. e Cunha, M. Rádio brasileiro: episódios e personagens. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Brasil (2016). Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Brasília: Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) da Presidência da República, 2016. Disponible en: <http://www.pesquisademidia.gov.br/#/Rádio>
- Curado, C. (2015). Migração de rádios AM para FM: processos de preparação e perspectivas de mudança frente à convergência tecnológica. Trabalho de conclusão de curso (graduação). Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação. Disponible en: <http://bdm.unb.br/handle/10483/12196>
- Del Bianco, N.; Prata, N. (2018). A construção da política pública brasileira de migração do radio AM para o FM. In: Prata, N.; Del Bianco, N. Migração do radio AM para o FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergencia tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.
- Kischinhevsky, M. (2019). Construir conhecimento para democratizar a comunicação. In: Albuquerque, E.; Meireles, N. (Org.) Rádios universitárias: experiências e perspectivas [recurso eletrônico] /– João Pessoa: Editora do CCTA. <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/comunicacao/rádios-universitarias-experiencias-e-perspectivas/livro-lebook.pdf>
- Martinez-Costa, M. P; Prata, N. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. V. 40, nº 3. Disponible en: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/2803/2093>

- Ministério das Comunicações (2019). Dados de bolso. Disponível em: https://www.mctic.gov.br/mctic/opencms/indicadores/detalhe/dados_bolso/Dados-de-Bolso.html
- Prata, N. Webradio – novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2009.
- Prata, N.; Del Bianco, N. (2018). Migração do rádio AM para o FM – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.
- Prata, N.; Martins, H. (2012). Novos modelos de negócios radiofônicos: uma análise das estratégias mercadológicas na webradio. In: Del Bianco, N. O rádio brasileiro na era da convergência. São Paulo: Intercom. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/36de5131e92458974c7c409b6742cc2c.pdf>
- Presidência da República (2013). Decreto nº 8.139, de 7 de Novembro de 2013. Brasília, 8 nov. 2013. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2013/decreto/d8139.htm
- Temer, A. C.; Esch, C. E.; Rebouças, E.; Malcher, M. A.; Prata, N.; Del Bianco, N.; Lopes, S. C.; Zuculoto, V. (2019). Mapeamento das condições de funcionamento de rádios vinculadas a instituições públicas de ensino superior. In: Albuquerque, E.; Meireles, N. (Org.) Rádios universitárias: experiências e perspectivas [recurso eletrônico] /-João Pessoa: Editora do CCTA. Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/comunicacao/rádios-universitarias-experiencias-e-perspectivas/livro-lebook.pdf>

3.7. CHILE

Carlos Montenegro Armijo
cmontene@uc.cl

Periodista egresado de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Magíster en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Chile. Trabajó como periodista en radios Chilena y Cooperativa. Desde 2006 se desempeña como académico de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en donde imparte cursos de periodismo radial, coordina la línea de contenidos radiales de la carrera de Periodismo y trabaja como editor general del medio escuela Radio UC.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.987	2.051	2.239	2.418
AM	174	150	147	146
AM%	9	7	7	6
FM	1.813	1.901	2.092	2.272
FM%	91	93	93	94
COMERCIAL	1.584	1.743	1.983	2.006
COMERCIAL %	80	85	89	83
EDUCATIVA PÚBLICA	0	0	0	0
EDUCATIVA PÚBLICA %	0	0	0	0
SOCIAL COMUNITARIA	403	308	256	412
SOCIAL COMUNITARIA %	20	15	11	17

Fuente de los datos: Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile. Datos 2014 – 2017 – 2020. En Chile las radios comunitarias se denominan de Mínima Cobertura y Comunitarias Ciudadanas.

La radio en Chile: confiable y creíble

A las puertas de su primer centenario en 2022, la radiodifusión en Chile vive momentos de vaivenes. Al creciente desafío de adaptación que supone el entorno digital, las radios nacionales comienzan el año 2020 en medio de un complicado momento económico para el país, lo que ha llenado de incertidumbre a quienes dan vida al medio en sus estaciones comerciales. Los despidos de periodistas y técnicos son la cara más dolorosa de un presente en que la radio perdió en 2019 un 3% del total de la inversión publicitaria en comparación con el año anterior, concentrando apenas un 9% de la torta de avisaje²³, muy por detrás de la televisión y las plataformas digitales. La otra cara de este presente, es la propia naturaleza del medio, una que ha sido resiliente toda su historia y se ha sobrepuesto a ciclos como el que vive. Una señal de aquello es la reputación con la que sigue contando entre la ciudadanía. Tradicionalmente la radio figura entre las instituciones más confiables para los chilenos²⁴ y, entre los medios de comunicación, resulta el más creíble incluso en el enardecido clima social que enfrenta el país desde octubre de 2019. En nuestra convulsa América Latina, la radio tiene un espacio asegurado a la hora de otorgar certezas a una ciudadanía hoy saturada de información.

La industria radial chilena optó, desde su origen, por un modelo comercial, similar al estadounidense, dejando de lado opciones con énfasis en lo público, como la británica. Sin embargo, las emisoras chilenas han encontrado una marcada vocación de servicio también desde sus primeros años, la que se manifiesta en el preponderante rol que juega la información, expresada tanto en la cobertura de las grandes noticias, como en la posibilidad de conectar comunidades a veces aisladas por la propia geografía del país. Las audiencias siguen demandando este espíritu de servicio público, pese a que la radio hoy comparte con diversidad de plataformas la capacidad de ser inmediata. Prueba de esto es la revitalización que el medio en su conjunto adquiere cada vez que el país o una región, vive algún desastre natural o simplemente enfrenta procesos informativos de amplio interés.

²³ Asociación de Agencias de Medios, *Inversión Publicitaria en Medios*, rescatado en https://aam.cl/wp-content/uploads/2020/01/Informe-Inversi%C3%B3n-en-Medios-Anual-2019_AAM_2.pdf

²⁴ Mori Market Opinion Research International, *Barómetro de la Política Cerc-Mori*, rescatado en <http://morichile.cl/wp-content/uploads/2019/05/INFORME-BAROMETRO-DE-LA-POL%C3%8DTICA-2019-.pdf>

En sus orígenes desde la década de 1960, las principales radios FM del país estuvieron vinculadas a familias como las Molfino, García-Reyes o Bezanilla, que hacían radio por convicción. El anecdotario guarda infinidad de historias protagonizadas por propietarios de las emisoras viviendo personalmente peripecias técnicas o sorteando inconvenientes. Sin embargo, entrada la segunda década del 2000 se produce un marcado recambio generacional que, impulsado también por las características de la industria mundial, lleva a prevalecer criterios distintos en la propiedad de las emisoras, tal vez más profesionales, pero con un equilibrio distinto en la balanza a la hora de medir pasión por el medio e ingresos. De esta forma, se generan finalmente muchas ventas a consorcios internacionales, en un proceso que decantó en una importante concentración de la propiedad de las emisoras del país.

