



Radiodifusión: ¿servicio público o actividad comercial?

3 JUL 2009



Los panelistas dejaron claro que el espectro radioeléctrico es un bien público, no obstante difieren en el carácter de la actividad de radiodifusión que puede ser pública o privada. (Foto de archivo)

Empresarios, inversionistas extranjeros, comunicadores, ciudadanos y organizaciones, todos ellos desean una porción del espectro radiofónico para hacer negocio o difundir

contenidos culturales, educativos o políticos por ejemplo.

Sobre el uso y administración de este bien público existen posiciones divergentes que se inclinan por favorecer a unos u otros grupos. Algunas de esas posiciones se manifestaron en la mesa redonda “Dimensiones de la radiodifusión: servicio público y actividad comercial”.

Esta fue una de las actividades del segundo foro institucional “Futuro de la radiodifusión en Costa Rica: necesidad de un nuevo marco regulatorio”, celebrado el mes de junio en la Universidad de Costa Rica.

En la mesa redonda participaron el abogado Mag. Vicente Lines Vargas, las periodistas Mag. Sylvia Carbonel Vicente y Mag. Beatriz Pérez Sánchez, y la Licda. Sandra Salazar en representación del Ing. Francisco González Fonseca. Cada uno de ellos ofreció su perspectiva sobre la naturaleza de la radiodifusión.

El abogado Mag. Vicente Lines Vargas quien ha laborado como asesor de inversionistas extranjeros, reconoció que hay un deseo fuerte de los inversionistas por explorar el mercado de las telecomunicaciones en Costa Rica aunque el marco jurídico existente resulta sorprendentemente simple y a la vez riesgoso para ellos.

Para Lines la actividad de las telecomunicaciones es esencialmente privada pero reviste un interés público importante y requiere utilizar el espectro radioeléctrico que es un bien público.



La radio digital ofrece calidad de audio extraordinaria, datos informáticos a través de una pantalla, favorece la interacción entre el emisor y los oyentes y tiene la capacidad de habilitar cuatro estaciones en una sola frecuencia. (Foto de archivo)

Desde su perspectiva la radiodifusión tiene que ser un servicio esencialmente comercial donde la empresa privada lleve la voz cantante en aras de mantener la diversidad, una

característica importante para que la comunicación cumpla sus funciones de educación, reproducción y conservación de la cultura local y de debate político.

El abogado aseguró que la utilización eficiente del espectro radioeléctrico depende de la reasignación y el aprovechamiento de la densidad del espectro. Para él no es necesario un nuevo marco regulatorio sino la aplicación de la normativa existente y una reforma parcial para regular no sólo en cuanto a la concesión sino a la competencia, producción y comercialización de contenidos.

Por su parte la Mag. Beatriz Pérez Sánchez, exdirectora del SINART, opina que no existen en Costa Rica las condiciones para discutir un marco más amplio para entender la radiodifusión como un servicio público.

A su juicio, el reparto del espectro radioeléctrico y la radiodifusión es un plato de voracidad de mercado porque se trata de usufructuar recursos públicos para beneficio privado, “estamos socializando la riqueza y empobreciendo el patrimonio nacional” destacó.

La periodista Mag. Sylvia Carbonel Vicente centró su ponencia sobre las posibilidades de que en Costa Rica se dé una trasmisión hacia la radio digital. Explicó que la denominada revolución digital, plantea una nueva encrucijada para la radio, que involucra al Estado, radiodifusores, comercializadores de tecnología, profesionales de comunicación y a las audiencias.

Carbonel manifestó que en el país el proceso de acordar el sistema para la digitalización de la radio y las normas, lo decide el ejecutivo a través del MINAET. Los radiodifusores agrupados en CANARA también tienen un papel importante pues son los únicos interlocutores válidos para discutir este tema con el gobierno, no obstante se resisten al cambio hacia la digitalización, pues no desean que se modifiquen las bandas actuales y que no se abran las frecuencias intermedias que traerían nueva competencia y pondrían en peligro el reparto de la publicidad actual.

La periodista abogó para que los profesionales se capaciten en el uso de las nuevas tecnologías para generar nuevas opciones interesantes y entretenidas, pero también que las comunidades, las organizaciones, las universidades, el movimiento sindical e incluso los partidos políticos cuenten con medios radiofónicos y que desarrollen las posibilidades que trae la radio digital.



[Katzy O'Neal Coto.](#)
Periodista Oficina de Divulgación e Información
katzy.oneal@ucr.ac.cr