Según las cifras informadas en marzo de 2020 por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), en Chile existe un total de 2.461 emisoras²⁵, de las cuales 1.879 corresponden a la Frecuencia Modulada. Del total de 38 emisoras FM de Santiago, 10 pertenecen al consorcio Ibero Americana Radio Chile, propiedad del español grupo Prisa. Una situación particular de los últimos años ha sido la entrada de diarios y canales de televisión en el mercado radial. De esa forma, el grupo Be-thia, controlador del canal de TV Mega, se ha convertido en el segundo mayor grupo radial, con un total de cinco emisoras. El tercero es Trece Radios, con un total de cuatro emisoras, propiedad de Canal 13 de televisión. En estos consorcios, existen prácticas que facilitan su gestión, como por ejemplo, la presencia de figuras televisivas como conductores de los distintos espacios radiales y la preocupante publicidad cruzada, una práctica vigilada por la Fiscalía Nacional Económica que busca regular las posibilidades, por ejemplo, de que una radio cuente con espacio publicitario gratis en el canal de televisión de sus dueños.

La empresa controladora del conservador diario El Mercurio, es dueña de la informativa radio Digital y la musical Positiva, con presencia a lo largo de todo Chile, excepto en Santiago. Desde 2017, El Mercurio cuenta en la capital con radio Universo, una emisora musical de amplia historia. Copesa, en tanto, propietaria del diario La Tercera, llegó a tener un total de cinco emisoras; sin embargo, las necesidades

.....
²⁵ Subsecretaría de Telecomunicaciones, *Servicios de radiodifusión sonora*, rescatado en <https://www.subtel.gob.cl/inicio-concesionario/servicios-de-telecomunicaciones/servicios-de-radiodifusion-sonora/>

económicas le han llevado a cambiar el enfoque de su proyecto y vender tres de sus emisoras, conservando sólo su franquicia de Radio Disney y su apuesta informativa/editorial, Duna.

En Chile existen cuatro radios generalistas de cobertura nacional. Por un lado, Bío Bío, una emisora surgida en el sur de Chile y llegada hace más de 20 años a Santiago y que pregona independencia total. Pertenece a la familia Mosciatti, propietaria de distintos medios de comunicación, principalmente en la ciudad de Concepción. Por otro lado está radio Cooperativa, una emisora que ganó su capital de credibilidad informando con valentía desde la oposición a la dictadura de Pinochet y que en su propiedad se encuentra vinculada a personeros de la Democracia Cristiana, partido que en Chile ha formado parte de los gobiernos de centro izquierda. A estas radios se suman la emisora editorial de Prisa en Chile, ADN, con fuerte presencia en el área de deportes. El escenario lo completa Agricultura, una emisora perteneciente a la conservadora Sociedad Nacional de Agricultura y que en los últimos años ha disminuido al mínimo el espacio de sus noticiarios, ampliando las horas de programas de opinión conducidos por figuras vinculadas con la derecha política.

Distintas iglesias también forman parte del espectro FM. La católica cuenta con Radio María, mientras que distintas denominaciones evangélicas poseen en total tres estaciones de Frecuencia Modulada de Santiago, en un esquema que se replica en las distintas regiones del país.

En Chile el Estado no cuenta de manera directa con emisoras de radio, aunque sí lo hace de forma indirecta. Las estatales universidades de Chile y de Santiago cuentan con sendas emisoras FM, las que cumplen con un rol de extensión de esas casas de estudio. Además, las emisoras destacan tanto en lo temático como en lo musical por la búsqueda de una pauta diferenciadora del resto del espectro comercial. Además de las universidades y fruto de la disponibilidad de un cupo en FM a raíz de un reordenamiento del dial, el Estado asignó a la policía uniformada un espacio en la franja FM. Carabineros de Chile Radio ya existía en AM desde el año 1997 con un marcado sentido de servicio, énfasis en la información de tránsito y, en una primera época, con exclusividad de música chilena. Sin embargo, desde 2015 cuenta con presencia en el dial FM con una importante aceptación por parte del público, especialmente por su diversa programación musical y la ya citada información de tránsito.

Actualmente existen solo 147 concesiones de Amplitud Modulada, una cifra que experimenta un lento pero sostenido retroceso. Al margen de lo cuantitativo, todavía en distintas regiones del país existen emisoras de esta banda que cumplen con un importante rol social y que mantienen un fuerte arraigo entre los auditores locales, principalmente los de mayor edad. Sin embargo, estos casos son puntuales y suelen quedar ocultos en los estudios que miden la audiencia, centrados en un puñado de las principales ciudades del país. En las grandes ciudades la realidad es otra. En Santiago, por ejemplo, existen 25 emisoras AM, ninguna de ellas con resultados destacables de audiencia. Muchas, empujadas por necesidades económicas, optan por arrendar espacios en su programación a distintas entidades o particulares, sin que exista un control editorial sobre los contenidos que el “cliente” pueda ofrecer al aire. Como resultado, encontramos emisoras en las que conviven tradicionales programas magazine con fuerte arraigo en la comunidad, con espacios religiosos o “infomerciales” centrados en la venta de productos naturales, pulseras mágicas o promesas de curación de todo tipo de enfermedades. Naturalmente, el promedio de edad de estos auditores crece a pasos preocupantes, con lo que el futuro de esta franja del espectro no parece auspicioso en las grandes urbes.

La industria radial la completan las 425 Radios Comunitarias Ciudadanas, denominadas así desde el año 2010. Desde ese momento la ley reconoce la existencia de este tipo de emisoras, dándoles una nomenclatura que venía a reemplazar a las llamadas Radios de Mínima Cobertura, de las que aún la Subtel registra 10. En el mensaje presidencial, el Ejecutivo encabezado por Michelle Bachelet justificaba el cambio de estructura a partir del diagnóstico de que el sistema de regulación (de las Mínima Cobertura) resultaba “extremadamente restrictivo para las mencionadas organizaciones y no satisface el sentido social y comunitario que estos servicios de radiodifusión tienen”²⁶. Sin embargo, más allá de mejoras en la potencia autorizada y un posterior ordenamiento en la asignación de las frecuencias, los radiodifusores exponen que existen aspectos que se debieran seguir trabajando en las radios comunitarias. Por lo pronto, la ley establece limitaciones en los métodos de financiamiento, ya que solo tienen permitida la emisión de “menciones comerciales”, en lugar de tandas publicitarias formalmente. Por otro lado, estas radios no

²⁶ Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, *Historia de la Ley 20.433: Crea los servicios de radiodifusión comunitaria ciudadana*, rescatado en <https://www.bcn.cl/historiadelaley/historia-de-la-ley/vista-expandida/4817/>

pueden formar cadenas, salvo en situaciones de calamidad pública, lo que en determinados contextos temáticos o incluso geográficos, cierra oportunidades para cumplir con su rol. Finalmente, la evaluación de los proyectos para nuevas concesiones pone énfasis en los aspectos técnicos de la propuesta, dejando relegados los elementos de contenido que podrían permitir valorar el aporte que la emisora busca generar para el diálogo social. El restringido espacio asignado en el dial para este tipo de radios, permite presumir que el número se mantendrá más o menos estable con el correr de los años. En el mejor de los casos, en la Región Metropolitana, estas emisoras pueden ubicarse entre el 105.9 y el 107.9, mientras que en el peor escenario, en la región del Bío Bío, solo cuentan con el tramo a partir del 106.9.

Las cifras de radioemisoras en el país tienden a mantenerse estables con los años, entre otras razones, porque las principales ciudades presentan diales FM ya saturados. Con concesiones que duran 25 años y derecho preferente de renovación para los titulares, todo nuevo actor interesado en entrar al mercado radial, debe desembolsar sumas de dinero que resultan privativas para intentar adquirir alguna de las señales actualmente concesionadas, situación que la ley efectivamente permite. Según versiones de prensa, la Pontificia Universidad Católica de Chile habría pagado en diciembre de 2019 una cifra cercana a los cinco millones de dólares al grupo Copesa para quedarse con una frecuencia y la marca de la última emisora de música clásica del dial FM. En el caso de las radios comunitarias, la concesión tiene una vigencia de diez años y al igual que en las radios FM comerciales, el titular cuenta con el derecho preferente para la renovación. Es al margen de las grandes ciudades en donde la radio tiene espacio para crecer, justo ahí donde su servicio comunitario es más directo y cercano es donde todavía hay lugar para nuevos proyectos que puedan surgir, impulsados por la creciente baja en los costos de instalación.

Junto a la labor en desarrollo para explotar las sinergias que ofrece el trabajo convergente y multiplataforma, las emisoras en Chile enfrentan también un importante desafío a nivel de contenido. Si bien existe una amplia oferta de emisoras y un saludable número de radios musicales e informativas, entre ellas existe escasa diversidad, generando estructuras de programación que son idénticas entre todas las estaciones generalistas, algo que se repite aunque en menor medida en las radios musicales.

3.8. URUGUAY

Javier Pérez Seveso
jvseveso@gmail.com

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la República (Udelar) y diplomado en Comunicación Digital con Énfasis en Bien Público por Flacso–Uruguay. Integró CAinfo y la Coalición por una Comunicación Democrática, organizaciones de la sociedad civil en defensa y promoción del derecho de acceso a la información y libre expresión. Fue periodista de Uni Radio, la radio de la Udelar. Actualmente integra Radio Camacuá, un proyecto de radio sindical, y se desempeña en el ámbito público en el área de comunicación institucional. Colaborador del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR).

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	372	434	437	443
AM	89	88	88	87
AM%	24	20	20	20
FM	283	346	349	356
FM%	76	80	80	80
COMERCIAL	275	274	274	273
COMERCIAL %	74	63	63	62
EDUCATIVA PÚBLICA	0	89	92	96
EDUCATIVA PÚBLICA %	0	21	21	22
SOCIAL COMUNITARIA	97	71	71	74
SOCIAL COMUNITARIA %	26	16	16	17

Fuente de los datos: Unidad Reguladora de los Servicios en Comunicaciones.

Uruguay: nuevos impulsos, viejas estructuras

La salud del sistema de medios de comunicación de un país se mide, en gran medida, por la pluralidad y diversidad de voces que en él conviven. Cuanto más medios de diversos orígenes y representando diversos intereses estén presentes, mayor será la oferta de contenidos de la cual la ciudadanía podrá nutrirse; y por lo tanto, mayor será el ejercicio del derecho a la libertad de expresión en sus dos dimensiones.

La primera dimensión es la individual, en relación al derecho inherente a cada persona de poder decir lo que piensa, así como de buscar, recibir y difundir opiniones. La segunda dimensión es la colectiva, que implica el derecho de la sociedad de poder recibir distintas voces y opiniones de los diferentes sectores. En este sentido la Comisión Interamericana de Derechos Humanos establece que:

El derecho a la libertad de expresión ampara, de una parte, el derecho a fundar o utilizar los medios de comunicación para ejercer la libertad de expresión y, de otra, el derecho de la sociedad a contar con medios de comunicación libres, independientes y plurales que le permitan mayor y más diversa información (CIDH, 2009).

La situación de los medios de comunicación en Uruguay ha tenido históricamente características que contravienen los estándares en materia de libertad de expresión anteriormente señalados. Quizás, el ejemplo más ilustrativo de ello se aprecie a nivel de la televisión, en donde a lo largo de los años tres grupos empresariales han controlado casi todo el mercado a nivel nacional de televisión abierta y casi la mitad del mercado de televisión para abonados (Lanza y Buquet, 2011).

En los últimos años se llevaron adelante distintas iniciativas a nivel legislativo con el objetivo, entre otros, de dar cuenta de los estándares en materia de libertad de expresión y favorecer la pluralidad de voces. Como ejemplo de ello podemos mencionar la Ley de Radiodifusión Comunitaria (2007) que sacó de la clandestinidad a muchas emisoras que ya funcionaban desde la década del 90, el decreto de Televisión Digital Terrestre (2012) y un llamado que buscó (sin éxito) incorporar nuevos operadores a la pantalla de televisión abierta, y la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2014), que, como coinciden muchos expertos, hasta ahora, se aplicó “a medias” (Gómez, 2018).

A diferencia de lo que pasa con la televisión, en la radio en Uruguay (que, como ya veremos, no está exenta de dificultades) “existen otras voces, cientos de voces y propuestas culturales que al menos se aproximan más a los distintos intereses que expresa la ciudadanía” (Kaplún, 2019, p.18). Es verdad que el número de medios emitiendo no garantiza de por sí la pluralidad de voces. Puede pasar, como ya mencionaremos, que un mismo grupo económico controle muchas radios, pero en principio es un buen punto de partida para observar la situación.

La primera consideración pertinente a realizar tras la lectura de los datos de números de radios correspondiente a Uruguay en el período 2012 a 2020 es el moderado ascenso de emisoras en funcionamiento. Mientras en 2012 había 372 radios, en 2020 la cifra ascendió a 443. El aumento se explica por un estancamiento en el número de emisoras de AM y un ascenso de FM. Las radios que emiten a través de Frecuencia Modulada son, según los últimos datos, el 80% del total de emisoras.

Más allá de si son AM o FM, el panorama nacional plantea dos realidades bien diferenciadas para las radios. Dos realidades que tienen que ver con el macrocefalismo que caracteriza a Uruguay.

Tal como plantea Kaplún (2019) únicamente 10 radios en la capital son las que concentran la mayor porción de la facturación (que ronda un total de 30 millones de dólares por año). En términos de audiencia sucede algo similar; son las radios capitalinas las que dominan el mercado: 8 radios (2 de AM y 6 de FM) tienen casi la mitad (46%) de la audiencia de Montevideo.

Esta realidad contrasta con la situación que atraviesan muchas de las radios del interior del país. De acuerdo a lo que ha planteado²⁷ la Asociación de Radios del Interior (que nuclea a unas 140 emisoras), las frecuencias del interior (particularmente aquellas más alejadas de las ciudades) corren riesgo de extinción debido a lo que consideran una disminución de los ingresos publicitarios y a la sobrepoblación de radios. Según datos manejados por esa asociación, en el interior del país hay una estación cada 5.200 habitantes, mientras que en la capital una cada 20.000.

Este diagnóstico va en consonancia con lo que menciona Kaplún (2019), cuando señala que la actual situación pone a “la mayor parte

.....
²⁷ Semanario Búsqueda (2018). *Las radios en el interior, un servicio “vocacional” y local que corre riesgo de “extinguirse” ante las nuevas tecnologías*. Recuperado de: <https://www.busqueda.com.uy/nota/las-radios-en-el-interior-un-servicio-vocacional-y-local-que-corre-riesgo-de-extinguirse-ante>

de las radios de los departamentos del interior del país al borde de la subsistencia” (p.18).

Si observamos los datos por tipo de radio, encontramos que al 2020 el sector comercial es el que acapara la mayor parte del conjunto de estaciones (62%), repartándose el resto entre emisoras públicas y comunitarias. Simultáneamente, en el sector comercial es donde se observan casos de concentración de medios que exceden los límites establecidos por ley.

Si bien la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual incluyó, como aspecto novedoso, el concepto de Grupo Económico para evitar que mediante testaferros se camuflen las propiedades de los medios, esto no ha impedido que a la fecha grupos como el de Francisco De Posadas, grupo Sarandí y grupo Del Plata o Radio María, sobrepasen las tres licencias que están permitidas por el artículo 54 de la Ley N° 19.307. Según señala Gustavo Gómez²⁸, por lo general estos grupos que acumulan radios tienen un esquema en donde los contenidos son generados a nivel central, para luego ser distribuidos mediante repetidoras. Lo que hace que aquellas radios que funcionan como repetidoras se vacíen de contenido para empezar a replicar los mensajes que llegan desde la centralidad.

Esta realidad no escapa a lo que Becerra (2012) señala como algunas de las principales características que ha tenido históricamente el sistema de medios latinoamericano: predominio del sector comercial por sobre el sector social-comunitario y público, alto grado de concentración de la propiedad de los medios y centralización de la producción de los contenidos en los principales centros urbanos.

También señala Becerra que a partir de la primera década del 2000 comenzó un proceso paulatino que, impulsado por los procesos de convergencia tecnológica, está tensionando el esquema tradicional del sistema de medios. Esta situación se refleja en la progresiva discusión y sanción de normas reguladoras de la actividad mediática en diferentes países de la región, así como por la participación en la discusión pública e inclusión de diferentes actores sociales y civiles que han estado históricamente relegados de los medios.

²⁸ Radio Uruguay (2019). *Gómez: compra de El Espectador por grupo De Posadas “debería ser rechazada” por Ursec*. Recuperado de: <https://radiouruguay.uy/gomez-compra-de-el-espectador-por-grupo-de-posadas-deberia-ser-rechazada-por-la-ursec/>

Parte de ese proceso ha tenido en Uruguay su expresión en las iniciativas legislativas que señalamos anteriormente, que intentaron abrir la cancha a nuevos actores, pero que aún no han logrado consolidar una real alternativa mediática a la hegemónica.

Como ejemplo de ello podemos citar la situación de las radios comunitarias. Un sector que, si miramos los datos, desde 2014 se encuentra sin grandes crecimientos en términos de número de emisoras (97 en 2012, 71 en 2014 y 2017, y 74 en 2020).

Tras la aprobación de la ley en 2007 este sector tiene un marco legal que lo ampara. Pero no alcanza con la legalidad para consolidar una alternativa mediática. Aún persisten retos muy importantes para garantizar su sostenibilidad y el desarrollo del sector. Como señala Kaplún (2014), las radios deben mejorar sus capacidades de conocer la comunidad a la que se dirigen y mejorar la forma de participación de ella en el medio (participación que se puede dar no sólo en la programación, también en la gestión), entre otros retos relacionados con la falta de recursos y de capacitación.

Debemos seguir pensando nuevas formas de alternativas mediáticas, no sólo en términos de propiedad de medios sino también de propuestas comunicacionales. Y seguir viendo a la radio como un medio que, por su capacidad histórica de cercanía con la comunidad, es capaz de vehicular semejante reto.

Y también debemos seguir exigiendo que se respeten los instrumentos ya aprobados que significan un avance en materia de libertad de expresión. Porque si hay algo que ha quedado demostrado es que las leyes de por sí no cambian realidades.

Referencias bibliográficas

- Becerra, M. (2012). Terremoto mediático en América Latina. *Le Monde Diplomatique* 152.
- CIDH. (2009). *Estándares de Libertad de Expresión para una Radio-difusión Libre e Incluyente*.
- Gómez, G. (coord.) (2018). *Una ley de medios a medias*. Montevideo: Fundación Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Kaplún, G. (coord.) (2014). *¿Qué radios para qué medios? Las Radios Comunitarias Uruguayas Después de la Legalización*. Montevideo: csic-UdelaR.

- Kaplún, G. (coord.) (2019). ¿Vivir o sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay. Montevideo: Fundación Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Lanza, E. y Buquet, G. (2011). La televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación. Montevideo: Fesur.

3.9. PARAGUAY

Salustiana Caballero
tiana.py@gmail.com

Comunicadora y socióloga. Integrante de Asociación para la Comunicación y Educación Radiofónica (ACER), el Instituto Latinoamericano de Comunicación para el Desarrollo y la agencia de noticias Koa Oiko Paraguay.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	824	491	544	519
AM	72	49	80	49
AM%	9	10	15	9
FM	752	442	464	470
FM%	91	90	85	91
COMERCIAL	709	290	316	277
COMERCIAL %	86	59	58	53
EDUCATIVA PÚBLICA	0	0	0	0
EDUCATIVA PÚBLICA %	0	0	0	0
SOCIAL COMUNITARIA	115	201	228	242
SOCIAL COMUNITARIA %	14	41	42	47

Fuente de los datos: Comisión Nacional de Telecomunicaciones de Paraguay. En Paraguay las radios comunitarias se denominan de Pequeña y Mediana Cobertura.

Lo que se esconde detrás de los datos en Paraguay

Los datos de Paraguay nos indican una fluctuación de medios radiales entre 2012 y 2020. Comparativamente, los números señalan que entre el 2012 y 2020 tanto las AM como las FM han ido en disminución. Sólo en 2017 se percibe un incremento tanto de emisoras en AM (80) como en FM (464). Entre las FM, las comerciales han decrecido de 709 en el 2012 a 277 en el 2019 y solo en 2017 hubo un aumento a 316, mientras que las que fueron creciendo sostenidamente son las radios comunitarias de 115 en 2012 a 242 en 2020, pasando de 14% a 47%.

Los números de las FM comerciales y comunitarias muestran que las comunitarias han crecido y con esto podríamos decir que fue favorable para ampliar el derecho a la comunicación de la sociedad paraguaya. Sin embargo, un dato revelador que presenta el mapa de Paraguay es que en 2017 se ha dado un aumento del 85% de emisoras en FM versus 15% de las AM. Y entre las FM, las comerciales en un 58% frente al 42% de las comunitarias. Efectivamente, se ha dado un aumento de radios en FM, no obstante, cuando verificamos la propiedad de estos medios en el mapa de radiodifusión de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), entidad rectora, no aparecen las radios de las organizaciones campesinas e indígenas. En ella se hallan emisoras principalmente de confesiones religiosas y, muy probablemente, de grupos políticos partidarios locales, principalmente colorados,²⁹ que accedieron a las licencias para desarrollar campaña política a favor de algún candidato en 2017, con miras a las elecciones de 2018.

Si bien en el año 2017 se presenta el principal aumento de radios con licencia en FM, coincidentemente ese mismo año el gremio de radios comunitarias y medios alternativos, Voces Paraguay, que aglutina a radios de organizaciones sociales, expresaba en un comunicado que “a pesar de insistentes pedidos a través de notas e incluso de una reunión con la Presidenta de la Institución, no tenemos respuesta de CONATEL respecto a cerca de 20 carpetas de solicitud de autorización de Radios Comunitarias de distintas comunidades y departamentos del país, la mayoría con varios años de trámites”.

Cómo se podría explicar el aumento de las radios comunitarias de 2012 a 2020. Y cómo podríamos comprender el aumento de las FM

²⁹ Uno de los principales partidos de Paraguay es el Partido Colorado, frente a su rival histórico el Partido Liberal.

que se visualiza en el año 2017. ¿Qué aconteció en el país en estos años? En el año 2008, por primera vez en el Paraguay, tras 60 años del partido colorado en el poder, gana una propuesta diferente liderada por el ex obispo Fernando Lugo. En este triunfo, las radios comunitarias de las organizaciones campesinas cumplieron un papel importante al brindar espacio para que la ciudadanía conozca nuevas propuestas y debates. Es reconocido que la sociedad paraguaya, sobre todo la rural, es eminentemente oral y de habla guaraní, que ha privilegiado la radio por décadas como su principal medio de comunicación.

Este apoyo de las radios comunitarias campesinas al cambio de gobierno en el Paraguay tuvo sus costos en 2011, cuando el Congreso, con mayoría opositora, aprobó la modificación de los artículos 57, 58 y 59 en la Ley 642/95 relacionados a las emisoras comunitarias. Dos legisladores del partido colorado, Oscar Tuma y Víctor Bogado, apoyados por propietarios de radios privadas, presentaron modificaciones específicas, apuntando a restringir a las radios comunitarias en su potencia dejándolas hasta 50 vatios, prohibiendo toda publicidad, tanto pública como privada, con la intención fundamental de evitar el apoyo estatal afectando la sostenibilidad económica y dando amplias facultades a la Fiscalía para decomisar equipos y sancionar la prestación ilegal del servicio, criminalizando a las radios comunitarias a pesar de tener presentadas sus carpetas de solicitud en la entidad rectora con la posibilidad de ser imputadas y encarceladas.

Los propietarios de medios privados alegaron que el gobierno de Lugo acudía a las radios comunitarias para promover el marxismo y el bolivarianismo. El diario ABC, principal diario de derecha, hizo una campaña contra las emisoras comunitarias alegando que estaban ideologizadas. Eso hizo también que el gobierno de Lugo suspendiera el apoyo de publicidad estatal a esas radios.

En el año 2012, se produce un golpe de Estado contra Fernando Lugo y asume el liberal Federico Franco. Con la Ley 645/95 modificada, el nuevo gobierno empezó a cerrar emisoras comunitarias utilizando las modificaciones aprobadas; principalmente, las radios propiedad de organizaciones campesinas. Sin embargo, en los números, crecen de 14% en 2012 a 46% en 2020. Esto se explica porque, a la par que iban cerrando a las emisoras de organizaciones sociales, se iban abriendo nuevas emisoras de mediana y pequeña cobertura propiedad de iglesias y, sobre todo, de políticos locales con miras a impulsar candidaturas para

las elecciones de 2013, con la facilidad de licencias otorgadas por los políticos del momento que presidían la CONATEL. Cabe señalar que en el Paraguay, el presidente de la República designa al presidente de la CONATEL, lo cual no permite las garantías de autonomía e independencia que debería tener una institución que maneja la sensibilidad de un área como la de los medios de comunicación.

El repunte de radios en 2017 coincide nuevamente con el inicio de la campaña electoral para las elecciones presidenciales del año 2018, bajo la presidencia de Horacio Cartes. Podríamos intuir que se fueron abriendo emisoras en AM y FM, propiedad de políticos, bajo la denominación de radios comunitarias, para impulsar campañas políticas a favor del gobierno colorado. También se observa un incremento de las AM y las FM comerciales. En 2017, todo el aparato gubernamental entró en marcha con miras a las elecciones presidenciales y luego volvieron a bajar en 2020.

En el mapa de radiodifusión³⁰ de la CONATEL se visualiza la fuerte concentración de medios radiales en la región oriental, mientras que en la región del Chaco se presentan escasas frecuencias de radios, aclarando que en este mapa sólo se muestran aquellos medios reconocidos por el ente regulador, dejando por fuera la existencia de, al menos, una treintena de medios en funcionamiento, quienes llevan muchos años aguardando el otorgamiento de licencias, sobre todo emisoras comunitarias de organizaciones campesinas e indígenas. Es sabido que en el Chaco funcionan actualmente unas diez radios de comunidades indígenas aún sin licencia.

La pluralidad y la diversidad en la producción de información y tenencia de medios están muy ausentes en el marco jurídico. Por el contrario, la ley privilegia a los sectores comerciales y empresariales en la tenencia de medios de comunicación e incluso es tolerante con la concentración de medios (oligopolio o monopolio) en manos de pequeños grupos empresariales y políticos.

Finalmente, las principales radios en la capital y el departamento central, en AM y FM, se distribuyen en tres grupos empresariales fuertes: el Grupo Vierci, Grupo Zucolillo y el Grupo Cartes. También están los jugadores tradicionales como son Humberto Rubín, Christian Chena, Ángel Aguilera y Javier Benardes. Todos vinculados al poder

.....
³⁰ http://umap.openstreetmap.fr/en/map/pymc_349107#6/-24.277/-59.084

económico y político del país, mientras que en el interior igualmente son propiedad de políticos relacionados al Partido Colorado.

Referencias bibliográficas

Agencia de noticias Koa Oiko: <http://demoinfo.com.py/salen-en-defensa-de-radios-comunitarias/>

Agencia de noticias Koa Oiko: <http://demoinfo.com.py/category/derecho-a-la-comunicacion-2/page/2/>

Revista Plus: <https://www.revistaplus.com.py/2018/07/27/el-mapa-de-medios-en-tiempos-de-marito/>

Comisión Nacional de Telecomunicaciones: Mapa de radiodifusión. http://umap.openstreetmap.fr/en/map/pymc_349107#6/-24.277/-59.084

Ley 642/95 de Telecomunicaciones: https://www.conatel.gov.py/images/iprincipal/LEY%20642/Ley_N_642-95.pdf

Voces Paraguay: https://www.facebook.com/voces.paraguay/posts/1732197310186998?tn_ =K-R

3.10. ARGENTINA

Francisco Godínez Galay
francisco@cpr.org.ar

Radialista argentino. Licenciado en Comunicación por la Universidad de Buenos Aires. Director del Centro de Producciones Radiofónicas (CPR). Investigador, capacitador, productor y consultor en comunicación y radio con fines sociales. Ha publicado los libros “El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales”, “RadioTIC. Usos y apropiaciones de TIC en radios comunitarias de Buenos Aires”, “Como sea. Sostenibilidad económico-administrativa en radios comunitarias de Argentina”, y diversos artículos y capítulos de libros sobre derechos de comunicación, narrativas radiofónicas y medios. Miembro fundador de Sonodoc–Foro de Documental Sonoro en español, y del RadioLab ExperimentAL. Ha dictado talleres y conferencias de radio y comunicación en Argentina, Uruguay, Chile, Bolivia, Ecuador, Colombia, Guatemala y México.

AÑO MAPA	2012	2014	2017	2020
TOTAL	1.924	3.199	6.125	6.126
AM	177	188	279	258
AM%	9	6	5	4
FM	1.747	3.011	5.846	5.868
FM%	91	94	95	96
COMERCIAL	S/D	S/D	S/D	S/D
COMERCIAL %	S/D	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA	S/D	S/D	S/D	S/D
EDUCATIVA PÚBLICA %	S/D	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA	S/D	S/D	S/D	S/D
SOCIAL COMUNITARIA %	S/D	S/D	S/D	S/D

Fuente de los datos: tabla *Licenciatarios Datos Abiertos Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)* y *Registro de Licencias de ENACOM*.

Los datos incluyen reconocimientos, autorizaciones, licencias y permisos precarios. ENACOM no ofrece datos separados por tipos de emisoras.

El Centro de Producciones Radiofónicas de Argentina (CPR) realizó un pedido público de información en 2016 que fue respondido 8 meses después donde no aportaban datos significativos. Según la investigación del CPR habría unas 126 emisoras sin fines de lucro. Según datos de 2019 del ENACOM en su plan de regularización de Permisos Precarios Provisorios (PPP) se otorgaron 179 licencias, pero no podemos confirmar que la cifra se ajuste a la realidad.

¿Crisis de la radio en Argentina?

La primera conclusión que podemos extraer en el caso de Argentina es que existe una enorme dificultad para que el Estado elabore datos con precisión y para que los ofrezca públicamente. Una de las fuentes que los autores de la investigación utilizan son pedidos de información que oportunamente hicimos desde el Centro de Producciones Radiofónicas³¹ al ente regulador de la comunicación (AFSCA y ENACOM según el período) y que, como tantas veces, no sirvieron más que para hablar de la degradación del derecho al acceso a la información pública en vez del tema que era nuestra intención: analizar el mapa de medios y saber cuántas radios sin fines de lucro había en nuestro país. En su momento nos entregaron listados con radios de diversos tipos, repeticiones, datos faltantes e inexactos con los que pudimos inferir que había unas 126 emisoras sin fines de lucro dentro de las cuales estaban las comunitarias. Pero muchas radios comunitarias en Argentina figuraban como radios comerciales ya que la ley que nos rigió hasta 2009 impedía a medios sin fines de lucro tener licencias de radiodifusión.

Ahora, con los datos disponibles en el presente estudio, podemos señalar que en el caso argentino se constata la conducta identificada en la región en general, que es un crecimiento de la cantidad de radios con el correr de los años; un crecimiento más acelerado que el aumento de la población. Es decir, en general hay cada vez más emisoras por habitante.

Claro que hay algunas diferencias interesantes respecto de la conducta total de la región. En Argentina, la cantidad de radios ha crecido a un ritmo diferente e intentaremos inferir por qué. De 2012 a 2014 aumentó un 66,2% mientras que, en el total de la región, lo ha hecho en un 16,5%. De 2014 a 2017 en la región crecen pero a un ritmo levemente inferior que el período anterior (13,2%), mientras que en Argentina el crecimiento es enorme (91,4%). Hasta aquí tenemos un crecimiento regional y nacional, pero que en el caso de la Argentina es entre tres

.....
³¹ <https://cpr.org.ar/cuantas-radios-sin-fines-de-lucro-registra-enacom/>

y siete veces mayor que la media regional. En el tercer período (2017 a 2020), en la región crece la cantidad de radios, pero de nuevo a un ritmo más bajo (6,9%), mientras en Argentina el porcentaje se derrumbaba (crecimiento de 0,01%; solo una emisora más que en el período anterior).

Entonces, si bien crece la cantidad de radios en Argentina y en la región, el modo en que lo hace es diferente y eso nos está diciendo algo. En la región, a pesar de haber un crecimiento en cantidad, hay una desaceleración en la intensidad. Por lo pronto, nos alcanza para ver que siguen naciendo proyectos de radio y que se eleva la cantidad de emisoras por habitante. Habrá que prestar atención, a futuro, para ver si esa desaceleración se sigue consolidando. Ahora bien, en el caso argentino los números nos muestran una conducta ecléctica, casi desquiciada. Pasa de crecer a casi el doble en un período, a estancarse en el siguiente. Esto solo puede explicarse por el cambio de gobierno.

En 2009 se sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, una norma muy completa, ejemplo a nivel mundial, con cláusulas para controlar la concentración y la presencia por primera vez del prestador sin fines de lucro como un actor que podía participar del sistema de medios. Pese a algunas falencias, significó una modernización del sistema normativo para radio y TV luego de haber tenido una norma antigua, sancionada durante la dictadura y emparchada sucesivas veces en democracia. Esta modernización –pese a existir falencias también en las políticas públicas de ejecución– tiene su correlato en la creación de tantos proyectos radiofónicos durante el primer y el segundo período analizados en el presente estudio. A fines de 2015, Cristina Fernández termina su mandato como presidenta y la sucede Mauricio Macri, quien lo primero que hace es reformar la Ley Audiovisual para neutralizarle algunos de sus aspectos más virtuosos de fomento de la diversidad y control de la concentración. El modelo neoliberal instaurado por Macri pronto profundizó los problemas económicos que ya se traían del gobierno kirchnerista e instaló nuevos problemas (lejos de bajarla, casi triplicó la inflación; aumentó la desocupación, la pobreza, la indigencia, aumentaron considerablemente los precios de los servicios y los transportes). La crisis económica desatada por el gobierno de Macri se profundiza a partir de 2017. Sería interesante poder obtener datos del período 2014-fines de 2015 y 2016-2017 por separado para observar cuánto de ese 91% de radios nuevas nacieron durante el gobierno de Fernández y cuánto durante el gobierno de Macri. Lo cierto es

que lo que tenemos disponible en este estudio nos muestra, sin lugar a dudas, un derrumbe completamente excepcional en el crecimiento de radios de un gobierno a otro. Y es el período en que la tasa por población baja un poco también: de 13,91% a 13,77%.

Otras conclusiones a sacar tienen que ver con la decreciente presencia de la AM, también acompañando a la conducta regional, pero partiendo desde una base inferior. En Argentina pasamos de tener un 9% de AM a un 4%, mientras que en la región el decrecimiento es de 21% a 13%. La presencia de AM en Argentina es la más baja de la región. A pesar de esto, solo baja en porcentaje pero no en cantidad, salvo en el período 2017-2020 en que se pasa de haber 279 emisoras de AM a 258. A esta altura, no estaremos desacertados si señalamos que de los períodos abordados por el presente estudio, el último es el de mayor crisis de la radio en Argentina.

La falta de datos respecto de tipos de radio tiene que ver, por un lado, con la falta de claridad en los entes reguladores, la falta de una norma nacional de acceso a la información por aquellos años, y poca agilidad para responder pedidos de información o para publicar listados depurados, cosa que con el correr de los años se va ordenando cada vez más. Y por otro lado, con que, por ejemplo para el caso de las radios comunitarias, se hace muy difícil identificarlas, puesto que muchas de ellas habían debido inscribirse como comerciales, y que la Ley Audiovisual también es ambigua en este aspecto. Si bien incluye a las emisoras comunitarias en su capítulo de definiciones y luego establece un fondo de fomento para estos proyectos, en el resto del articulado habla de *sector sin fines de lucro* en general, no diferenciando al actor comunitario dentro del sector. Es decir, si uno pide un listado de radios comunitarias al ente regulador, no hay manera de que puedan brindarlo, porque no hay formalmente un actor que se llame así. Y si uno pide el listado de radios sin fines de lucro, incluye las comunitarias, pero también las de iglesias evangélicas, de fundaciones, sindicatos, etc. Y por otro lado, no incluye las indígenas, que para la ley forman parte del campo de la radio pública (la Ley Audiovisual define que dentro de las radios públicas existen las públicas estatales como Radio Nacional o las radios provinciales; y las públicas no estatales, que son las indígenas y las de la Iglesia Católica).

Para terminar, debemos señalar que los datos de este estudio demuestran que, en general, la radio sigue teniendo presencia y hasta crecimiento. Además, que las narrativas sonoras siguen vivas y más que nunca, porque a estos datos sobre la radio *tradicional*, deben sumarse el sector de la radio online y todo el fenómeno del podcasting, que no están considerados a nivel de frecuencias. Y por otro lado, que en el caso de la Argentina se constatan las consecuencias que la instauración de un modelo económico neoliberal tiene sobre la vida cotidiana, esta vez expresada a través de datos sobre el sector radiofónico, que experimenta un freno sustancial durante el último período.

CAPÍTULO 4

Conclusiones

Quisimos iniciar el libro con una aproximación cuantitativa a los datos obtenidos tras la investigación que realizamos para este estudio. Una aproximación a la situación de las radios desde las cifras objetivas.

Pero esos datos, como ya dijimos, enmascaran en muchas ocasiones la realidad o constatan algunas intuiciones previas a este ejercicio de censar las radios de América Latina y el Caribe.

Por eso, estábamos convencidos de que el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* estaba incompleto si no invitábamos a diferentes expertos o académicas de cada uno de los países a realizar una lectura reflexiva de los números. Un análisis cuantitativo sobre esa realidad que reflejaban los datos encontrados.

Tras leer los 19 artículos, sumando las reflexiones del grupo de especialistas que han contribuido a este análisis pormenorizado de la radio en la región, hemos llegado a estas conclusiones que compartimos y que, por supuesto, ponemos a debate y discusión con ustedes.

La lenta extinción de la AM

Aunque las cifras demuestran un leve descenso hay otros datos que nos hacen sentir una lenta pero sostenida desaparición de la AM en beneficio de las transmisiones en Frecuencia Modulada. En el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* de 2012 las AM ocupaban el 21% del dial. En 2020 sólo el 13% con 4.635 emisoras. Aunque si bien es cierto que el número no ha descendido enormemente, todas las nuevas emisoras que se han creado en estos años son de FM (30.699 radios).

Además de la diferencia en la calidad de sonido, lo costoso de su mantenimiento, el hecho de que en los celulares se reciban solamente las emisoras FM ha contribuido también a su falta de popularidad. La AM se mantiene en pequeños países porque con una emisora se puede cubrir toda la nación. También en países que cuentan con grandes extensiones de terreno porque pueden obtener mayor cobertura que con una FM, por eso es más elevado el número de escuchas de AM en las zonas rurales que en las ciudades. Pero inevitablemente la AM pierde audiencia y publicidad cada día: “mientras que FM se encuentra entre las frecuencias más escuchadas (79%), AM alcanza menos del 15%”.³²

Muchas de estas emisoras están quedando como repetidoras de las señales de FM; en Costa Rica al menos un 25%. Otras muchas se devuelven al Estado o se venden a Iglesias Evangélicas. En El Salvador, por ejemplo, el 60% de las frecuencias de radio en AM están en manos de estas iglesias evangélicas o neopentecostales.

En Perú, el aumento de radios en manos de estas iglesias es también significativo y se ha duplicado en menos de 10 años. La Asociación Cultural Bethel, con 204 emisoras, es el titular con más estaciones en el país con radios en todas las regiones.

Sería interesante estudiar si este incremento está relacionado con el aumento del protagonismo de pastores y seguidores de estas iglesias evangélicas en los procesos electorales de toda América Latina y el Caribe.

Los oligopolios comerciales controlan el dial

El desarrollo de la radio en América Latina y el Caribe siguió la senda de los Estados Unidos. Mientras que en Europa se apostaba por monopolios públicos en manos de los Estados, en Estados Unidos el control se entregó al mercado que, muy pronto, se fue concentrando dando lugar a oligopolios que controlaban la mayoría de frecuencias tanto en radio como en televisión.

Honduras es un claro ejemplo de cómo se importó esta tendencia norteamericana a la región. En 1928 la Tropical Radio Telegraph Company, filial de telecomunicaciones de la todopoderosa United Fruit Company, obtuvo la concesión del gobierno para desarrollar las comunicaciones en el país ejerciendo un monopolio absoluto.

.....
³² Nair Prata en su artículo *La radio en Brasil tiene futuro*, incluido en este libro.

Aunque la situación es distinta en la actualidad, los niveles de concentración de las frecuencias del espectro radioeléctrico en muy pocas empresas comerciales es la norma. En todos los países los gobiernos siguen priorizando al sector comercial frente a los medios públicos o comunitarios.

Según las cifras obtenidas existen unas 15.915, un 45% de las frecuencias de radio, aunque estamos seguros que el número es mucho mayor ya que en 7 de los países estudiados no se ofrecen datos desagregados por el tipo de medio.

De todas formas, el problema de la concentración no es que los medios con orientación comercial controlen la mayoría de frecuencias sino que esta tendencia de repartir el espectro atendiendo a la oferta y la demanda deviene en un escenario donde un reducido número de empresas acaparan la mayoría de medios en un país, debilitando la esfera pública, y por ende la democracia, por falta de diversidad y pluralidad.

En la mayoría de países, tres grupos principales concentran más del 50% de la titularidad de las radios. En Guatemala el grupo Central de Radios-Albavisión, Emisoras Unidas y Radio Corporación Nacional; en El Salvador el Grupo Samix, Corporación FM y Corporación KL; en Honduras el Grupo Emisoras Unidas, Grupo América Multi-medios y el Grupo Invos; en Costa Rica Repetrel-Albavisión, grupo Columbia y Marcosa, y el grupo CRC; en Paraguay el Grupo Vierci, Grupo Zucolillo y el Grupo Cartes.

Esta concentración no se representa sólo a nivel nacional, sino que algunos concesionarios tienen emisoras en diferentes países. El mayor acaparador es el mexicano Remigio Ángel González, conocido como “el fantasma”. Este magnate de los medios controla a través del grupo Albavisión cientos de frecuencias imposibles de registrar en su totalidad porque muchas de ellas las obtiene a través de testaferros.³³

Los medios comunitarios

Las diferentes organizaciones que agrupan estas radios han sido precursoras de importantes cambios en las legislaciones de algunos de los países de la región en favor de la democratización del espectro radioeléctrico.

.....
³³ <http://argentina.mom-rsf.org/es/propietarios/propietarios-individuales/detail/owner/owner/show/remigio-angel-gonzalez-gonzalez/>

Los medios comunitarios han insistido en la necesidad de establecer criterios igualitarios para la concesión de frecuencias de radio y televisión que permitan el acceso de asociaciones de mujeres, comunidades indígenas y otros grupos de la sociedad civil a fundar medios de comunicación para ejercer su derecho a comunicar, tal como lo recogen diversas resoluciones de organismos internacionales como la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos de la OEA.

Las cifras indican que existen unas 6.667 emisoras comunitarias en América Latina y el Caribe, un 19% del dial. Pero esta cifra puede resultar engañosa. Hay en muchos países que los medios comunitarios no son reconocidos por ley por lo que cuentan en las estadísticas como medios comerciales.

El problema es que en los países donde sí se les reconoce los habilitan para funcionar con enormes restricciones frente al resto de medios. Se les prohíbe publicitar aunque los ingresos no generen ganancias y sean exclusivamente para subsistir; tienen limitada la potencia de transmisión, por ende, su cobertura; se les arrincona al final del dial, como sucede en Chile; o se les limita y condiciona su contenido como ocurre en Honduras.

Otro desajuste detectado en el estudio es que bajo esta denominación se esconden radios religiosas o político partidarias. Así lo atestiguan en Guatemala o Paraguay donde el crecimiento de este tipo de medios es coincidente con el inicio de procesos electorales.

¿Y los medios públicos?

A pesar de que los medios públicos o estatales ocupan un 8% del dial en la región con 2.851 emisoras han sido mencionados en muy pocos artículos lo que indica su escaso protagonismo. En la mayoría de países no se registran o no existen. Y dónde hay, reciben duras críticas por ser medios gubernamentales que atienden las indicaciones del mandatario de turno, ya sea el presidente o la alcaldesa.

Pero es difícil encontrar experiencias dignas de mención de un sistema de medios con una vocación verdaderamente pública como sí encontramos en Europa, con una tendencia más clara en este sentido, a pesar de sus deficiencias.

Sin duda alguna, Colombia sería el único que destaca en este sentido. Existe, por ejemplo, una red sólida de radios adscritas al Ministerio de Defensa Nacional: Radio Policía Nacional, Ejército de Colombia y

Marina Estéreo. Las tres forman parte del grupo denominado “Radios de interés público” que suman 92 emisoras. También cuenta con una amplia red de radios universitarias con 81 estaciones asociadas.

Las leyes no cambian la realidad

Para diversificar el espectro de radio en la región las leyes no son suficientes. Son papel mojado si no existe una sincera voluntad política de aplicarlas. Estos últimos años se han aprobado diversas legislaciones con la intención de ampliar el número de actores en los sistemas de medios para que así ganara pluralidad, incorporando al espectro más medios públicos y comunitarios.

Comenzó Uruguay con la Ley de Radiodifusión Comunitaria en 2007. En 2009 Argentina sancionó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En ambas se reservaba parte del espectro para los medios comunitarios.

En 2011 La Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación de Bolivia repartía equitativamente las frecuencias del espectro, 33% para medios públicos, 33% para comerciales y el 34% se repartía entre el sector social comunitario, los pueblos indígenas originarios, campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas. Similares porcentajes se contemplaron en la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador en 2013.

México en 2013 autorizó los permisos sociales donde están los medios comunitarios, indígenas y universitarios. Y en El Salvador en 2016 se reformó la Ley de Telecomunicaciones para reconocer frecuencias comunitarias y eliminar las subastas como mecanismos para otorgarlas.

Pero pese a todos estos cambios legislativos el incremento de radios comunitarias en los 9 años que se viene desarrollando este estudio del *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* ha sido insignificante pasando de 6.568 a 6.667. Menos de 100 radios de aumento.

Algunas de estas leyes, como en Argentina y Ecuador se terminaron reformando y, aparte de la escasa voluntad para aplicarlas, tampoco se acompañaron de medidas que garanticen su sostenibilidad.

Paradójicamente, uno de los países donde el número de radios comunitarias (626) es similar al de emisoras comerciales (667) es Colombia. A pesar de no contar con una ley que reparta o reserve un porcentaje

del espectro para los medios de la sociedad civil, ya ocupan el 40%, el porcentaje más alto de la región tras Paraguay aunque, como comentamos anteriormente, en este país hay serias dudas que muchos de los medios que se declaran como tal, realmente lo sean.

¡Otros 100 años más para la radio!

Las cifras del *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe* y el análisis que de ellos hacen en este libro los 19 especialistas nos invitan a ser optimistas. En este año 2020, cuando la radio celebra el primer centenario del inicio de las programaciones radiofónicas en el mundo, 35.334 emisoras de radio en América Latina y el Caribe se enfrentan esperanzadas a un futuro incierto.

Quienes hacen posible que la radio siga vigente llevan al menos unos 15 años transformándose profundamente y cuestionándose cómo producir la radio del siglo XXI.

Está claro que gran parte de la audiencia, sobre todo la más joven, está migrando a plataformas musicales por streaming. Lo audiovisual, como la televisión, que siempre superó a la radio en audiencias, le está también resutando terreno en los medios digitales. Es por eso que cada vez más radios ensayan formas híbridas de transmisión. Una especie de “radioteles” que se proyectan por canales de YouTube, Facebook Live, Instagram o por señal de cable. Una tendencia para intentar rescatar a esos públicos que hace tiempo que no sintonizan una emisora. La radio que “se ve” parece concentrar todas las esperanzas de quienes se dedican a la radiodifusión.

Pero creemos que reinventarse no implica olvidar la esencia de este medio, las características que la diferenciaban de los demás y que la hicieron tan exitosa: un medio que acompaña, que se puede escuchar mientras hacemos otras cosas; un medio que estuvo siempre cerca de la ciudadanía, que por facilidad se podía transmitir desde los mercados o canchas de deporte; un medio popular donde el protagonista era la audiencia y que abría sus micrófonos a toda la sociedad; un medio que no reducía la participación a un *like* en una red social.

Deseamos otros 100 años más a la radio, ¡por lo menos! Mientras tanto, las seguiremos contando y visibilizando en el *Mapa de Radios de América Latina y el Caribe*.

Tito Ballesteros López y Santiago García Gago.

Editores.



Conocer el número de radios en América Latina y el Caribe, sobre todo en el año 2020, cuando este medio de comunicación cumple 100 años desde su primera transmisión, resulta pertinente y necesario para analizar su estado, su existencia, no solo en datos y cifras, sino en su calidad de vida.

El punto de partida de este esfuerzo de censar las emisoras de nuestra región lo inició el Blog Radios de América en 2012. Para las versiones de 2014 y 2017 se sumó RadiosLibres.net. Ahora, en 2020, no solo se cuentan las emisoras, sino que se ofrece este libro donde comunicadoras y académicos de 19 países contextualizan y precisan los datos oficiales con informes que transmiten el modo de ver y sentir la radiodifusión desde sus territorios. Una lectura detallada de las cifras y su evolución desde 2012.

Les invitamos a examinar el Mapa de Radios de América Latina y el Caribe y hacer un análisis pormenorizado para nutrir el debate en torno a este medio de comunicación.

Ya son más de 35.000 emisoras. ¡La radio vive!

